

*Comunicación Organizacional en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional del Centro del Perú**

Organizational Communication at the Faculty of Communication Sciences of the National University of Central Peru

Comunicação Organizacional na Faculdade de Ciências da Comunicação da Universidade Nacional da Central Peru

Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas

Gaspar Orellana Méndez, Universidad Nacional del Centro del Perú (UNCP),

gaspar-50@hotmail.com

Sandro Guillermo Bossio Suárez, Universidad Nacional del Centro del Perú (UNCP),

sbossios@yahoo.com

Jhony Raúl Carhuallanqui Carhuamaca, Universidad Nacional del Centro del Perú (UNCP),

jhony_by_01@hotmail.com

Resumen

Es una investigación descriptiva – comparativa. Se efectuó en la facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional del Centro del Perú (UNCP). La muestra fue de 164 estudiantes en 10 semestres académicos, 15 docentes entre nombrados y contratados en diferentes categorías y 3 administrativos. El objetivo fue concluir las características y diferencias de percepción respecto a la Comunicación Organizacional, un área de la comunicación importante en el desarrollo de la organización y fundamental en el campo de la integración institucional, así mismo, determinar cuantitativa y cualitativamente las diferencias de dicha percepción según sexo, condición laboral y ciclo de estudios. La variable de investigación se midió con el Cuestionario de Comunicación Organizacional (Portugal, 1994) que analiza tres dimensiones: comunicación ascendente, descendente y horizontal y que consta de 14 ítems que se responden en una escala tipo Likert de cinco variaciones. La conclusión final fue que la percepción general es *neutral*, con tendencia a mala en los docentes y con tendencia a buena en los administrativos y estudiantes.

Palabras claves: comunicación organizacional; comunicación horizontal; comunicación ascendente; comunicación descendente; integración institucional.

Abstrac

It is a descriptive research - comparative. It was held at the Faculty of Communication Sciences of the National University of Central Peru (UNCP). The sample consisted of 164 students in 10 academic semesters, 15 teachers between appointed and contracted in different categories and 3 administrative. The aim was to conclude the characteristics and differences of perception regarding organizational communication, an area of important communication in the development of the organization and fundamental in the field of institutional integration and,

determining quantitative and qualitative differences that perception by sex, employment status and course of study. The research variable was measured with the Organizational Communication Questionnaire (Portugal, 1994) that analyzes three dimensions: ascending, descending and horizontal communication and consists of 14 items that are answered on a Likert scale of five variations. The final conclusion was that the general perception is neutral, prone to bad on teachers and prone to good in administrative and students
Keywords: organizational communication; horizontal communication; upward communication; downward communication; institutional integration.

Resumo

É uma pesquisa descritiva - comparativa. Foi realizada na Faculdade de Ciências da Comunicação da Universidade Nacional da Central Peru (UNCP). A amostra foi composta de 164 estudantes em 10 semestres lectivos, 15 professores entre nomeados e contratados em diferentes categorias e 3 administrativa. O objetivo era concluir as características e diferenças de percepção em relação à comunicação organizacional, uma área de comunicação importante para o desenvolvimento da organização e fundamental no domínio da integração institucional e, determinando diferenças quantitativas e qualitativas que a percepção por sexo, situação profissional e curso de estudo. A variável de pesquisa foi medido com a Comunicação Questionário Organizacional (Portugal, 1994), que analisa três dimensões: ascendente, descendente e comunicação horizontal e é composto por 14 itens que são respondidas em uma escala de Likert de cinco variações. A conclusão final foi que a percepção geral é neutra, propenso ao mau sobre os professores e propenso a boa sanções administrativas e alunos.
Palavras-chave: comunicação organizacional; comunicação horizontal; comunicação ascendente; comunicação descendente; integração institucional.

(*) Investigación con apoyo de FEDU por la Universidad Nacional del Centro del Perú

1. Introducción

La Comunicación Organizacional es el proceso intencional y planificado de emisión y recepción de mensajes acordes a los objetivos corporativos, empleando para ello el código más oportuno y el canal más efectivo. La Comunicación Organizacional debe tener la misma importancia al margen el ámbito, tamaño o público de la institución, pues constituye un instrumento de unidad y compromiso que concretará el éxito de la institución con la implementación de planes y programas comunicativos articulados.

No se pretende distinguir y diferenciar conceptualmente la Comunicación Organizacional de las relaciones públicas o de las relaciones industriales o disciplinas semejantes, lo que se pretende es emplear a la Comunicación Organizacional como un instrumento que se focaliza en optimizar los mensajes a través de los canales disponibles o implementados en la institución para hacer de ella un elemento estratégico que faculte el logro de los objetivos institucionales, a la par de fortalecer una identidad corporativa sólida.

Hay un aspecto que debemos señalar, en nuestro país (Perú) las empresas particulares o llamadas privadas se esmeran por su “imagen”, “servicio” y “comunicación” por el nivel competitivo en el que se encuentran en el mercado, pero esto no ocurre en una institución pública (o del Estado), donde éstos temas no son relevantes por la posición monopólica en el servicio que tienen.

Por ello, el estudio de la Comunicación Organizacional en la facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional del Centro del Perú (UNCP) fue prioritario, pues analizando cómo se da la comunicación ascendente, descendente y horizontal podremos reformular o instituir mecanismos que permitan su desarrollo pleno y más aún en el proceso de *licenciamiento y acreditación* que se han instituido tras el cambio de la Ley Universitaria y en ella, la creación de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria (SUNEDU).

Por ello partimos por el problema general ¿cuáles son las características y las diferencias de la percepción de la Comunicación Organizacional en los miembros de la Facultad de Ciencias de la Comunicación la UNCP?, diferenciándolo según sexo, condición laboral y ciclo de estudios, con el objetivo de determinar cuantitativa y cualitativamente las características de esa percepción.

Cebrián (2013), Administradora de *Ciclus Group* asegura que “*una buena comunicación interna en el trabajo es vital, ya que así los empleados se encuentran informados, escuchados y valorados al poder brindar sus opiniones y sugerencias*” y esto es importante para lograr una mayor lealtad de los trabajadores así como una mayor identificación y compromiso con la institución, pues como sabemos, *el peor enemigo de la institución, siempre está dentro* y los problemas de comunicación le han permitido tal posición amenazante, circunstancia que debemos evitar.

Esta investigación nos dará un diagnóstico para luego elaborar un plan de Comunicación Organizacional que nos permita:

- Favorecer las relaciones entre personas
- Planificar la comunicación informal y formal
- Impulsar y fortalecer la identidad corporativa
- Potenciar a los recursos humanos en beneficio organizacional
- Instituir espacios de expresión con mayor libertad y se pueda aprovechar la imaginación, inteligencia e iniciativa de las personas
- Permitir lograr un clima laboral positivo

Contrariamente, los riesgos de una mala comunicación – o simplemente, no planificada organizacionalmente-, perjudican el trabajo, ya que se pueden producir:

- Retrasos
- Duplicidad de tareas
- Desmotivación
- Incertidumbre

- Rumores
- Chismes

1. Marco Teórico

1.1. Antecedentes

Balerezo (2014) realiza una investigación aplicada a 30 colaboradores de una empresa vinculada al tema transporte y hace referencia a la deficiente comunicación organizacional interna y su incidencia al desarrollo organizacional. Concluye que la comunicación organizacional influye directamente en la baja productividad, en el desarrollo organizacional y en las actitudes de los trabajadores. El instrumento empleado fue un cuestionario de siete preguntas de autoría del investigador, que analiza las dimensiones de la comunicación organizacional: objetivos, funciones, flujos, tipos y elementos.

Echeverría (2003) realiza una investigación que busca caracterizar la comunicación organizacional y diagnosticar la calidad del servicio, busca también caracterizar el proceso de comunicación como herramienta fundamental de la gestión de calidad del servicio, para ello, se describe como un investigación explicativa y de campo y, concluye que en el sector de seguros los empleados tienen voluntad e iniciativa para prestar un buen servicio pero se limita por la falta de herramientas para tal objetivo. Analiza la comunicación organizacional en tres dimensiones: la comunicación descendente, la comunicación ascendente, y la comunicación horizontal. Emplea un muestreo no probabilístico y selecciona cinco compañías de seguros ubicados dentro de las diez del ranking asegurador. La recolección de datos se hizo a través de visitas a cada una de las empresas y el instrumento estuvo conformado por tres cuestionarios y una entrevista.

Contreras y Tacoronte (2000), refiere los cambios que experimentan las empresas en este mundo globalizado y el cambio de actitud de los trabajadores a partir de la comunicación, por ello se plantea el problema ¿Cuáles son los elementos a tomarse en cuenta en una gestión de comunicación organizacional bajo un contexto de cambio producto de una adquisición?, Se trata de un investigación descriptiva, el estudio se realizó en el banco de Venezuela /grupo Santander, específicamente en la oficina de gerencia de Comunicaciones Internas, los instrumentos utilizados fueron la entrevista semi estructurada y una entrevista. Se estudió como variable a la comunicación organizacional caracterizando como dimensiones la planificación, en medios formales, los medios informales y, retroalimentación. Concluye la importancia de las comunicaciones informales y la retroalimentación que debe considerarse para reducir la inconformidad el personal.

Rodil (1999) preparó una investigación sobre *La Comunicación en la creación de la Identidad Organizacional*. Esta investigación consistió en diagnosticar las comunicaciones internas en la creación de la identidad Organizacional en el Diario El Impulso y como la ausencia de un plan comunicacional ha limitado los niveles de identidad de los trabajadores de esa organización. Al analizar los resultados, se encontró que un 97% de los encuestados consideró que la comunicación recibida, no fue suficiente para sentirse identificado y comprometido con la organización, por lo que se concluye que

la ausencia de una estrategia comunicacional efectiva, en el marco de una filosofía empresarial, afecta los niveles de identidad organizacional.

1.2. Definiciones

1.2.1 Comunicación

La palabra Comunicación proviene del latín “*communis*” que significa común. En castellano comunicación y comunidad tienen un misma raíz. Se "está en comunidad" porque "se pone algo en común" a través de la "comunicación".

Fiske (1982) define a la comunicación como una "*interacción social por medio de mensajes*".

Pasquali (1978) afirma que "*la comunicación aparece en el instante mismo en que la estructura social comienza a configurarse, justo como su esencial ingrediente estructural, y que donde no hay comunicación no puede formarse ninguna estructura social*".

1.2.2 Organización

Para Fernández (1999) la Organización está compuesta de dos o más personas que: “saben que ciertos objetivos sólo se alcanzan mediante actividades de cooperación...”

Se reconocen dos tipos de organizaciones: La Organización Formal, es una empresa formalmente organizada. La Organización Informal, representa una actividad conjunta sin un propósito colectivo consciente. Keith Davis de *Arizona State University* dice que una organización informal es "una red de relaciones personales y sociales no establecidas ni requeridas por la organización formal pero que se producen espontáneamente a medida que las personas se asocian entre sí".

1.2.3 Comunicación en las Organizaciones

Kreps (1990), citado por Marín (1996), describe así la comunicación en las organizaciones: "*Es el proceso por medio del cual los miembros recolectan información pertinente acerca de su organización y los cambios que ocurren dentro de ella. (...) La comunicación ayuda a los miembros a lograr las metas individuales y de organización, al permitirles interpretar el cambio de la organización y finalmente coordinar el cumplimiento de sus necesidades personales con el logro de sus responsabilidades evolutivas en la organización*".

1.2.4 Comunicación Organizacional

Según Fernández (1999), no es posible imaginar una organización sin comunicación, así, la “*comunicación organizacional es el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y su medio*”.

La comunicación organizacional según Fernández (1999) puede dividirse en:

a) Comunicación Interna: cuando los programas están dirigidos al personal de la organización (directivos, gerencia media, empleados y obreros). Se define como el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y

mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantenga informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales.

b) Comunicación Externa: cuando se dirigen a los diferentes públicos externos de la organización (accionistas, proveedores, clientes, distribuidores, autoridades gubernamentales, medios de comunicación, etc.). Se define como el conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización hacia sus diferentes públicos externos, encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos, a proyectar una imagen favorable o a promover sus productos y servicios

Kreps (1995), nos dice que *"es el proceso por medio del cual los miembros recolectan información pertinente acerca de su organización y los cambios que ocurren dentro de ella"*.

Chillida (2007) en *Comunicación Organizacional: Clave para la Gestión del Conocimiento Eficientes*, nos refiere que *"Ante todo la organización debe disponer de un sistema relacional que asegure el diálogo abierto y argumentado entre los miembros y partes empresariales, lo cual exige la presencia de un lenguaje común que sirva de nexo expositivo y de espacio de encuentro entre las posiciones enfrentadas"*, es decir, nos plantea la necesidad de una comunicación horizontal de códigos comunes que debe ser construido por una eficiente Comunicación Organizacional.

Zelko y Dance (1965), citados por Goldhaber (1984), se interesan principalmente por las "habilidades" de comunicación que se dan en los negocios y en las profesiones (dar conferencias, escuchar, entrevistar, asesorar, vender, persuadir, etc.). Perciben a la comunicación organizacional como interdependiente entre las comunicaciones internas (ascendentes, descendentes y laterales) y las comunicaciones externas (relaciones públicas, ventas y publicidad).

De otro lado K. King (2012), señala dos tipos de Comunicación:

a) La comunicación interna, son todas las actividades realizadas por la organización, para crear y mantener las relaciones entre sus miembros, a través del buen uso de los diferentes medios de comunicación existentes en la organización.

- Elaborar un reconocimiento de la empresa en un ambiente de cordialidad, y estimulación en las actividades laborales.
- Poder conocer en gran medida a la organización y familiarizarse con ellas.
- Reconocimiento del desempeño de los colaboradores
- Fomentar el intercambio de información (comunicación) en toda la organización.
- La empresa es responsable de fomentar un clima organizacional positivo para beneficio de toda la organización.
- El clima organizacional es básicamente en ambiente personal y de índole físico a partir del cual se realizan las actividades empresariales.

b) La comunicación externa, son todas las actividades realizadas por la organización, cuyo propósito es mantener relaciones con el exterior, en la actualidad a este tipo de comunicación se le conoce como relaciones públicas.

Además, señala tres flujos:

a) Comunicación descendente, este tipo de comunicación se presenta en los niveles jerárquicos altos y con dirección específica hacia los niveles de jerarquía inferior, generalmente esta comunicación se presenta en las organizaciones cuya autoridad es centralizada y sumamente autoritaria.

Dentro de la comunicación descendente los principales medios utilizados para el proceso de comunicación están vía mando (instrucciones de forma oral al personal) se presenta: a través de los discursos, reunión con el personal, vía telefónica. En cuanto a la comunicación vía escrita los medios más utilizados son: Memorándum, cartas, informes, manual de operaciones, folletos, reportes, entre muchas más.

b) Comunicación ascendente, este tipo de comunicación organizacional se presenta cuando los trabajadores (subordinados) transmiten información a sus jefes. Es decir, esta información fluye de niveles inferiores a niveles de jerarquía superior. Desgraciadamente el flujo de la información en esta vía de transmisión no siempre llega a los niveles más altos de forma completa y objetiva, ya que conforme va ascendiendo la información los receptores van mediando el impacto del contenido, sobre todo si se trata de informes o noticias negativas o no esperadas por la gerencia o la administración. Esto se presenta comúnmente en las organizaciones, cuando un operador no alcanza a cumplir las metas, o existen problemas que afectan directamente la productividad, o generan conflictos en la empresa; es en estas situaciones que los encargados de estas áreas de trabajo por temor, conveniencia, o respeto a los niveles superiores de mando, no dan a conocer muchas veces datos reales de producción, financieros, o de desempeño.

- Reunión periódica
- Entrevista personalizada
- Círculo de Calidad
- Vía telefónica
- A través de encuestas
- Sistema de quejas y sugerencias (Buzones, cartas y mensajes a la administración).

c) Comunicación cruzada, dentro de este tipo de flujo de comunicación se considera a la información de dirección horizontal (aquella que se presenta entre niveles similares de jerarquía dentro de la organización) y el conocido “flujo diagonal” (el flujo diagonal se presenta cuando las partes que intervienen en el proceso de comunicación forman parte de niveles jerárquicos diferentes y no establecen una relación de dependencia entre ellas).

Según Katz y Kahn (1990), el flujo de Comunicación se da de las siguientes maneras:

- a) Comunicación Descendente, es la comunicación que fluye desde los niveles más altos de una organización hasta los más bajos. Estas comunicaciones que van del superior al subordinado son básicamente de cinco tipos: instrucciones de trabajo, explicación razonada del trabajo, información sobre procedimientos y prácticas organizacionales, retroalimentación al subordinado respecto a la ejecución, información de carácter ideológico para iniciar la noción de una misión por cumplir.
- b) Comunicación Ascendente, fluye desde los niveles más bajos de la organización hasta los más altos. Incluye buzones de sugerencias, reuniones de grupo y procedimientos de presentación de quejas.
- c) Comunicación Horizontal, es la comunicación que fluye entre funciones, necesaria para coordinar e integrar los distintos trabajos en una organización.
- d) Comunicación Diagonal, es la que cruza distintas funciones y niveles de una organización y es importante cuando los miembros de la misma no pueden comunicarse por medio de los demás canales de comunicación.

2. Metodología

2.1 Método

Metodológicamente, se usaron métodos descriptivos y luego comparativos en relación a las tres dimensiones de análisis:

- a) Sexo.
- b) Condición laboral.
- c) Ciclo de estudios.

2.2 Diseño

El diseño es descriptivo comparativo:

$M_1 - O_1$

$M_2 - O_2$

$M_3 - O_3$

Dónde:

M_1 : Docentes de la facultad de ciencias de la comunicación

M_2 : Alumnos de la facultad de ciencias de la comunicación

M_3 : Administrativos de la facultad de ciencias de la comunicación

O_1 : Medición de las características y percepción de la comunicación organizacional en docentes

O_2 : Medición de las características y percepción de la comunicación organizacional en alumnos

O₃: Medición de las características y percepción de la comunicación organizacional en administrativos

Lógica de demostración:

$$O_1 = O_2 = O_3$$

$$O_1 \neq O_2 \neq O_3$$

2.3 Población

La población está conformada por 335 miembros de la facultad:

- a) Docentes: 18
- b) Administrativos: 03
- c) Alumnos: 314

2.4 Muestra

La muestra analizada es 183 miembros de la facultad:

- a) Docentes: 15, de los cuales 12 varones y 3 mujeres; 10 nombrados y 05 contratados
- b) Administrativos: 03, de los cuales un varón y dos mujeres. 02 nombrados y 01 contratado
- c) Estudiantes : 164, 16 a 25 años de los diez semestres de estudios, 162 solteros y dos casados, 87 varones y 77 mujeres, edad promedio de 20.23 y desviación estándar de 1.90

2.5. Instrumento

En cuanto al instrumento, se aplicó el cuestionario de Comunicación Organizacional de Portugal (1994) y que fue adaptada por Zempoaltécatl (2004), el mismo que está conformada por 14 ítems que evalúan tres dimensiones:

- a) Comunicación Ascendente
- b) Comunicación Descendente
- c) Comunicación Horizontal

Se emplea una escala tipo Likert, en la cual cada sujeto marca una alternativa de 1 a 5 y que va desde “nunca” hasta “siempre”.

Los datos serán procesados a través del programa estadístico SPSS.15. Se hallará la *r* de Pearson Corregida y el alfa de *Crombach*, para la validez y confiabilidad del instrumento. Para caracterizar la variable de estudio se elaboraran tablas de frecuencias y porcentajes. La confiabilidad arrojó 0,711 Alfa de *Crombach*. Todos los ítems son válidos con valores en la *r* de *Pearson* corregida de 0.256 a 0.502

2. Resultados

Tenemos las siguientes tablas que resultan de la investigación:

Tabla 1.

Nivel general de la escala de la Comunicación Organizacional de tipo Likert

INTERVALO	PERCEPCIÓN
59-70	Excelente Comunicación Organizacional
48-58	Buena Comunicación Organizacional
37-47	Neutralidad
26-36	Mala Comunicación Organizacional
14-25	Pésima Comunicación Organizacional

Fuente: Elaboración propia

Se empleó un intervalo de calificación que sumado daba un puntaje para calificar adecuadamente la percepción de la Comunicación Organizacional, el mismo que fue aplicado a cada uno de los grupos detallados en la sección Muestra.

Tabla 2.

Niveles por ítem de la escala de la Comunicación Organizacional de tipo Likert

INTERVALO	PERCEPCIÓN
5	Excelente Comunicación Organizacional
4	Buena Comunicación Organizacional
3	Neutralidad
2	Mala Comunicación Organizacional
1	Pésima Comunicación Organizacional

Fuente: Elaboración propia

Se detalla en la Tabla 2 el intervalo según la escala de Likert y el significado para la validación de la interpretación.

Tabla 3.

Percepción de la Comunicación Organizacional en el total de los docentes de la facultad de Ciencias de la Comunicación de la UNCP

TIPOS DE PERCEPCIÓN	FRECUENCIA	%
Excelente Comunicación Organizacional	0	0
Buena Comunicación Organizacional	2	13
Neutralidad	9	60
Mala Comunicación Organizacional	3	20
Pésima Comunicación Organizacional	1	7
TOTAL	15	100%

Fuente: Elaboración propia

La neutralidad en el caso de los docentes es la que prevalece.

Tabla 4. Percepción de la Comunicación Organizacional por características diferenciales en los docentes de la facultad de Ciencias de la Comunicación de la UNCP

GENERAL	VARIABLES				NIVELES DE PERCEPCIÓN
	CONDICIÓN LABORAL		SEXO		
	NOMBRADOS	CONTRATADOS	MASC.	FEM.	
0	0	0	0	0	Excelente Comunic Organizacional
2	2	0	2	0	Buena Comunic Organizacional
9	6	3	7	2	Neutralidad
3	2	1	2	1	Mala Comunic Organizacional
1	0	1	1	0	Pésima Comunic Organizacional
15	10	5	12	3	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5.
Percepción de la Comunicación Organizacional en los docentes según condición de la facultad de Ciencias de la Comunicación de la UNCP

CONDICIÓN	PUNTAJE OBTENIDO	TIPO DE PERCEPCIÓN
NOMBRADO	43	Neutralidad
CONTRATADO	35	Neutralidad

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6.
Percepción de la Comunicación Organizacional en los docentes según género de la facultad de Ciencias de la Comunicación de la UNCP

GÉNERO	PUNTAJE OBTENIDO	TIPO DE PERCEPCIÓN
MASCULINO	41	Neutralidad
FEMENINO	39	Neutralidad

Fuente: Elaboración propia

Tabla 7.
Percepción de la Comunicación Organizacional en el total de los administrativos de la facultad de Ciencias de la Comunicación de la UNCP

TIPOS DE PERCEPCIÓN	FRECUENCIA	%
Excelente comunicación organizacional	0	0
Buena comunicación organizacional	1	33

Neutralidad	2	67
Mala comunicación organizacional	0	0
Pésima comunicación organizacional	0	0
TOTAL	3	100%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 8.

Percepción de la Comunicación Organizacional en los administrativos de la facultad de Ciencias de la Comunicación de la UNCP

GENERAL	VARIABLES				TIPOS DE PERCEPCIÓN
	CONDICIÓN LABORAL		SEXO		
	NOMBRADOS	CONTRATADOS	MASC.	FEM.	
0	0	0	0	0	Excelente comunicación organizacional
1	1	0	0	1	Buena comunicación organizacional
2	1	1	1	1	Neutralidad
0	0	0	0	0	Mala comunicación organizacional
0	0	0	0	0	Pésima comunicación organizacional
3	2	1	1	2	TOTAL

Fuente: Elaboración propia

Tabla 9.

Percepción de la Comunicación Organizacional en los administrativos según condición laboral de la facultad de Ciencias de la Comunicación de la UNCP

CONDICIÓN	PUNTAJE OBTENIDO	TIPO DE PERCEPCIÓN
NOMBRADO	50	Buena comunicación organizacional
CONTRATADO	39	Neutralidad

Fuente: Elaboración propia

Tabla 10.

Percepción de la Comunicación Organizacional en los administrativos según género de la facultad de Ciencias de la Comunicación de la UNCP

GÉNERO	PUNTAJE OBTENIDO	TIPO DE PERCEPCIÓN
MASCULINO	38	Neutralidad
FEMENINO	50	Buena comunicación organizacional

Fuente: Elaboración propia

Tabla 11.

Percepción de la Comunicación Organizacional en los estudiantes de la facultad de Ciencias de la Comunicación de la UNCP

GENERAL	VARIABLES		TIPOS DE PERCEPCIÓN
	GÉNERO	SEMESTRES	

	MASCULINO	FEMENINO	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	Excelente comunicación organizacional
50	23	27	11	15	0	3	4	4	2	1	6	4	Buena comunicación organizacional
103	58	45	4	9	7	13	7	7	14	26	20	2	Neutralidad
11	6	5	1	0	1	1	0	0	0	0	2	0	Mala comunicación organizacional
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	Pésima comunicación organizacional
164	87	77	16	24	8	17	11	11	16	27	28	6	TOTAL

Fuente: Elaboración propia

Tabla 12.

Percepción por semestres de la Comunicación Organizacional en los estudiantes de la facultad de Ciencias de la Comunicación de la UNCP

SEMESTRE	PUNTAJE OBTENIDO	TIPO DE PERCEPCIÓN
PRIMER SEMESTRE	49	Buena comunicación organizacional
SEGUNDO SEMESTRE	48	Buena comunicación organizacional
TERCER SEMESTRE	39	Neutralidad
CUARTO SEMESTRE	43	Neutralidad
QUINTO SEMESTRE	47	Neutralidad
SEXTO SEMESTRE	45	Neutralidad
SEPTIMO SEMESTRE	44	Neutralidad
OCTAVO SEMESTRE	39	Neutralidad
NOVENO SEMESTRE	44	Neutralidad
DECIMO SEMESTRE	49	Buena comunicación organizacional

Fuente: Elaboración propia

Tabla 13.

Percepción por género de la Comunicación Organizacional en los estudiantes de la facultad de Ciencias de la Comunicación de la UNCP

GÉNERO	PUNTAJE OBTENIDO	TIPO DE PERCEPCIÓN
MASCULINO	44	Neutralidad
FEMENINO	45	Neutralidad

Fuente: Elaboración propia

Tabla 14.

Percepción por ítem de la Comunicación Organizacional en los estudiantes de la facultad de Ciencias de la Comunicación de la UNCP

REACTIVOS	PUNTAJE OBTENIDO	RANGO
1. ¿Se le brinda atención cuando va comunicarse con sus profesores o autoridades?	3	NEUTRALIDAD
2. ¿Cree que los comentarios o sugerencias que le hace a sus profesores o autoridades son tomados en cuenta?	3	NEUTRALIDAD
3. ¿Sus profesores o autoridades le hacen sentir la suficiente confianza y libertad para discutir problemas sobre la formación académica?	3	NEUTRALIDAD
4. ¿Se le permite hacer las aclaraciones acerca de la información que recibieron en clase?	3	NEUTRALIDAD
5. ¿Tiene confianza con sus profesores o autoridades para poder hablar sobre problemas personales?	2	MALA COMUNIC. ORGANIZACIONAL
6. ¿Recibe aclaraciones de sus profesores o autoridades sobre su desempeño como estudiante?	3	NEUTRALIDAD
7. ¿Recibe toda la información que necesita para poder realizar eficientemente su trabajo académico?	3	NEUTRALIDAD
8. ¿Cree que sus profesores y autoridades utilizan un lenguaje entendible cuando se dirige a usted?	4	BUENA COMUNIC. ORGANIZACIONAL
9. ¿Las instrucciones de sus profesores o autoridades son claras?	4	BUENA COMUNIC. ORGANIZACIONAL
10. ¿Sus docentes y autoridades les dan de manera oportuna la información?	4	BUENA COMUNIC. ORGANIZACIONAL
11. ¿Existe una atmosfera de confianza entre compañeros de estudio?	4	BUENA COMUNIC. ORGANIZACIONAL
12. ¿Cree que hay integración y coordinación entre sus compañeros del mismo ciclo para la solución de tareas o problemas?	3	NEUTRALIDAD
13. ¿Cree que la comunicación entre sus compañeros de estudio del mismo semestre es de manera abierta?	3	NEUTRALIDAD
14. ¿Cree que se oculta cierta información entre compañeros del mismo nivel?	3	NEUTRALIDAD

Fuente: Elaboración propia

4. Discusión

Vallejo (2010) describe las actividades de una empresa, en el ámbito relacional a través de la Comunicación Organizacional, específicamente, lo que realiza dentro del entorno y relevancia para la implementación de la Responsabilidad Social. Plantea además los siguientes contextos de la comunicación:

1) Comunicación Intrapersonal: es aquella comunicación con uno mismo. Es un diálogo interior que incluso puede ocurrir en la presencia de otra persona. A menudo da lugar a las autocríticas.

2) Comunicación Interpersonal: se refiere a la comunicación cara a cara entre personas. Ej. Relación Médico- Paciente, Padre- Hijo. Se incluye también las relaciones familiares, de amistad, etc.

3) Comunicación en el grupo pequeño: está compuesto por personas que trabajan juntas para conseguir un objetivo común.

4) Comunicación Pública: o la diseminación de información por parte de una persona en un grupo amplio.

5) Comunicación de Masas: es aquella que se dirige a grandes audiencias. Los medios de comunicación de masas se refieren a los canales por los que fluyen los mensajes de masas. Es decir los periódicos, televisión, radio y computadores. Se incluye las nuevas tecnologías informáticas como el correo electrónico desde internet, entre otras. La comunicación de masas se refiere a la comunicación dirigida a una amplia audiencia, a través de estos canales de comunicación.

6) Comunicación Intercultural: hace referencia a los individuos cuyas tendencias culturales son diferentes. Estos individuos no tienen por qué ser necesariamente de diferentes países, ya que se puede dar el caso como el de Estados Unidos que es un país diverso. La cultura, estructura nuestra forma de actuar.

7) Comunicación Organizacional: se refiere a la comunicación dentro y entre entornos amplios. Esta comunicación es extremadamente diversa debido a que la comunicación organizacional necesariamente lleva cursos en público (las conversaciones entre el encargado y subordinado), discursos en público (presentaciones a cargo de los ejecutivos de la empresa), situaciones de grupo pequeños (un grupo que trabaja que prepara un informe) y experiencias mediatizadas (memorias, e-mail, y teleconferencias).

Así, el resultado general de nuestra investigación arroja una percepción mayoritariamente neutral en cuanto a la Comunicación Organizacional de la facultad de Ciencias de la Comunicación. Los resultados por públicos demuestran que el 60% de los docentes tiene una percepción neutral. Con esto se demuestra que la comunicación organizacional tiene como características ser formal y descendente con nula participación formal ascendente.

Aquí podemos insertar, en comparación con nuestros resultados, el resultado de Balerezo Toro, Eyron (2014), quien concluye que la comunicación organizacional influye directamente en la baja productividad, en el desarrollo organizacional y en las actitudes de los trabajadores. En ese sentido, podemos decir que una percepción de comunicación neutral representa un riesgo de indiferencia, lo cual puede ocasionar incomunicación y desmotivación (Balerezo, 2014).

Como vimos, los públicos estudiados muestran neutralidad en la percepción de la Comunicación Organizacional, con 09 personas ubicadas en el intervalo 3 (neutralidad), a diferencia de 02 ubicadas en el intervalo 4 (buena comunicación organizacional); 03 en el intervalo 02 (mala comunicación organizacional); y 01 en el intervalo 01 (pésima Comunicación Organizacional). Ello hace pensar que en la facultad de Ciencias de la Comunicación, la percepción que se maneja de manera general es neutral, es decir que se

encuentran en el punto medio entre la buena comunicación y la mala comunicación. De otro lado, según condición (nombrado o contratado) y género (masculino y femenino), la percepción sigue siendo neutral, donde los puntajes son de 43 para nombrados y 41 encuestados masculinos, además de un puntaje de 35 para contratados y 39 encuestados femeninos se encuentran en ese rango.

Esto se relaciona con lo que señala Chillida (2007) quien señala que “ante todo la organización debe disponer de un sistema relacional que asegure el diálogo abierto y argumentado entre los miembros y partes empresariales, lo cual exige la presencia de un lenguaje común que sirva de nexo expositivo y de espacio de encuentro entre las posiciones enfrentadas”. Siendo así, nos encontramos ante la necesidad de una comunicación horizontal de códigos comunes que debe ser construido por una eficiente Comunicación Organizacional.

Cambiando de público, en el grupo de los administrativos encontramos que 02 de ellos se ubican en el rango de la neutralidad y 01 en el rango de buena Comunicación Organizacional. Del mismo modo, en cuanto a condición, es 01 nombrado el que percibe una buena comunicación y 01 nombrado y 01 contratado los que se encuentran en la neutralidad. Como se vio, de igual forma, un encuestado masculino y dos encuestados femeninos tienen una percepción neutral acerca de la Comunicación Organizacional.

Para este caso, el resultado, que viene a ser semejante al resto, Celsi Brönstrup, Elena Godoi, Anely Ribeiro (2007), señalan que la comunicación organizacional es de vital importancia para la gestión adecuada de una institución y que esta debe ser percibida al menos como positiva para determinar un buen manejo de la misma. Como esto no ocurre en este grupo, pues diremos que la percepción neutral de la comunicación organizacional en la facultad de la UNCP nos acerca más bien a una comunicación manejada con indiferencia y poca técnica (Brönstrup, Godoi y Ribeiro, 2007). Para lo mismo, Zelko y Dance, 1965, citados por Holdhaber (1984), se centran en las habilidades de comunicación que se dan en las profesiones, percibiendo la comunicación organizacional como interdependiente entre las comunicaciones internas (ascendentes, descendentes y laterales) y las comunicaciones externas (relaciones públicas, ventas y publicidad).

En el tercer grupo estudiado, estudiantes de los diez semestres de la facultad de Ciencias de la Comunicación, encontramos que, de los 164 encuestados, 103 de ellos se encuentran en el rango de neutralidad; 50 de ellos perciben que hay una buena comunicación organizacional en la facultad, mientras que 11 distinguen una mala comunicación organizacional. Esto quiere decir que la mayoría de estudiantes, entre varones y mujeres, tiene también una percepción de neutralidad, lo que corrobora

Aquí Serrano nos explica mejor este fenómeno: “Las relaciones entre las dimensiones sociales, comunicativas y psicobiológicas presentes en las organizaciones y en la sociedad, están catalogadas en el Sistema Social (su estructura se regula por derechos y obligaciones que afectan a individuos e instituciones respecto a la producción, distribución y consumo de bienes y servicios; objeto de la interacción social); y en el Sistema Comunicativo (que articulan pautas y patrones de expresión a los diversos códigos, proporcionando producción e interpretación de signos y mensajes. El sistema de Conocimientos y Representaciones Culturales, polariza las relaciones entre sujetos y entorno, cuyo contenido articulado hace posible que a las cosas, los aconteceres, a las personas, cualquier sujeto le atribuya valores,

símbolos, expectativas, capaces de proporcionarles gratificaciones o sufrimientos; objeto de la interacción ecológica o adaptativa.

Conclusiones

- La percepción mayoritariamente es neutral en los segmentos estudiados respecto a la Comunicación Organizacional de la facultad de Ciencias de la Comunicación.
- La percepción de la Comunicación Organizacional tiene una tendencia a mala en los docentes y buena en los administrativos y estudiantes.
- Se demostró que la percepción de la Comunicación Organizacional es diferente en la Facultad de Ciencias de la Comunicación, según sexo, condición laboral y ciclo de estudios, por los docentes, alumnos y administrativos.

Referencias

- Balerezo Toro, Eyrón (2014). *La comunicación organizacional interna y su incidencia del desarrollo organizacional de las empresas San Miguel Drive*. Tesis en la Universidad técnica de Ambato (Ecuador).
- Cebrián, Valeria (2013) *Importancia de la Comunicación Organizacional*. Consultado el 04 de junio de 2014, de <http://ciclusgroup.wordpress.com/2013/01/18/importancia-de-la-comunicacion-organizacional/>
- Chillida, Godofredo (2007). *La Comunicación Organizacional: Clave para la Gestión del Conocimiento Eficientes*. *Razón y Palabra*, vol. 12, núm. 55, febrero-marzo, 2007.
- Contreras, Hectony, y Tacoronte, Arturo (2000). *Modelo de Gestión de comunicación para el cambio organizacional y gestión comunicacional: Caso banco de Venezuela/Grupo Santander*. Tesis en la Universidad Católica Andrés Bello.
- Echeverría Petit, Emily (2003). *La comunicación organizacional y la calidad del servicio de las compañías de seguros de Barquisimeto*. Tesis de la universidad centroccidental “Lisandro Alvarado”
- Fernández, C. (1999). *La comunicación en las organizaciones*. México, D.F: Trillas
- Fiske, J., (1982) *Introducción al Estudio de la Comunicación*. Editorial Norma, Colombia.
- Goldhaber, Geral M. (1984) *Comunicación Organizacional*, México: editorial Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey.
- Katz y Kahn (1990) *Psicología Social de las Organizaciones*. México: Nama
- King Núñez, Karla (2012) *Comunicación organizacional. Tipos y formas*. Consultado el 03 de junio de 2014, de <http://jervalda.wordpress.com/2012/04/11/comunicacion-organizacional-tipos-y-formas/>
- Kreps, G. L., *La Comunicación en las Organizaciones*. Addison-Wesley Iberoamericana, España, 1995.
- Marin, Lucas. (1996). *La Comunicación en la empresa y en las organizaciones*. Colección Bosch Comunicación.

- Pasquali, Antonio (1978). *Comprender la Comunicación*. Caracas: Monte Ávila
- Rodil, Martha (1999). *La Comunicación en la creación de la Identidad Organizacional. Diagnóstico Diario El Impulso*. Trabajo de Grado. Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado.
- Vallejo, María (2010). *Comunicación Organizacional y Responsabilidad Social: Diagnostico e Implementación de la Responsabilidad Social en la empresa INZATEX*. Tesis de licenciatura.
- Zempoaltécatl Morales, María de los Remedios Norma (2004). *Comunicación organizacional y satisfacción laboral en docentes de instituciones de educación de nivel superior*. Tesis de Maestría en Psicología, Universidad de las Américas Puebla.

Biografía

Gaspar Orellana Méndez, Licenciado en Psicología y Magister en Psicología. Docente nombrado en la categoría de Principal en la Universidad Nacional del Centro del Perú (UNCP). Dicta cátedras de investigación científica y tesis. Correo electrónico: gaspar-50@hotmail.com

Sandro Guillermo Bossio Suárez, Licenciado en Periodismo con maestría en tecnologías de la información. Docente nombrado en la categoría de Asociado en la Universidad Nacional del Centro del Perú (UNCP). Dicta cátedras de periodismo especializado y prensa. Correo electrónico: sbossios@yahoo.com

Jhony Raúl Carhuallanqui Carhuamaca, Licenciado en Ciencias de la Comunicación con Maestría en Comunicación para el Desarrollo. Docente contratado en la categoría de Auxiliar en la Universidad Nacional del Centro del Perú (UNCP). Dicta cátedras de Análisis y Lenguaje de los Medios y Periodismo Especializado. Correo electrónico: jhony_by_01@hotmail.com