

La auditoría de la comunicación interna

Marisa Laura Pimienta

Facultad de Periodismo - UMaza
perinvestigacion@umaza.edu.ar

El propósito de este estudio ha sido procurar un modelo de encuesta para diagnosticar la comunicación interna en las organizaciones, privadas y públicas, con o sin fines de lucro. Sólo a partir de una auditoría, se puede diseñar un plan que sistematice acciones de comunicación interna, según las necesidades específicas de cada empresa o institución.

La comunicación interna es una herramienta del management participativo que a través de diferentes estrategias y soportes sistematizados permite promover el cambio organizacional, facilitar el flujo informativo, promover la cultura corporativa y favorecer el clima interno. Representa un enlace entre los estamentos superiores e inferiores de una organización interpretando lo que la dirección quiere expresar a su recurso humano y, a su vez, rescatando las actitudes y preocupaciones de los empleados.

Para determinar cómo es el estado de la comunicación interna en una organización es menester realizar un diagnóstico que permita esclarecer cuáles son las falencias comunicativas en el seno de una organización; cómo son las interacciones entre las personas de un mismo nivel de jerarquía y entre éstas y los altos mandos; cómo son transmitidos los mensajes, es decir, a través de qué soportes, con qué frecuencia y tipo de contenido; qué demandas de información requieren las personas, según sus funciones y sectores de pertenencia, entre otras cuestiones que configuran un estado de comunicación interna productivo y eficaz para el logro de los objetivos organizacionales.

Hasta el presente, se carece de la sistematización de un modelo de medición para detectar cómo es la comunicación interna en una organización. Algunos autores han fijado lineamientos generales acerca de qué indagar y a quiénes, pero no se ha confeccionado un cuestionario específico.

Objetivo general

Diseñar y sistematizar un modelo de cuestionario que permita analizar, medir y diagnosticar el estado de la comunicación interna en una organización

Metodología

Es una investigación exploratoria, descriptiva y analítica cuyo resultado fue la sistematización de un modelo de cuestionario.

Resultados obtenidos

El cuestionario diseñado permite analizar y verificar:

- las actividades de comunicación interna que cada encuestado prefiere desarrollar tanto en lo formal como en lo informal
- los soportes que con mayor preferencia utiliza
- el tipo de información (si es de tarea, de contexto o de motivación)
- el discurso que prevalece (imperativo, persuasivo, formal, informal)
- la frecuencia de intercambio de información que efectúa y la que realmente necesitaría

- las demandas de información que su sector solicita
- los sectores que más le demandan información
- la periodicidad de la información que debería prevalecer
- la información que necesita para tomar decisiones
- la información que requiere saber para realizar mejoras continuas
- la información que precisa para saber si una tarea está bien realizada según los objetivos/estándar de la organización
- si existen los sistemas y los recursos para recoger o acceder a la información
- si está disponible la información cuando la demanda
- si se ha transmitido el mensaje de un modo que es fácil de entender
- las expectativas de comunicación interna
- los modos de interrelación con sus superiores/pares/cargos menores
- las habilidades comunicativas percibidas en el conjunto del recurso humano
- el nivel de cooperación para transmitir información
- la valoración de la información

El objeto de toda auditoría de comunicación interna es conocer cómo es gestionada la circulación de la información, qué valores son compartidos en el proceso de transmisión de datos, por qué algunas personas practican naturalmente la comunicación para el logro de los objetivos organizaciones y existen otras que no.

Las auditorías también permiten conocer si existe congruencia entre lo que se dice y lo que se hace, tanto por parte de los niveles directivos como por parte del recurso humano de una empresa.

Desde el punto de vista funcional, medir la comunicación interna revela si los soportes empleados o las acciones diseñadas realmente favorecen la transversalidad de la información y si son adecuados para la cultura organizacional imperante.

Conclusión

A pesar de que resulta un estudio complejo, cada vez más los altos mandos de una organización perciben la importancia de la realización de un diagnóstico ya que a partir de los resultados obtenidos, puede diseñarse un plan de acción de comunicación interna formal e informal específico para la cultura y necesidad de la organización.