

Capítulo 3

Los públicos de las organizaciones

1. Del Público a los públicos

Cuando hablamos de públicos de la organización, estamos haciendo referencia a aquellos individuos, grupos u organizaciones que están unidos por un interés común en relación con la organización, y no a la totalidad de los grupos de una sociedad.

3. El concepto de relación como fundamento de la formación de los Públicos

El concepto de stakeholder estaría vinculado a los grupos con conducta comunicativa latente. Los stakeholders de una organización pueden ser definidos como cualquier grupo o individuo que es afectado o puede afectar el logro de los objetivos de la organización (Freeman, 1984; Freeman y Mc Vea, 2001)

5. La pertenencia de una persona a diferentes públicos

Podemos afirmar que el individuo asume algún rol de público que es considerado como más importante que los demás: es el rol priorizado. Cuanto mayor sea la importancia o relevancia de un rol, mayor será la tendencia a organizar el punto de vista personal alrededor de dicho rol, mayor será también la resistencia al cambio en dicho rol, y por lo tanto, será el rol más relevante en la conducta de la persona (Hunt, 1976).

2. El paradigma de referencia: La Teoría Situacional de los Públicos

Grunig y Hunt (1984) definen al público como un sistema estructurado cuyos miembros detectan el mismo problema, Las personas, al influir sobre la organización o ser influidas por ella, pasan a constituirse en público de la misma.

La primera variable es el reconocimiento del problema

La segunda variable es el reconocimiento de las restricciones

La tercera variable es el nivel de implicación

4. La interacción entre los individuos y la organización: status y roles de públicos

La interacción se constituye en el proceso básico sobre la que establece la relación entre los públicos y la organización, en la interacción social. El status puede ser definido como el lugar que una persona ocupa en un sistema de relaciones sociales. El rol es definido como el conjunto de expectativas y obligaciones aplicadas a una persona que ocupa una determinada posición

6. La institucionalización de los públicos

Un rol de público estaría conformado por unas expectativas institucionalizadas del rol, establecida a priori, y por unas expectativas no institucionalizadas establecidas a posteriori partir de la interacción específica de la organización y los individuos que desempeñan el rol.

IMAGEN POSICIONAMIENTO REPUTACIÓN

CAPITULO 4

Los 3 conceptos se pueden confundir, ya que tienen mucho en común, los 3 son parte de todas las organizaciones, por lo que es fácil confundirse, así que lo definiremos de una forma sencilla gracias al libro.

