

MARCO TEORICO

El hombre es una especie que necesita vivir en comunidad. A diferencia de otros animales el homo-sapiens se caracteriza por su posición erguida y por el desarrollo de sus cuerdas vocales el lenguaje que le permitieron formar un código propio, cuya máxima expresión es el lenguaje.

Gracias a esta cualidad del hombre, la comunicación humana implicó el desarrollo de la humanidad, de tal forma que el mundo -antes formado por grupos- ahora consta de una compleja red de comunidades interdependientes unas de otras. Cada una de ellas constituye una organización dividida a la vez en otras mas, llámese empresa, gobierno, iglesia, escuela...hasta llegar a la familia, organización primaria, de la que parten las instituciones sociales.

Se dice que vivimos en una época de gran complejidad organizacional. Desde que nos levantamos por la mañana el despertador que nos avisa la hora es producto de una organización. Nuestros alimentos son la producción de determinadas empresas o instituciones, el automóvil que conducimos fué diseñado por una o más organizaciones, etc. Si la sociedad se forma de un conjunto de organizaciones basadas en la comunicación, quiere decir que esta última es crucial para el buen u óptimo desarrollo de cada una de ellas.

La misma interdependencia existente entre las instituciones llevó a Hart y Scott (4) a la conclusión de que todo lo que es bueno en la humanidad solo puede lograrse por medio de las organizaciones modernas pero lo contrario también es cierto, ya que son las organizaciones las que discriminan, contaminan y declaran guerras de salarios.

A la vez las instituciones tienen gran influencia en el individuo que de alguna forma está relacionado con ella. En el caso de un empleado, su trabajo quedará determinado por sus propias expectativas y por las características de la organización, según Corsh y Morse.(5)

Las organizaciones contribuyen a la vez a la estratificación social y afectan de manera diferencial las categorías de los individuos.

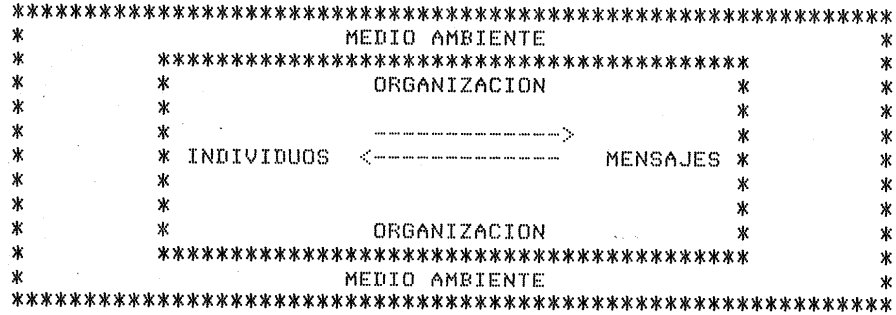
Esto último es comprobable en cualquier sociedad, pues al referirnos a un individuo determinado suele mencionarse el lugar o puesto que ocupa dentro de determinada organización. Ejemplo: al hablar de un gerente se dice "es el gerente de...", al presidente de una empresa: "es el presidente de..."

Una organización puede ser agente de cambio o de estabilidad social.

Cuando el equilibrio de la organización está alterado, un estudio de " COMUNICACION ORGANIZACIONAL" puede descubrir la problemática interinstitucional para que, una vez detectado él o los problemas, puedan tener solución.

De acuerdo a Goldhaber:"La comunicación organizacional es el flujo de mensajes dentro de una red de relaciones interdependientes".(6)

Representado gráficamente:



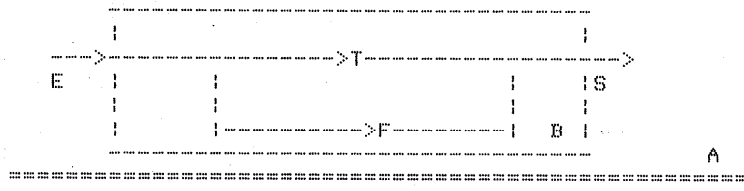
En base a las percepciones de los autores de comunicación que difieren según el enfoque de cada uno de ellos, la comunicación organizacional se define en tres proposiciones:

IMPLICA MENSAJES, SU FLUJO, SU PROPOSITO, SU DIRECCION Y EL MEDIO EMPLEADO:

Se refiere a que dentro de la organización los mensajes sirven como proceso de información, al que el receptor le dar un significado y que es denominado mensaje, éste a la vez puede ser verbal (hablado o escrito) o no verbal (gestos, caricias, golpes, tono de voz, volúmen, ritmo, espacio personal, objetos, etc). Los mensajes verbales o no verbales son dirigidos a una audiencia determinada el propósito puede variar. El propósito del flujo

de éstos se refiere al motivo por el que se envía y se recibe un mensaje dentro de la organización. Redding (1967) (7) sugiere tres razones para explicar el flujo de mensajes interorganizacionales: de tarea (relacionados con los productos, servicios o actividades que tienen una importancia específica en la organización, ejemplo: mensajes para mejorar la calidad del servicio); de mantenimiento (son los mensajes que tratan sobre las políticas o regulaciones de la organización, que ayudara a ésta última a seguir con vida y a perpetuarse a sí misma) y humanos (que están dirigidos a personas dentro de la organización y se refieren a actitudes, moral y satisfacciones. La dirección del mensaje se refiere a las formas ascendente, descendente, u horizontal que el mensaje recorre de acuerdo al organigrama de la organización. El medio empleado puede se memorandum, boletines, reuniones, oficios u oral. II OCURRE EN UN SISTEMA ABIERTO QUE ES INFLUENCIADO E INFLUENCIA AL MEDIO AMBIENTE:

Las organizaciones son sistemas abiertos!(8)
 =====



S=SALIDAS A=AMBIENTE
 F=FEEDBACK E=ENTRADAS
 B=ORGANIZACION T=TRANSFORMACION

En otras palabras existen interacciones a nivel interorganizacional y extraorganizacional. Las interacciones interorganizacionales son aquellas que existen entre los departamentos o direcciones o constituyentes de la institución. Las interacciones extraorganizacionales se llevan a cabo con otras organizaciones (medio ambiente).

De esta forma situamos a la organización como agente de cambio desde dos perspectivas: 1) Involucra cambios internos con respecto a quienes pertenecen a la organización; 2) Incluye intentos directos sobre el sistema social y viceversa.

III IMPLICA PERSONAS, SUS ACTITUDES, SUS SENTIMIENTOS, SUS RELACIONES, SUS HABILIDADES:

Se refiere al papel del individuo como persona dentro de la organización sus actitudes, sus sentimientos, relaciones y habilidades.

Para que una organización esté equilibrada es necesaria la conjunción de los tres factores mencionados anteriormente y para

nuestro análisis debemos estudiarlos paso a paso para obtener un panorama completo que nos permita detectar las áreas más problemáticas o de mayor grado de conflicto.

Como apoyo a la conclusión de este estudio fué utilizado un cuestionario llamado de bloqueos, ya que su carácter repetitivo ayuda a la obtención de resultados más exactos.

Una vez finalizado el proceso de encuesta fué utilizada la interpretación de resultados que consta de 11 áreas.

Las respuestas de la población (personal de la Policía Judicial del Estado) se calculó porcentualmente:

I.- Cuando se obtuvo que un 60 % o más del personal tenía mas de 6 puntos en alguna de las áreas, se interpretó como verdadero.

Ejemplo: En el área I el 70 % del personal obtuvo puntuaciones mayores de 6, por lo tanto resultó una afirmación verdadera.

II.- Cuando se obtuvo que un 60 % o más respondió con menos de 4 puntos a alguna área, la afirmación se interpretó como falsa o negativa.

Ejemplo: En el área 3 el 40 % obtuvo puntuaciones menores de 4, por lo tanto se calificó como afirmación falsa.

El resultado de cada área en cifras porcentuales detecta la existencia de un problema o la inexistencia de éste.

En el anexo 1 se reproduce el cuestionario así como el método estadístico utilizado en la toma de la muestra.