

Teresita Regueiro

COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

**UNA PROPUESTA PARA FORTALECER
LAS PRÁCTICAS COMUNICACIONALES**



Muestra distribuida por la editorial

Índice

¿Qué van a encontrar en este libro?	7
Capítulo 1. Un punto de partida para definir la comunicación	9
Códigos: el proceso de codificación y decodificación	11
Comunicación e identidad	15
La palabra no lo es todo	20
Problematizar la comunicación	21
El tiempo	23
Influencia y retroalimentación: dos aspectos claves en la comunicación	24
Capítulo 2. Comunicación institucional	27
¿Qué son las prácticas comunicacionales?	28
Comunicación gráfica	30
Jerarquizar la información	36
Capítulo 3. Comunicación digital	39
Comunicación digital: ¿dónde está lo digital en la comunicación diaria?	39
Identidad y huella digitales	40
El correo electrónico	41
¿Cuánto espacio ocupamos? Algunos atajos para volvernos más livianos	50
Redes sociales	52
Google Maps	65
Todo en la nube	66
Las llamadas telefónicas	68
Capítulo 4. Prensa y vínculo con los medios de comunicación	70
Mapeo de medios	70
Boletines informativos por correo electrónico	71
Uso de imágenes	73
Circulares	75
La producción de contenidos para la comunidad	76
La entrevista y la conferencia de prensa	78
Accesibilidad tecnológica e inclusión	81

Capítulo 5. La comunicación dentro de la institución..... 84

¿Cómo nos comunicamos? 84

La circulación de la información..... 84

Canales oficiales e informales 84

Invitaciones y convocatorias 85

Documentos y manuales..... 89

Herramientas digitales para el trabajo colaborativo 89

La convivencia entre la comunicación formal e informal..... 91

Las reuniones de equipo..... 93

Bibliografía 99



Conseguí este
título en formato
digital.



¿Qué van a encontrar en este libro?

Propuestas para fortalecer las prácticas comunicacionales en el ámbito laboral y en nuestra vida cotidiana.

Las prácticas comunicacionales se constituyen por todas aquellas interacciones sociales. Partimos de la idea de que es **imposible no comunicar** y, es a través de la interacción con los demás, que construimos y definimos nuestra identidad.

En este libro, reflexionamos sobre aquellas prácticas instaladas para mejorarlas y enriquecerlas. En esa línea, encontrarán ideas de trabajo para repensar la comunicación y desarrollar nuevas estrategias comunicacionales.

Organizamos el libro en los siguientes capítulos:

1. Un punto de partida para definir la comunicación
2. Comunicación institucional
3. Comunicación digital
4. Prensa y vínculo con los medios de comunicación
5. La comunicación dentro de la institución



Música para seguir pensando la comunicación

Musicalizamos algunos contenidos para profundizar en los sentidos y en el proceso de significación de la comunicación.



Ver, oír y pensar

Fragmentos de películas para analizar distintas situaciones de comunicación.



Atajos para seguir explorando

Encontrarán ideas, herramientas digitales, ampliación de información para profundizar algunos contenidos ¡y también para generar otros!



Actividad

Ejercicios para poner en práctica los contenidos recorridos.



Para reflexionar

Nos hacemos preguntas para retomar conceptos, para pensar sobre nuestras propias prácticas, para seguir adelante.



Importante

Consejos para tener en cuenta.

Capítulo 1

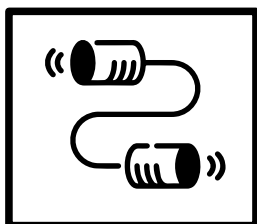
Un punto de partida para definir la comunicación

Antes de avanzar hacia un término o la construcción de un concepto para definir la comunicación, necesitamos acordar que esta es fundamental para el funcionamiento de cualquier organización (de cualquier tipo) en tanto integra, articula y coordina los diferentes actores y áreas que la conforman, así como el vínculo con la comunidad a la que pertenece.

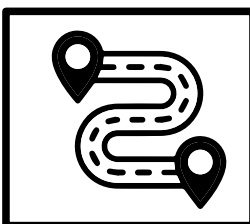
¿Qué es la comunicación? Hay tantas acepciones como intentos de definirla. La respuesta que demos está influenciada por una combinación de muchísimos factores culturales, contextuales y personales. Es que se trata de un término **polisémico**, es decir, tiene múltiples significados, que pueden abarcar desde la unión de dos puntos hasta la transmisión de un mensaje por cadena nacional. Asimismo, usamos este término en una variedad de contextos que le otorgan diferentes sentidos.

Pero podemos acordar un punto de partida para hablar de la comunicación y, para hacerlo, partiremos desde la premisa que **es imposible no comunicar**.¹

¿QUÉ ES LA COMUNICACIÓN?



1. PONERSE EN CONTACTO



2. UNIR DOS LUGARES



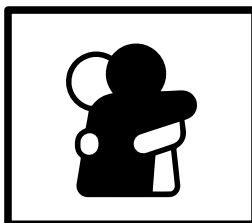
3. UNA SEÑAL



4. UNA CONVERSACIÓN



5. UN SALUDO TÍMIDO
POR LA CALLE



6. COMPRENDERNOS

¹ Este es uno de los axiomas de la teoría de la comunicación humana de Paul Watzlawick (1967).

La comunicación es intrínseca a los seres humanos y, también, a todo tipo de organización. Para que esta exista, es necesario que haya comunicación y la forma de comunicarse determinará su identidad. Es decir, la identidad de la organización se construye en la interacción con otros. Y esa interacción sucede en diversos y múltiples momentos, a través de distintos canales y formatos que influyen en el mensaje y en la manera de comunicarlo.

De manera tal que reparar en el sentido de la comunicación es fundamental antes de avanzar en una propuesta que nos posibilite reflexionar sobre las prácticas comunicacionales para enriquecerlas y fortalecerlas.

Música para seguir pensando la comunicación		
Escaneen el QR para musicalizar esta introducción con el tema “Me gustas tanto” de Miranda!, que lo podemos pensar desde los distintos sentidos y significados que adquiere el hecho de comunicarse.		

Antes de avanzar sobre la definición de comunicación, le preguntamos a la Real Academia Española:

1. f. Acción y efecto de comunicar o comunicarse.

ANT.: incomunicación.

2. f. Trato, correspondencia entre dos o más personas.

SIN.: trato, correspondencia, relación, intercambio, conexión.

ANT.: incomunicación.

3. f. Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor.

4. f. Unión que se establece entre ciertas cosas, tales como mares, pueblos, casas o habitaciones, mediante pasos, crujías, escaleras, vías, canales, cables y otros recursos.

SIN.: enlace, unión, conexión, correspondencia.

ANT.: aislamiento.

5. f. Medio que permite que haya **comunicación** (|| unión) entre ciertas cosas.

6. f. Papel escrito en que se comunica algo oficialmente.

Las distintas acepciones pueden ser válidas (o no) de acuerdo con la definición de la comunicación que deseemos tomar como punto de partida para pensar, en primera instancia, en nuestras prácticas comunicacionales.

Podemos notar que una de las definiciones plantea la comunicación como la “transmisión de señales” mediante un código en común. Es interesante señalar, en este punto, que cuando hablamos de comunicación entre personas, pasamos de las señales **al universo del sentido**, en términos de Umberto Eco (1968), por varias razones relacionadas con los procesos de significación, la comunicación humana y la cultura. Las personas no respondemos solo a señales simples y unívocas, sino que tenemos la capacidad de atribuir múltiples significados a un mismo signo. Por ejemplo, la palabra “tiempo” puede adquirir distintos significados, dependiendo del contexto sociohistórico, cultural y también de la experiencia subjetiva y personal, ya que cada persona puede entender un mismo signo de manera diferente según su perspectiva personal y experiencias previas. Siguiendo con la temática, si preguntáramos a distintas personas qué imagen se les presenta cuando decimos la palabra “reloj”, tal vez sea uno de pared, con los bordes rojos y agujas negras; un reloj pulsera o un reloj despertador. La palabra es la misma, pero no todos los relojes son iguales.

Para el abordaje de esta propuesta, toda interacción será comunicación: un diálogo, un comunicado oficial, la cartelera de una pared, un mensaje de texto, un correo electrónico, una conferencia de prensa, una invitación por redes sociales, el uso de los espacios, el uso de los tiempos, los gestos, los movimientos, las distancias. Hablamos de interacción entre personas, ya sea mediada por medios o no, y entre personas y los contenidos.

A continuación, repararemos en la importancia del código compartido.

Códigos: el proceso de codificación y decodificación

“Para comunicarnos es imprescindible compartir un código.”

Intercambiamos información **codificada**. Ponemos en palabras, gestos, sonidos, etc., aquello que queremos transmitir: codificamos. Y, por otro lado, quien recibe el mensaje lo **decodifica**, a partir de sus propias estructuras de significación.

Avancemos sobre este tema recurriendo al cine. En la película argentina-española *Un cuento chino* (2011), en una de las escenas, Roberto, el protagonista (Ricardo Darín), está mirando los aviones fuera del aeropuerto cuando se distrae mirando que, de un taxi, baja Jung (Ignacio Huan) discutiendo con el taxista; Darín intenta ayudarlo pero no comparten el mismo idioma, por lo que, a través de gestos, señas, e incluso la entonación de la voz, el chino y el argentino intentan comunicarse de manera tal que el otro comprenda, es decir, buscan un código compartido. Muchísimos problemas de comunicación se vinculan a que busquemos transmitir un mensaje usando un código diferente a quien lo recibe.

Para que haya comunicación, quien emite el mensaje debe tener en cuenta que el código que utilice sea compartido con quien lo recibe, sino este podrá escuchar los sonidos o leer los signos, pero no podrán interpretarlos, es decir, decodificarlos. Si recorriendo

Argentina encontráramos una escritura pictográfica prehispánica, seguramente podremos ver los signos, pero depende de cuáles sean estos podríamos decodificarla o no.

Después de este breve recorrido por los signos y los códigos, volvamos a la pregunta inicial: ¿qué es la comunicación? La respuesta puede dar cuenta de qué aspectos se consideran (o no) al momento de comunicar, esto es: el mensaje, los medios, el contexto, los canales, los actores sociales

Ver, oír y pensar



En *Un cuento chino*, podemos encontrar distintas situaciones en las que los protagonistas intentan encontrar un código compartido para comunicarse. Seleccionamos esta escena que transcurre en las inmediaciones de Aeroparque en Buenos Aires, en la que Roberto observa cómo Jun es expulsado de un taxi y se acerca a él en busca de ayuda.

Escaneen el QR y vean esta escena. Luego, identifiquen: ¿cómo se comunican Jung y Roberto?, ¿qué tipo de comunicación predomina?, ¿qué pasa con la palabra?, ¿qué gestos utilizan?, ¿qué hubiéramos hecho en lugar de Roberto para poder comunicarnos?



involucrados (y la concepción sobre los sujetos), aspectos culturales, socio-psicológicos, entre otros; así como también las formas de interactuar y los posicionamientos comunicacionales que prevalecen. No es lo mismo poner en común que transmitir, dialogar que enunciar. Asimismo, la respuesta expone aquellos aspectos de la comunicación que se colocan por sobre los demás: la palabra, los gestos, los movimientos, las distancias, el uso del espacio, el uso del tiempo, el contacto, los olores...

Atajos para seguir explorando



Sobre el proceso de significación

Recurriremos a la teoría de Ferdinand de Saussure, referente de la **lingüística moderna**, para explicar esta relación. Saussure establece que el signo lingüístico consta de dos componentes: el **significante** y el **significado**. El primero es la imagen acústica, es decir, la forma en la que se presenta, por ejemplo, la palabra “reloj” ya sea escrita o pronunciada. Mientras que el segundo es la idea que evoca la palabra “reloj”, la imagen que representa. Al escuchar o leer “reloj”, todos podemos darle un significado diferente a esa palabra; no obstante, hay una relación de convención entre la palabra “reloj” y esos relojes. Por lo tanto, es por convención social que llamemos así a los relojes.

Nuestros **decires** son nuestros y constituyen nuestra manera de ser, es lo que somos en relación con otros. Entonces digo... ¿y cómo lo digo?, ¿en qué contexto? No es solo un decir, sino que es importante abordar la comunicación –que, en ocasiones, se suele reducir al intercambio de palabras– como un todo, desde su integralidad. A veces, un gesto dice más que una palabra.

De manera tal que podemos no coincidir, de acuerdo con diversos posicionamientos, respecto a un único y acabado concepto de comunicación, pero hemos de coincidir en que, en todas las instituciones, organismos, entidades de todo tipo hemos escuchado alguna vez: problemas de comunicación. Por eso, resulta necesario plantear al comienzo de este libro la polisemia de la comunicación y la importancia de que, en un organismo –más allá de sus características organizacionales y su estructura jerárquica–, se establezcan criterios y lineamientos para comunicarse. Es que el modo en el que pensamos la comunicación da cuenta, también, de nuestra manera de interactuar con otros y, en esa interacción, se construye ni más ni menos que la identidad.