

Universidad Guadalajara Lamar

Comunicación Organizacional I

Sergio Oswaldo Mejía Madera Lcc1954

### **Rumor en las organizaciones**

El presente trabajo realizara un análisis del efecto y tratamiento del rumor dentro de la organización, en particular tomaremos como ejemplo el caso de la polémica que se generó en torno a la fotografía ganadora del premio World Press Photo, uno de los más importantes en su ámbito.

Para comenzar debemos definir y conceptualizar al rumor, al respecto encontramos la siguiente definición que da Elías Álvarez, en su trabajo *RUMOR Y CLIMA ORGANIZACIONAL* "El rumor es la difusión de la "lectura" que alguien hace de algo; alguien recibe el rumor, lo pone a circular por senderos informales y los demás se involucran en un proceso incremental de interpretaciones". De lo anterior, entendemos al rumor como el proceso por el cual cierta información es filtrada por diversos canales informales y hacia diversos públicos generando una bola de nieve provocando un impacto que puede ser positivo o negativo.

El rumor que se género con respecto a este prestigioso concurso fotográfico fue que el autor ganador (Paul Hansen) había retocado digitalmente en exceso la fotografía de acuerdo con los estándares del fotoperiodismo y que la misma no era un fotografía única sino la unión de varias imágenes por lo que el premio no debería de otorgársele, este rumor género mucha controversia entre el mundo de la fotografía profesional y empezó a generar un clima complicado para aquellos encargados de este premio, el cual parecía perder un poco de credibilidad, para comprobar que la imagen era una única fotografía presentaron el archivo original que si mostraba una sola imagen, sin embargo resaltaba al mismo tiempo el exceso de retoque que se le había dado a la misma. Este rumor generó que los encargados del premio, modificarán sus lineamientos en cuanto a la cantidad de retoque que sería permitido en las fotografías que participaran de ahí en adelante, es decir que cambió una parte de su cultura organizacional, y la organización tuvo que revalidar su calidad como concurso y como jurado de este premio. Una posible solución a este tipo de casos, es que la organización compare el archivo original de la fotografía y aquella que se publicó antes de anunciar al ganador y analizar si la diferencia es tanta como para repensar sus reglas.

El rumor en la organización puede afectar al clima de la organización, y el mismo puede venir por distintos lugares, por lo que la organización debe adaptarse y confrontar al mismo, desmintiéndolo o creando mensajes que si bien puedan aceptar parte del mismo, transmitan los intereses de la organización y la revaliden como una organización honesta y responsable.