



Análisis de la gestión de la comunicación en las organizaciones públicas del municipio de Pitalito

LIZETH ALEJANDRA SAMBONI

Estudiante de octavo semestre del programa de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Surcolombiana, con énfasis en comunicación, sociedad y organizaciones. Integrante del semillero Estrategias y Comunicación.

lizethsamboni13@gmail.com

KARINA ANDREA CARO

Estudiante de octavo semestre del programa de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Surcolombiana, con énfasis en comunicación, sociedad y organizaciones. Integrante del semillero Estrategias y Comunicación.

karina9720@hotmail.com



Resumen

Esta ponencia presenta un análisis de la gestión de la comunicación que realizan las organizaciones públicas del municipio de Pitalito (Huila), a partir de la caracterización de los procesos y prácticas de comunicación, la revisión de la estructura y conformación del área, y el perfil y funciones del equipo de trabajo que lidera el proceso comunicativo en las entidades muestra de estudio. Esta investigación se está efectuando mediante una metodología cualitativa de tipo analítico-descriptivo, por medio de técnicas de recolección de información, como la entrevista semiestructurada, la observación y la revisión documental. A partir de esto se han obtenido resultados parciales, en los que se identifica que tanto los líderes de comunicación como los directivos de las organizaciones públicas aún conciben y gestionan la comunicación desde el enfoque instrumental, centrado en la administración de medios de comunicación y en la divulgación de contenidos relacionados con la visibilidad de los logros alcanzados, los servicios que ofrecen y las acciones realizadas desde la dirección de la entidad. En la mayoría de los procesos, la gestión responde a los requerimientos del día a día y no a procesos planificados que se enmarquen en la construcción y fortalecimiento de vínculos con los actores a partir del diálogo y la participación diversa.

Palabras clave: organización, actores, organizaciones públicas, comunicación estratégica, gestión de la comunicación.



Introducción

La comunicación estratégica es el proceso en donde se intercambian percepciones, emociones y saberes, se construye a partir de la diferencia del otro, se desarrolla teniendo en cuenta la situación y el contexto en que se encuentre una organización; es una construcción colectiva en la que se busca generar un cambio desde la incorporación de las opiniones y conocimientos de los actores, además se establece como un espacio de construcción colectiva de las acciones comunicacionales en los distintos aspectos.

En este sentido, la comunicación en las organizaciones trae aportes significativos, ya que permite establecer relaciones y sentidos compartidos (Kaplún, 2012) y contribuye a la consolidación de la legitimidad social de las entidades, a partir del reconocimiento del otro y la construcción de escenarios de encuentro sociocultural (Massoni, 2011). Además, ésta facilita la coherencia de las instituciones y propicia el entendimiento entre estas y sus actores; y aún más en las organizaciones públicas puesto que estas *“son creadas por la autoridad del Estado, son entidades del pueblo y están al servicio de él”*. (Ramírez Cardona C, 1.999)

Puesto que la comunicación es fundamental para el buen desarrollo de las organizaciones, la gestión de esta en las entidades públicas es fundamental, ya que prestan servicios que benefician directamente a la comunidad, por ello es importante fortalecer la confianza y la legitimidad social. Germán Caicedo Prado afirma que el éxito de una administración pública depende también de la forma como la institución se relacione y se comunique con sus públicos internos y externos (Caicedo 2004).



Visto esto, una investigación como la presente resulta fundamental para contribuir al desarrollo de la comunicación estratégica en Pitalito desde la academia y la investigación, pues actualmente no existen estudios que proporcionen una perspectiva sobre este campo del conocimiento en el entorno local, salvo algunos ejercicios académicos liderados por estudiantes de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Surcolombiana.

En este sentido, esta investigación permitirá conocer el proceso de comunicación que desarrollan las organizaciones públicas del municipio de Pitalito ya que estas son de interés común y prestan un servicio de impacto general para la comunidad, siendo de vital importancia que implementen procesos de comunicación que contribuyan a la transparencia, reconocimiento y el encuentro de estas entidades y sus actores, por ello deben fortalecer la confianza y la legitimidad social.

Esta investigación resulta relevante, teniendo en cuenta que el fortalecimiento de los procesos de comunicación en las organizaciones del sector público, permitirá contribuir al relacionamiento con sus usuarios y al cumplimiento de proyectos colectivos, no sólo desde la visibilización sino a partir de la formación y el dialogo. Por lo tanto, la ejecución de este proyecto generará una contribución al desarrollo organizacional en Pitalito en el sector público, pues permitirá conocer los procesos comunicación y generar a futuro propuestas de mejora e intervención, que partan de este diagnóstico inicial y aporten al posicionamiento de las entidades y sus dinámicas de interacción. Así mismo, se posibilitará la realización de nuevas investigaciones en este campo, que se extiendan a entidades



de otros sectores y/o hacer paralelos sobre la gestión de la comunicación estratégica en Pitalito con respecto a otras ciudades como Neiva. De igual forma se aportará al fortalecimiento del énfasis de Comunicación, sociedad y organizaciones del programa de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Surcolombiana desde el análisis del contexto y la generación de conocimiento.

Teniendo en cuenta lo anterior, se plantearon cuatro objetivos para la presente investigación con los cuales se pretende conocer y analizar la gestión de la comunicación que realizan las organizaciones públicas de Pitalito. Esto con el fin de obtener un panorama sobre los procesos de comunicación organizacional que se implementan en la zona sur del Huila. Para ello se propuso en primer lugar, identificar las percepciones que tienen los líderes de comunicación y directivos de las organizaciones públicas sobre la comunicación y su gestión; en segunda instancia se planteó la caracterización de los procesos y prácticas comunicativas que desarrollan las organizaciones muestra del estudio.

Metodología

Esta investigación se está ejecutando desde un enfoque cualitativo, con un método descriptivo-analítico; descriptivo porque estos estudios “buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de las personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (Danhke, 1989); analítico porque se pretende revisar de manera crítica y a profundidad el proceso comunicativo que desarrollan las organizaciones muestra del estudio.



Los instrumentos de recolección de información que se están utilizando para ejecutar la investigación son: entrevista semi estructurada “se define como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados)” (Sampieri, Fernandez y Baptista, 2010), la cual se aplicó a los gerentes o directivos de las organizaciones y al líder del proceso de comunicación, con el fin de conocer las percepciones que tienen sobre la comunicación, su importancia, el papel del comunicador en las organizaciones y además identificar la gestión de la comunicación que realizan, a partir de la indagación sobre el proceso que desarrollan y la metodología de trabajo, entre otros aspectos. También se está empleando la observación no participante que “es el registro de patrones de conducta de personas, objetos y fenómenos de una forma sistemática para obtener información sobre el fenómeno de interés” (Malhotra, 2004) con el fin de conocer cómo es el funcionamiento y el proceso de comunicación en las organizaciones, para ello se está revisando los canales de comunicación y se está contrastando la información recolectada mediante la entrevista. La información de este instrumento se registrará en tres matrices (matriz de canales de comunicación, matriz de pauta publicitaria y escenarios de interacción y matriz de caracterización del área de comunicaciones y su gestión). De igual manera se está efectuando el análisis documental a partir de la revisión de lineamientos comunicativos que orienten la gestión, tales como políticas de comunicación, manuales, protocolos y/o planes.



La población muestra que se está trabajando para esta investigación es una muestra no probabilística y de conveniencia, que responde a criterios establecidos por las investigadoras, como lo son: *Organización pública de cobertura local y de origen laboyano * Trayectoria superior a tres años de funcionamiento *Que gestione procesos de comunicación. Teniendo en cuenta estos criterios se seleccionaron como muestra del estudio a las organizaciones:

- Alcaldía de Pitalito

La alcaldía municipal presta servicios a la comunidad, administra los procesos que se presentan en el municipio, maneja el presupuesto, plan de acción y plan de desarrollo municipal.

- ESE Manuel Castro Tovar:

La ESE Municipal Manuel Castro Tovar es una organización pública de carácter municipal y categoría especial, que brinda servicios de salud de baja complejidad en el municipio de Pitalito, sus sedes son Cálamo, Panorama, Bruselas y paraíso, además cuenta con puestos de salud rurales en Charguayaco, la Laguna, Guacacallo, Criollo, Palmarito y Chillurco.

1. Instituto de Tránsito y Transporte

Tiene como principal objeto organizar, dirigir, controlar y reglamentar el tránsito y el transporte en el municipio de Pitalito a efectos de garantizar una adecuada movilidad, seguridad vial y el control efectivo del tránsito y transporte en el municipio, generando conciencia



colectiva de prevención y autorregulación ciudadana, transparencia, compromiso y responsabilidad.

2. Empresa de Servicios Públicos domiciliarios, Empitalito.

La empresa de servicios públicos domiciliarios de Pitalito EMPITALITO ESP es una organización pública del municipio de Pitalito que presta servicios de acueducto, aseo y alcantarillado.

El primero es el sistema convencional, encargado de la captación y distribución del agua en el municipio, donde su fuente principal de suministro es el Rio Guachicos.

Así mismo presta servicios de recolección y transporte de los residuos sólidos, tiene convenio con la organización Biorgánicos del Sur para el tratamiento y disposición final de los desechos.

El tercero, es la recolección de aguas residuales y redes de alcantarillado- por medio de tuberías y conductos.

Cuerpo del documento

Pitalito es considerado como la estrella vial del sur colombiano por su ubicación estratégica que permite la interconexión con los departamentos del Cauca, Putumayo y Caquetá, convirtiéndose en un importante corredor económico y social.

Así mismo en el municipio se ha evidenciado una importante dinámica en la constitución de organizaciones, según la Cámara de Comercio de Neiva, seccional de Pitalito, para el año 2015-2016 fueron registrados 4.622 establecimientos comerciales. Según el DANE (2005) el 11,4% los



establecimientos se dedican a la industria, el 52,7% al comercio, el 27,2% a servicios y el 8,8% a otra actividad. De igual manera, se encuentran registradas 435 entidades sin ánimo de lucro, correspondientes a fundaciones, corporaciones, asociaciones, pre cooperativas, grupos juveniles y asociativos, juntas administradoras y fondos de asociados. Además, se encuentran activas 419 personas jurídicas pertenecientes al comercio, la educación, la construcción y otras actividades.

Este panorama permite evidenciar que en Pitalito existe un desarrollo organizacional que representa una oportunidad para el área de comunicación en las organizaciones, pues ésta se proyecta como un campo laboral. Gestionar la comunicación en las organizaciones es importante ya que permite construir y fortalecer vínculos, gestionar sentidos y significados, generar articulación y coherencia, gestionar intangibles (imagen, identidad, clima, cultura), así como lograr reconocimiento y legitimidad social. Este proceso es relevante para cualquier tipo de organización, sobre todo las del sector público; esto comprendiendo que dichas entidades se deben a la ciudadanía y por ello su funcionamiento debe ser de conocimiento público y sus asuntos de interés general.

De acuerdo con lo mencionado se evidencia la importancia de estudiar la gestión comunicativa que realizan las organizaciones del sector público de Pitalito, tales como del sector salud, deporte, cultura y servicios. Entre ellas encontramos la ESE Manuel Castro Tovar, el Hospital municipal, el Instituto municipal de Cultura, recreación y deportes, la Alcaldía Municipal, EMPITALITO y el Instituto de Tránsito y Transportes de Pitalito.



Estas instituciones en su mayoría han empezado a gestionar la comunicación, a través de la vinculación de comunicadores profesionales y/o empíricos, quienes han orientado su labor principalmente a la divulgación de información y producción de piezas comunicativas, según lo planteado en ejercicios académicos de indagación realizados por estudiantes de comunicación social y periodismo de la Universidad Surcolombiana. Con esto se puede inferir que existen algunos aspectos dinamizadores de la comunicación estratégica en Pitalito y que es latente la necesidad de estudiar la gestión comunicativa en las organizaciones propias del municipio, con el fin de conocer los procesos y dinámicas, para posteriormente intervenirlas y aportar al fortalecimiento del área en el entorno, la academia y el ámbito laboral.

En este sentido la presente investigación se está realizando a partir de tres ejes: la noción (importancia y aportes), gestión de comunicación, estructura y encargados del proceso.

Noción de comunicación:

A partir de entrevistas realizadas a los comunicadores (empíricos y profesionales) y directivos de las organizaciones se encontró que existen dos nociones de comunicación: la primera está enmarcada en que este proceso hace parte del ser humano, es inherente y se realiza a partir de la interacción de las personas, tal como lo dice la comunicadora de Empitalito *“la comunicación es un proceso de retroalimentación, el cual se relaciona con saber escuchar; los intereses, opiniones y perspectivas, de todos los actores”*; la segunda, es vista como el intercambio de información y es utilizada con fines promocionales o de divulgación, tal como lo menciona



el gerente de la ESE Manuel Castro Tovar “*La comunicación es un mecanismo que nos permite dar a conocer la empresa, lo que vende y lo que produce*”, la cual se relaciona con lo que plantea Cees Van Riel (1997), en la comunicación corporativa en el tema de la comunicación de marketing, la cual contiene las formas de comunicación que apoyan la venta de bienes y servicios; todo lo relacionado con publicidad y marketing directo, lo cual hace referencia “a una forma de publicidad directa distribuida de manera personalizada” y venta personal.

En esta medida es importante que se comprenda que la comunicación va más allá y corresponde a un proceso de interacción, integración o espacios de participación tal como lo plantea Gabriel Kaplún (2012), la comunicación en las organizaciones trae aportes significativos, ya que permite establecer relaciones y sentidos compartidos que contribuyen a la consolidación de la legitimidad social de las entidades.

A partir de esto es fundamental que en las organizaciones públicas se aborde la comunicación como un concepto más articulador e integral, donde sea vista como un proceso que atraviesa todo el actuar de la organización y que le permite lograr sus objetivos, teniendo como base la comunicación estratégica, la cual como menciona Washington Uranga (2008) “ofrece herramientas para leer e interpretar los procesos sociales, actuando de manera complementaria con otros campos y disciplinas de las ciencias sociales”. La gestión de la comunicación es una herramienta de gestión de cambio en las entidades, la cual se realiza a partir de la articulación de los diferentes actores, quienes se implican en el proceso comunicativo.



Es importante que en las organizaciones, los líderes de comunicación como los directivos avancen en el concepto de comunicación hacia uno más integral, ya que la noción que se tiene de comunicación en una entidad direcciona la gestión comunicativa que realiza y enmarca cada una de las acciones, por ello si se contempla como un mecanismo instrumental o inherente al ser humano, la labor comunicativa va a estar establecida simplemente a la producción de medios, piezas comunicativas y transmisión de información y no se considerará importante su planeación en los distintos procesos de la organización.

Gestión de la comunicación en las organizaciones

A partir de las entrevistas realizadas y la observación directa que se ha realizado en las diferentes organizaciones, se ha podido encontrar que la mayoría de los procesos responde a los requerimientos del día a día y no a procesos planificados que se enmarquen en la construcción y fortalecimiento de vínculos con los actores a partir del dialogo y la participación diversa, puesto que, las actividades diarias que realizan las oficinas de comunicación están enfocadas al cubrimiento de eventos, campañas, administración de redes sociales, gestión de los canales de comunicación a partir de la actualización informativa y de actividades de las entidades; y basándose en esos acontecimientos diarios es cómo orientan su labor. Cabe resaltar que en las entidades públicas, 3 de las 4 cuentan actualmente con documentos como políticas, manuales o planes de comunicación que direccionan este proceso, pero apenas han sido aprobados y no se ha iniciado con la implementación de estos en las organizaciones.



En cuanto a canales de comunicación, se ha podido encontrar que los medios que más utilizan estas organizaciones son el Facebook y página web; los contenidos que se publican en estos formatos son de carácter noticioso e informativo de las actividades que se realizan en las entidades. En el caso de las pautas se ha encontrado que la radio y los medios digitales son los medios más utilizados por medio de los cuales se transmite contenido informativo para los usuarios.

Sin embargo, aunque se realiza seguimiento a estos canales, no existe una planificación de su contenido y no se tiene claro cuál es su intencionalidad, sus contenidos son dirigidos para dar a conocer los procesos, actividades y proyectos que se realizan y en pocas publicaciones se promueve la formación, la interacción y la participación a la comunidad y no existen criterios de creación. Para ello es importante resaltar lo que dice Gabriel Kaplún (1990) sobre el tema, quien resalta que “Los medios masivos tal y como actúan actualmente en su casi totalidad no son medios de comunicación sino medios de información o de difusión. Podrían llegar a ser realmente de comunicación (y de hecho algunos pocos han logrado y demostrado serlo), pero para ello tendrían que transformarse profundamente (..) el proceso de la comunicación debe realizarse, de modo que dé a todos, la oportunidad de ser alternativamente emisores y receptores”.

Es importante que se fortalezca la comunicación estratégica para poder intervenir en las organizaciones, además, se debe implementar metodologías que permitan convocar a la comunidad para permitirles involucrasen en el proceso, ya que este debe ser un intercambio social, en



donde se integren los diferentes actores, desde el inicio de la búsqueda del problema hasta la solución de la misma.

Estructura y encargados del proceso

A partir de la revisión documental y las entrevistas realizadas, se ha podido encontrar que los procesos de comunicación de las organizaciones públicas del municipio de Pitalito dependen de otras oficinas secretarías o áreas y no constituyen una oficina o departamento independiente, a excepción de EMPITALITO quien actualmente está estructurando su área denominada Oficina Asesora de Comunicaciones; las demás están adscritas en el área de secretaría general, de planeación estratégica o funcionan como contratistas externos.

De igual manera, se pudo evidenciar que en cada entidad en promedio trabajan 2 personas encargadas de los procesos de comunicación, son aproximadamente 9 personas en total, de los cuales 5 son profesionales, 2 tienen estudios técnicos relacionados con la producción de medios y los demás son empíricos en el área. Además, como apoyo a la gestión algunas organizaciones cuentan con practicantes del SENA estudiantes de publicidad y mercadeo y de la Universidad Surcolombiana, con el programa de comunicación social y periodismo.

Las funciones que realizan las personas encargadas de la comunicación en las entidades, están enmarcadas en la construcción de productos audiovisuales, apoyo de campañas, eventos, publicidad, relacionamiento con medios, políticas y documentación de comunicación y análisis de las comunicaciones estratégicas.



Respecto al rol que tiene el encargado de la comunicación en la entidad, es importante que tenga conocimientos en el tema ya que la podrá gestionar de manera planificada, teniendo en cuenta a sus actores para propiciar vínculos con ellos, esta persona debe ser la encargada de dirigir el proceso de comunicación en las entidades de forma estructurada, según Sandra Massoni (2011) la especificidad del comunicador es generar espacios de encuentro. Dentro de las funciones que tiene el comunicador está definir la política y la estrategia de comunicación de la organización en función de sus objetivos, elaborar planes estratégicos de comunicación, crear o redefinir el modelo de la imagen, entre otros.

Conclusiones

En el municipio de Pitalito poco a poco la gestión de la comunicación en las organizaciones se ha venido desarrollando como un proceso importante, sin embargo, aún se desconoce la trascendencia que trae la comunicación estratégica, la cual permite mejorar y fortalecer relaciones, proyectar una imagen favorable, facilitar la adaptación a los cambios que se presenten en el entorno social, construir coherencia respecto a lo que la organización es, lo que dice y lo que hace. En la actualidad, este proceso es gestionado a través de los canales de comunicación y se centra en la divulgación de información y visibilización de las prácticas que realiza cada entidad.

La comunicación en las organizaciones públicas debe ser vista como un proceso transversal y significativo, porque permite relacionar las necesidades del entorno, y propicia la participación con sus actores, por ello



no debe ser simplemente gestionada mediante el relacionamiento con canales o medios de comunicación, sino que debe contribuir a la construcción de sujetos políticos participes de su realidad.

Para la continuación del proyecto se pretende realizar una propuesta de comunicación a estas entidades a partir de los resultados del diagnóstico, con el fin de contribuir a la mejora y fortalecimiento de estos procesos, además se promueva la participación que genere vínculos con sus distintos actores y permita la formación sobre temas de interés público, a través de la comunicación estratégica.

Referencias

- Aljure, A. (2015). Plan estratégico de comunicación. UOC: Universitat Oberta de Catalunya
- Bartoli, A. (1992). Comunicación y Organización. La organización comunicante y la comunicación organizada. México. Paidós.
- Castellanos, F., Polanía, L., y Güisa, C. (2011). Importancia que tiene la gestión en comunicación estratégica para las organizaciones más representativas de Neiva. Neiva: Universidad Surcolombiana.
- CICCO. (s.f.). Usos y Prácticas de comunicación estratégica en las organizaciones. Universidad de la Sabana.
- Costa, J. (1999). La comunicación en acción. México: Paidós. Fuentes, S. Mapa integral de comunicaciones. Recuperado de: http://www.abrapcorp.org.br/anais2007/trabalhos/gt1/gt1_martinez.pdf
- Costa, J. (2005). Master Dircom: los profesores tienen la palabra. Editores La Paz.



- Costa, J. (2009). "De la comunicación integrada a la estratégica". En J. Costa (ed.). *Dircom, estrategia de la complejidad*. Barcelona. Ed. Universitat Autònoma de Barcelona, Universitat Jaume I, Universitat Pompeu Fabra.
- Costa, J. (2015). *El Paradigma del Dircom*. Costa punto com editor. Costa, J. (2012). *El Dircom hoy*. Costa punto com editor. Norma Bibliográfica APA 6ta Edición.
- Garrido, F. (2004). *Gestión de la comunicación en las organizaciones*. Barcelona: Paidós.
- Güisa, C. (2015). De la divulgación al encuentro sociocultural: el desafío de las organizaciones. *Poliantea*, 11(21). pp. 131-14
- Herrera, R. Pérez R. (2014) *Nueva Teoría Estratégica: el paradigma emergente para la co-construcción y transformación de la realidad*. FI-SEC.
- Kaplún, G. (2012). *Lo emergente y lo resistente en la comunicación organizacional*.
Diálogos de la comunicación, 8, 1- 23.
- Massoni, S. (2008). Los desafíos de la comunicación en un mundo fluido. *FISEC*, 45- 56. Recuperado de <http://www.cienciared.com.ar/ra/doc.php?n=9523a9gica.pdf>
- Massoni, S. (2009). *Comunicación Estratégica: somos seres en-red-dándonos*. *FISEC*, 3- 24.
- Massoni, S. (2011). *Modelo de Comunicación Estratégica. Razón y palabra*. Recuperado de: <https://octavioislas.files.wordpress.com/2011/08/massoni-modelocomunicacion-3n-estratic>



- Massoni, S. (2012). Crónica de la comunicación en un mundo fluido. FISEC, 69- 85.
- Massoni, S. (2013). Metodologías de la comunicación estratégica. Homo Sapiens Ediciones.
- Pizzolante, I. (2004). El poder de la comunicación estratégica. Editorial Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá D. C.
- Uranga, W. (2008). propecstiva estratégica desde la comunicación, una propuesta de proceso metodológico de diagnóstico dinámico y planificación
- Van Riel, C. (1997). Comunicación corporativa. Prentice-Hall