

Gabriela Alfaro Maciel

LCC1977

Comunicación Organizacional

Comunicación Institucional.

En el siglo XX se dio el comienzo de la actividad profesional de la comunicación institucional dentro de los Estados Unidos. Fue así como diversas teorías que hablaban al respecto tuvieron una mayor importancia como las propuestas por Fayol, Taylor y Weber aunque su implantación definitiva se dio después de 1940. Mientras que en Europa central se inició hacia 1900 en manos de los creadores de la "escuela de Bauhaus" que tenía como ideal el trasladar el arte a la industria, a los objetos de uso, a la información y al consumo como vía para la calidad de vida.

En este contexto nace la profesionalización de la gestión de la comunicación que coordina los sistemas de comunicación y desarrolla la expresión oficial e internacional de la institución.

La comunicación puede definirse como el sistema de comportamiento integrado que calibra, regulariza, mantiene y hace posibles las relaciones entre los hombres. Se ve pues la necesidad de implementar dentro de ese organismo social la comunicación institucional como disciplina que velará por ciertos intereses o situaciones. Si bien la comunicación crea lazos de relación entre los individuos la comunicación institucional busca crear una disciplina para que se coordina, planifique y supervise objetivos comunicacionales dentro de una empresa.

Uno de los objetivos fundamentales de la comunicación institucional es el integrar la estructura hacia una identidad coherente y unívoca. En consecuencia y mediante la gestión de la comunicación se cumple otro objetivo de la comunicación institucional que es el de mediar entre la identidad y la imagen de la institución. Existen diversas maneras para que la institución se comunique con sus públicos internos y externos. Para ello se plantean estrategias comunicacionales que faciliten y ayuden a transmitir el mensaje.

La comunicación institucional es considerada un instrumento de gestión que sirve como palanca de cambio de toda empresa como una red de vitalidad y como medio ágil y flexible que tienen las mismas de adaptarse a los mercados.