



Políticas de comunicación en la cultura organizacional

¿Qué son las políticas de comunicación?

- Son lineamientos formales que regulan las prácticas comunicativas dentro de una organización.
- Establecen cómo, cuándo, con quién y a través de qué medios se comunican los mensajes institucionales.
- Buscan garantizar la coherencia, claridad, eficacia y alineación de la comunicación con los objetivos y valores organizacionales.
- Se aplican tanto a la comunicación interna como a la comunicación externa.

Relación con la cultura organizacional

- Las políticas de comunicación expresan la cultura organizacional: reflejan sus valores, estilos de liderazgo, estructuras y modos de interacción.
- A la vez, funcionan como instrumentos para consolidar y reproducir esa cultura a través de prácticas comunicativas.
- Una organización con cultura participativa, por ejemplo, promueve políticas que fomentan el diálogo y la descentralización del mensaje.
- En contextos jerárquicos, las políticas tienden a ser más normativas, con canales y vocerías claramente definidos.

Función estratégica en la gestión organizacional

- Contribuyen a la toma de decisiones informada y a una comunicación oportuna y eficaz entre áreas.
- Facilitan la planificación y evaluación de acciones comunicacionales.
- Son clave en situaciones sensibles: permiten actuar con rapidez, responsabilidad y unidad discursiva ante crisis o cambios.
- Refuerzan el compromiso del personal al establecer criterios compartidos sobre cómo se comunica en la organización.

Componentes clave de una política de comunicación

1. Principios y valores comunicacionales
 - Definen el marco ético y cultural que guía la comunicación (ej. transparencia, respeto, inclusión, veracidad).
2. Canales y flujos de información
 - Establecen qué canales deben usarse en cada tipo de comunicación (formales, informales, digitales, presenciales) y cómo circula la información entre niveles jerárquicos y áreas.
3. Normas de vocería institucional
 - Determinan quiénes están autorizados para hablar en nombre de la organización y en qué contextos. Regulan la relación con medios, redes sociales y otros actores externos.

Componentes clave de una política de comunicación

4. Estilo y tono comunicacional

- Define el lenguaje y el enfoque que deben adoptar los mensajes según el público (formal/informal, técnico/educativo, cercano/institucional).

5. Procedimientos en situaciones especiales

- Incluye protocolos de comunicación para crisis, conflictos, cambios organizacionales u otras contingencias.

6. Evaluación y actualización

- Establece criterios para revisar la efectividad de la política y actualizarla periódicamente según el contexto y las necesidades institucionales.

Políticas de comunicación interna

- Regulan las prácticas comunicativas dentro de la organización.
 - Orientan la forma en que se transmite la información entre equipos, departamentos, niveles jerárquicos y sedes.
 - Favorecen la cohesión, la transparencia y la participación de los colaboradores.
 - Incluyen aspectos como:
 - Uso de canales internos (correo, intranet, reuniones, boletines).
 - Tiempos y formatos de comunicación entre áreas.
 - Normas sobre tono, lenguaje, estilo y espacios de participación interna.
- 

Políticas de comunicación externa

- Regulan la manera en que la organización se comunica con su entorno: clientes, proveedores, medios, comunidad, instituciones públicas, etc.
- Buscan proyectar una imagen institucional coherente y alineada con los valores organizacionales.
- Incluyen aspectos como:
 - Vocerías oficiales y autorizadas.
 - Gestión de medios y redes sociales.
 - Procedimientos en crisis comunicacionales.
 - Estilo y tono de los mensajes públicos.

Vínculo entre políticas de comunicación y cultura organizacional

- Las políticas de comunicación son una expresión concreta de la cultura organizacional: reflejan los valores, jerarquías, estilos de liderazgo y formas de interacción que predominan en la institución.
- También son herramientas para consolidar y reproducir esa cultura: mediante normas, canales y estilos comunicacionales, contribuyen a reforzar las prácticas y creencias compartidas.
- Una política no solo regula el “cómo comunicar”, sino que transmite qué tipo de organización se es o se quiere ser.
- Por eso, deben ser coherentes con la identidad institucional y ajustarse a los cambios culturales cuando estos ocurren (transformación digital, procesos de inclusión, trabajo remoto, entre otros).

Buenas prácticas en la elaboración de políticas de comunicación

- **Claridad y concreción:** deben redactarse en lenguaje claro, sin ambigüedades, y ser comprensibles para todos los miembros de la organización.
- **Coherencia institucional:** deben estar alineadas con la misión, visión, valores y cultura organizacional.
- **Participación activa:** es fundamental incluir a representantes de distintos niveles y áreas en su diseño para asegurar pertinencia y adhesión.
- **Aplicabilidad real:** deben ser viables de implementar en el contexto organizacional, con recursos y medios disponibles.
- **Evaluación y actualización periódica:** deben incluir mecanismos para medir su efectividad y adaptarse a cambios internos o del entorno.
- **Integración con otras políticas institucionales:** deben articularse con políticas de recursos humanos, ética, sostenibilidad, etc.

UNICEF: Comunicación basada en principios humanitarios

- UNICEF establece en su política de comunicación el compromiso con la protección de la infancia, la dignidad humana y la imparcialidad.
- La organización regula estrictamente el uso de imágenes de niños, evitando representaciones que puedan resultar estigmatizantes o sensacionalistas.
- Sus vocerías deben mantener coherencia entre el discurso institucional y la acción humanitaria, promoviendo mensajes claros, empáticos y culturalmente apropiados.
- Estas directrices reflejan una cultura organizacional centrada en la ética, la protección y el respeto a los derechos humanos.

Banco Interamericano de Desarrollo (BID): Transparencia y acceso a la información

- El BID posee políticas de comunicación orientadas a garantizar transparencia, responsabilidad institucional y acceso público a la información.
- Define protocolos para la publicación de documentos, acceso a datos y relacionamiento con medios.
- Las políticas establecen canales oficiales y normas para la gestión de redes sociales, conferencias de prensa y contenido digital.
- Esta estructura comunicacional refleja una cultura institucional basada en la apertura, la rendición de cuentas y la gobernanza responsable.

TAREA EN CLASE

Lean el siguiente escenario:

Una universidad pública ha identificado problemas de comunicación interna: los mensajes no llegan con claridad al personal, hay confusión en los canales utilizados y no existen reglas claras sobre quién puede difundir información institucional. Además, quiere que sus valores de inclusión, respeto y participación se reflejen en la comunicación interna.

- Identifiquen dos elementos de la cultura organizacional que deberían guiar las políticas de comunicación.
- Propongan tres lineamientos básicos para una política de comunicación interna que refleje esa cultura.
- Expliquen brevemente cómo esos lineamientos mejorarán la coherencia y el clima organizacional.