

A PESAR DE LOS GRANDES PROBLEMAS QUE TODAVIA AQUEJAN A LA PROFESION EN MEXICO, POR CIERTO MUY SIMILARES A LOS DE LA MAYORIA DE LOS PAISES DEL CENTRO Y SUDAMERICA, SE HA CONSEGUIDO ERRADICAR EN BUENA MANERA LAS LACRAS QUE SE LE ATRIBUYO EL FALSO PLANTEAMIENTO DE QUE LAS RELACIONES PUBLICAS CONSTITUYEN UN ARTIFICIOSO SISTEMA DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS PARA CONQUISTAR *A...*

SE TERMINO EL PRIMER LADO DE LA CINTA.

*...SERVIR LA LOS INTERESES DE AQUELLOS A QUIEN A LOS QUE A NUESTRA VEZ SERVIMOS.*

ESTE PANORAMA SOBRE LA EVOLUCION DEL CONCEPTO DE RELACIONES PUBLICAS, NOS AYUDA<sup>A</sup> ENTENDER LA FUNCION DEL CONCEPTO DE RELACIONES PUBLICAS, NOS AYUDA A ENTENDER LA FUNCION SOCIAL DEL COMUNICADOR DEDICADO A ESTA TAREA, SU LABOR NO SE LIMITA A SER UN MERO INFORMADOR O TRASMISOR DE IDEAS NI A OPTIMIZAR FLUJOS COMUNICATIVOS DENTRO DE ORGANIZACIONES EMPRESARIALES O PUBLICAS, SINO QUE DEBE APLICAR TODAS LAS TECNICAS A SU ALCANCE PARA DESEMPEÑARSE COMO UN INTEGRADOR.

ANTE LA COMPLEJIDAD QUE PRESENTAN LAS RELACIONES INSTITUCIONALES EN NUESTRO TIEMPO Y ANTE LA CADA VEZ MAS IMPERIOSA NECESIDAD, DE UN ENTENDIMIENTO DE LA SUMA DE ESFUERZOS, DEL OPTI-

MO APROVECHAMIENTO DE RECURSOS, DE LA CONCIENTIZACION Y DE LA -  
PRODUCTIVIDAD, LAS RELACIONES PUBLICAS SE PRESENTAN COMO UNA -  
ACTIVIDAD PROMOTORA DEL DESARROLLO EN SU CONSTANTE LUCHA POR LA  
INTEGRACION DE INTERESES DE LAS ORGANIZACIONES CON LAS DE SU  
ENTORNO.

LA OPTIMA RELACION INTERINSTITUCIONAL, ACUAL COMO FACILITADOR -  
DE LOS PROCESOS DE INTERACCION ENTRE LAS ENTIDADES QUE CONFORMAN  
EL COMPLEJO ORGANIZACIONAL QUE NOS RODEA.

CONDICIONES Y PERSPECTIVAS DEL MERCADO LABORAL:

POR EL MOMENTO, Y CREO QUE LAMENTABLEMENTE POR UN BUEN TIEMPO  
MAS, LAS CONDICIONES DEL MERCADO LABORAL DE LAS RELACIONES -  
PUBLICAS, NO SON MUY ATRACTIVAS PARA EL EGRESADO DE LA LICEN-  
CIATURA EN COMUNICACION, COMO TAMPOCO LO SON, POR EL MOMENTO,  
LAS DE OTRAS RAMAS DE LA ACTIVIDAD DEL COMUNICADOR, NI SIQUIE  
RA LA DE OTROS PROFESIONALES.

RESULTA REITERATIVO Y YA UN TANTO MOLESTO, HABLAR DE CRISIS -  
ECONOMICA, SIN EMBARGO, ESTO ES INEVITABLE, PORQUE LA GRAN IN-  
CIDENCIA QUE LAS CONDICIONES PREVALENCIENTES TIENEN EN LA SITUA  
CION Y PERSPECTIVA DEL MERCADO LABORAL.

LA COMUNICACION NO HA LOGRADO UBICARSE COMO UNA FUNCION DENTRO  
DE LAS ORGANIZACIONES.

DISCIPLINAS COMO LA COMUNICACION ORGANIZACIONAL O LAS RELACIONES PUBLICAS, HAN INCURSIONADO EN EL AMBITO DE LAS ORGANIZACIONES, PERO TODAVIA, EN MUCHAS DE ELLAS, SIN LA CONSISTENCIA REQUERIDA.

SE PUEDE DECIR, QUE <sup>EN</sup> MUCHAS ORGANIZACIONES YA SE ESTA VALORANDO LA <sup>GRAN</sup> IMPORTANCIA QUE TIENE LA OPTIMA COMUNICACION INTRAINSTITUCIONAL, E INTERINSTITUCIONAL, PARA LA CONSECUCION DE LOS OBJETIVOS ORGANIZACIONALES, SIN EMBARGO SE PUEDE AFIRMAR QUE TODAVIA EN LA MAYORIA DE ELLAS, LA FUNCION DEL COMUNICADOR ESTA CONSIDERADA COMO COSMETICA Y POR LO MISMO PRESCINDIBLE.

EL TIEMPO DE CRISIS, CUANDO LA PRIORIDAD DE LAS ORGANIZACIONES ES LA PROPIA SOBREVIVENCIA, AQUELLAS ACTIVIDADES QUE SE CONSIDERAN AJENAS A LA ESENCIA DE LA ORGANIZACION, PASAN A UN SEGUNDO PLANO, O BIEN DESAPARECEN. LOS PROFESIONALES NO HEMOS SABIDO CONVENCER DE QUE ES JUSTAMENTE EN PERIODOS CRITICOS - CUANDO LAS ORGANIZACIONES NECESITAN MAS DE LA COMUNICACION PARA CUMPLIR CON SUS OBJETIVOS.

POR ESTA RAZON, ES COMUN TENER NOTICIA DE QUE LAS AREAS DE COMUNICACION, PUBLICIDAD Y RELACIONES PUBLICAS SON LAS PRIMERAS QUE SE SUPRIMEN CUANDO UNA ORGANIZACION NECESITA RECORTAR GASTOS.

ESTA SITUACION CAMBIARIA, SI LOS EGRESADOS Y PROFESIONALES REALIZARAMOS UN ESFUERZO CONSISTENTE PARA CONVENCER A LAS ALTAS

JERARQUIAS ORGANIZACIONALES DE LOS BENEFICIOS QUE APORTA A TODO TIPO DE ORGANIZACIONES EL DESARROLLO DE LAS FUNCIONES DE COMUNICACION Y RELACIONES PUBLICAS.

EL POTENCIAL DE LAS ORGANIZACIONES CON MERCADO DE TRABAJO PARA EL COMUNICADOR, ES MUY GRANDE Y PUEDE REPRESENTAR UNA ALTERNATIVA ANTE LA CRECIENTE DIFICULTAD QUE TIENEN LOS EGRESADOS DE COMUNICACION PARA COLOCARSE EN EL MEDIO PROFESIONAL.

OTRO FACTOR QUE INCIDE PRODEROSAMENTE EN ESTE PROBLEMA, ES LA PREPARACION DE LOS EGRESADOS, QUE GENERALMENTE PRESENTAN MARCADAS DEFICIENCIAS.

EL EGRESADO, NO SOLAMENTE ESTA MAL PREPARADO, SINO QUE EN OCA-SIONES, LOS CONOCIMIENTOS QUE ADQUIERE EN LAS AULAS NO SON LOS REQUERIDOS EN EL AMBITO PROFESIONAL.

CON FRECUENCIA OCURRE QUE EL EGRESADO ADQUIERE SOBRE LA MARCHA MUCHOS CONOCIMIENTOS NECESARIOS PARA EL EJERCICIO DE SU PROFE-SION, LAS AULAS NO LE PROPORCIONARON ELEMENTOS SUFICIENTES PA-RA ENFRENTARSE CON EXITO A LOS RETOS DE SU VIDA PROFESIONAL EN ESTE CAMPO; ESTO LOS COLOCA EN DESVENTAJA Y LES IMPIDE VENDER ADECUADAMENTE SUS CONOCIMIENTOS O LAS APORTACIONES QUE ES CAPAZ DE HACER PARA LAS ORGANIZACIONES.

ESTO SE DEBE, PRINCIPALMENTE, A LA FALTA DE VINCULACION DE LAS ENCUELAS DE COMUNICACION CON EL AMBITO PROFESIONAL.

EL PERMANENTE VINCULO ENTRE QUIENES PREPARAN PROFESIONALES Y - QUIENES LOS DEMANDAN, ES INDISPENSABLE PARA EL ADECUADO DISEÑO DE PLANES Y PROGRAMAS DE ESTUDIO.

UN FACTOR DETERMINANTE PARA QUE ESTA VINCULACION: AMBITO-LABORAL Y ESCUELA NO SE DE, ES LA FALTA DE UNA ACCION EN ESTE SENTIDO, POR PARTE DE LAS ASOCIACIONES PROFESIONALES.

LAMENTABLEMENTE EN LA ACTUALIDAD, LAS AGRUPACIONES DE PROFESIONALES ESTAN ABOCADAS A RESOLVER PROBLEMAS INTERNOS O A RESOLVER SU PROPIA SUBSISTENCIA, ANTES QUE PROMOVER EL DESARROLLO DE LA PROFESION.

ESTOS SON LOS FACTORES MAS SOBRESALIENTES QUE CARACTERIZAN EL DESARROLLO DE LA PROFESION DE RELACIONES PUBLICAS EN NUESTRO PAIS.

QUIERO FINALIZAR ESTA INTERVENCION, INSISTIENDO EN LA NECESIDAD DE QUE SE PREPAREN USTEDES LO MEJOR POSIBLE PARA ENFRENTAR LAS CONDICIONES DE UN ENTORNO CADA VEZ MAS COMPETIDO.

QUE CONTEMPLAN SU FORMACION EN LAS AULAS, QUE COMPLEMENTEN SU FORMACION EN LAS AULAS CON UNA PERMANENTE ACTITUD RECEPTIVA PARA ASIMILAR LAS COMPLEJAS CONDICIONES DE NUESTRO CAMBIANTE ENTORNO, ELEMENTO FUNDAMENTAL PARA EJERCER CUALQUIER RAMA DE NUESTRA PROFESION DE COMUNICADORES.

NO SE CONCRETEN A TRABAJO ACADEMICO. VINCULENSE SIMULTANEAMENTE CON EL EJERCICIO DE LA PROFESION, AUNQUE SEA COMO OBSERVADORES, PARA QUE PUEDAN FAMILIARIZARSE OPORTUNAMENTE CON LAS ACTIVIDADES PROFESIONALES Y FACILITEN SU VINCULACION Y ACCESO AL TERRENO LABORAL.

SOLO ASI, PODREMOS CONTRIBUIR A FORJARNOS UN FUTURO HALAGÜENO COMO COMUNICADORES DEDICADOS A LAS RELACIONES PUBLICAS.

MUCHAS GRACIAS ... (APLAUSOS) ...

NUESTRO SEGUNDO EXPOSITOR ES EL LICENCIADO BRUNO NEWMAN.

EL NACIO EN LA CIUDAD DE MEXICO, EN 1944, ESTUDIO LA CARRERA DE COMUNICACION EN LA UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA, LA GENERACION 1962-66, ALLI IMPARTIO CLASES DURANTE OCHO AÑOS. DESDE SUS INICIOS HA EJERCIDO LA PROFESION EN EL CAMPO DE LA COMUNICACION ORGANIZACIONAL, DESPUES DE PRESTAR SU SERVICIO POR 16 AÑOS EN INSTITUCIONES PRIVADAS, GUBERNAMENTALES Y DE SERVICIO, DESDE 1980, EJERCE LA PROFESION EN FORMA INDEPENDIENTE, COMO DIRECTOR DEL GRUPO SIMA CON ACTIVIDADES, ENTRE OTRAS, EN EL CAMPO DE LA INVESTIGACION, EL DISEÑO, LA TIPOGRAFIA, LA IMPRESION, LA CONSULTORIA, Y CUYO COMUN DENOMINADOR ES LA COMUNICACION.

BRUNO ES, Y HA SIDO CONSEJERO DE DIVERSAS INSTITUCIONES DE SERVICIO Y ACADEMICAS, AUTOR DE VARIOS ARTICULOS Y ENSAYOS, EXPOSITOR EN FOROS NACIONALES E INTERNACIONALES, SOBRE TEMAS RELA-

CIONADOS CON LA COMUNICACION ORGANIZACIONAL. FUE PRESIDENTE -  
FUNDADOR DE LA ASOCIACION MEXICANA DE COMUNICACION ORGANIZACIONAL DE 1973 Y PRIMER LATINOAMERICANO QUE CUMPLE CON EL PROGRAMA DE ACREDITACION DE LA A.B.C., ASOCIACION QUE AGRUPA MAS DE 14,000 ASOCIADOS EN TODO EL MUNDO, LA CUAL LO NOMBRO EN 1986 COMUNICADOR DEL AÑO.

BRUNO VA A HACER SU EXPOSICION REFERENTE A LAS FUNCIONES SOCIALES, PROBLEMAS ACTUALES Y PERSPECTIVAS DEL COMUNICADOR ORGANIZACIONAL.

(APLAUSOS)...

MAS VALE QUE APLAUDAN AL PRINCIPIO, PORQUE AL FINAL NO VAN A APLAUDIR ENTONCES. GRACIAS... MUCHAS GRACIAS...

A MI ME GUSTARIA, SOLO AÑADIR QUE ME DIVIERTO MUCHO HACIENDO ESTAS COSAS QUE HAGO, Y QUE ADEMAS, LA COMUNICACION ME HA PAGADO DIVIDENDOS EN OTROS ORDENES. ME CASE CON UNA COMUNICOLOGA Y TENGO UNA HIJA QUE ESTUDIA LA CARRERA DE COMUNICACION. Y QUE POR SUPUESTO, NO ESTA AQUI HOY, PORQUE IMAGINENSE QUE OSO, ADEMAS DE YA SABE MIS ROLLOS.

HABLARE CON ESA AUTORIDAD QUE DA LA EDAD. TENGO 44 AÑOS. CUANDO COMENCE A ESTUDIAR EN 1962, LA GRAN MAYORIA DE LAS PERSONAS EN EL SALON NO HABIAN NACIDO. ENTONCES CON ESA AUTORIDAD Y CON LA INDISCUTIBLE AUTORIDAD QUE ME DA EL SER LA CABEZA

MAS BRILLANTE DE ESTE EVENTO, AUNQUE POR AHI ANDA LUIS NUÑEZ -  
QUE ESTA DISPUTANDO ESA BRILLANTEZ Y ALGUNOS OTROS QUE SE ES-  
CONDEN, SE SOFISTICAN.

QUIERO DECIRLES QUE ESTOY MUY IMPRESIONADO. ESTOY MUY IMPRE-  
SIONADO, PORQUE CREO PODER AFIRMAR QUE NUNCA ANTES EN LA HIS-  
TORIA DE MEXICO SE HABIA CONVOCADO A TANTOS COMUNICADORES EN  
UN SOLO SITIO. ME DIJERON QUE HABIA 1,500. ALGUNOS INSCRI-  
TOS, Y NO LO PODIA CREER.

ME IMPRESIONA ESTA CAPACIDAD DE CONVOCATORIA QUE TIENE CONEICC  
Y LES AGRADEZCO MUCHO <sup>QUE</sup> ME HAYAN INVITADO PARA ESTAR CON USTEDES  
AQUI EL DIA DE HOY.

ESTOY IMPRESIONADO Y TAMBIEN UN POCO ASUSTADO. 74 DE ESCUELAS  
DE COMUNICACION, 25,000 ALUMNOS DE COMUNICACION HAY HOY DIA EN  
MEXICO, MAS O MENOS 3,000 EGRESADOS POR AÑO; ES PARA ASUSTAR UN  
POQUITO. SOBRE TODO PORQUE EN MIS TIEMPOS, CUANDO ERA CARRERA  
NUEVA, YO ERA DE LA TERCERA GENERACION DE ESTA CARRERA Y NO -  
HABIA NINGUNA OTRA, ERAMOS 50, Y DEBO DECIR QUE ESTABAMOS MUY  
PREOCUPADOS LOS 50, PORQUE QUERIAMOS SABER, Y NOS PREGUNTABAMOS  
SI HABRIA UN MERCADO DE TRABAJO PARA NOSOTROS. LO MISMO QUE  
PASA AHORA CON LOS 25,000. Y ENTRE AQUELLOS 50 HABIA ALGUNOS  
EXTRANJEROS QUE SE IBAN A DESPLAZAR Y SE IBAN A IR DEL PAIS,  
Y HABIA OTROS QUE MAS QUE ESTUDIANDO ESTABAN PESCANDO, TAMBIEN  
ENTRE LOS 50 YO PODIA DISTINGUIR A UN BUEN NUMERO DE GENTE LOCA  
QUE SIEMPRE SE DA EN ESTAS REUNIONES QUE SE HAN DEDICADO Y QUE

SE HA HECHO MUY BIEN, A COSAS TAN RARAS, COMO A VENDER AUTOMOVILES, MOTOCICLETAS, PONER ZAPATERIAS, ETC., ENTONCES EN ESE TIEMPO TENIAMOS MIEDO, 50, IMAGINENSE LO QUE PUEDE SUCEDER HOY DIA.

SIN EMBARGO, YO ESTOY EN LA ONDA OPTIMISTA Y CREO QUE PLATICAR UN POQUITO DE PORQUE VEO LAS COSAS BIEN A PESAR DE ESTAR MAL, PRIMERO QUIERO HACER VOTOS, PORQUE AQUI LA PESCA SE VE DE UNA MANERA ABUNDANTE; ME PIDIERON QUE HABLARA DE LAS PRACTICAS DECADENTES Y EMERGENTES, QUE SUENA ASI COMO MUY SOFISTICADO, Y VOY A HACERLO, PERO CIERTAMENTE, UNA DE LAS PRACTICAS DECADENTES ES QUE - ANTES LOS COMUNICOLOGOS PERSEGUIAN A LAS COMUNICOLOGAS Y UNA - PRACTICA EMERGENTE ES LA CONTRARIA, LAS COMUNICADORAS AHORA SON LAS QUE PERSIGUEN A LOS COMUNICADORES, Y ESTO SE DEBE A QUE LA MAYORIA DE LAS MUJERES QUE LES HA DADO POR ESTUDIAR ESTA CARRERA.

QUISIERA QUE, NO SE DEJEN FACILMENTE AMEDRENTAR, PORQUE ESTOY CONVENCIDO DE QUE LOS QUE DESEEN VERDADERAMENTE HACERLA EN ESTE ROLLO DE LA COMUNICACION, LA VAN A HACER.

NO NOS HAGAN MUCHO CASO, CUANDO DECIMOS QUE ESTA DURO, QUE NO HAY MERCADO O QUE NO HAY CAMPO DE TRABAJO. LOS BUENOS, LOS CREATIVOS, LOS PROFUNDOS, LOS QUE LOGRAN CULTIVAR ESA ESCACISIMA CAPACIDAD QUE POSEEN, SANCHEZ VILLASEÑOR LLAMO LA CAPACIDAD DE PENSAR POR SI MISMOS, ESAS GENTES LA VAN A HACER. Y SINO, PUES LA OPCION DE VENDER MOTOS, ZAPATOS, ETC., SIGUE SIENDO MUY VALIDA Y HASTA MAS PRODUCTIVA, TAL VEZ.

ENTREMOS EN MATERIA:

YO PRACTICO LA PROFESION CON EL CONVENCIMIENTO QUE AL HACERLO ESTOY ABRIENDO CAMINOS DE ENTENDIMIENTO ENTRE LA GENTE Y CUANDO ME PIDIERON QUE HABLARA SOBRE LA FUNCION SOCIAL, AHI LA DEJARIA, SI USTEDES LE DAN A SU PROFESION ESTE SENTIDO, TODO LO DEMAS VENDRA CON AÑADIDURA, SIN EMBARGO HOY NO TENGO QUE HABLAR DE LA FUNCION SOCIAL DE LAS COMUNICACIONES, SINO DE LA PERSPECTIVA DE LA COMUNICACION ORGANIZACIONAL, CON SUS PRACTICAS DECADENTES Y EMERGENTES Y LUEGO TRATAR DE HACER UNAS REFLEXIONES CON USTEDES SOBRE LAS PERSPECTIVAS A FUTURO DE ESTE CAMPO.

CASI SIEMPRE, CUANDO SE HABLA DE COMUNICACION, Y SEGURAMENTE, TODOS USTEDES HAN PASADO POR ESE ROLLO, EMPIEZAN LOS ANTECEDENTES, EL HOMBRE DE LAS CAVERNAS, ASI SON TODOS LOS AUDIOVISUALES DE LA CARRERA DE COMUNICACION QUE USTEDES HAN HECHO, CONFIESENLO, USTEDES SON CULPABLES, AL IGUAL QUE YO, POR HABER EMPEZADO CON EL HOMBRE DEL CROMAGNON, "DESDE SUS INICIOS, LA HUMANIDAD HA NECESITADO COMUNICARSE CON SUS SEMEJANTES" Y TODO ESTO. SUENA FAMILIAR... LUEGO VIENEN LOS HERALDOS, ¿NO? LOS HERALDOS, Y SI NOS PONEMOS, ASI, MUY NACIONALISTAS, LOS TLACUILOS, TODO ESTO NO FALLA, PERO TAMBIEN LA ONDA DE ARISTOTELES, QUE YA HABLABA DE LA COMUNICACION. PERO ESTO DE LA COMUNICACION ORGANIZACIONAL ES ALGO MUCHO MAS PRAGMATICO, MUCHO MAS RECIENTE, MUCHO MAS DE NUESTRO TIEMPO. Y DIGO NUESTROS TIEMPOS, PORQUE SI HABLO DE LOS MIOS, JUSTAMENTE YO INICIE LA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL, IMAGINENSE. Y EN ESTE TIEMPO ES CUANDO

LAS EMPRESAS, EN AFAN PRODUCTIVO QUE SE FIJAN EN LA COMUNICACION, QUE DESPUES SE DESARROLLA EN LA POSGUERRA, CON MAS PROFUNDIDAD Y SURGEN ALGUNOS SERES EXTRAÑOS, COMO EL PERIODISTA INDUSTRIAL, EL EDITOR CORPORATIVO, Y LA REVISTA INTERNA O EL HOUSE ORGAN, EMPIEZAN A PROLIFERAR.

AQUI, DESPUES VAMOS A TENER QUE PLATICAR CON CARLOS A LA HORA DE LAS PREGUNTAS Y LAS RESPUESTAS, PORQUE TAMBIEN, YO COMO ANTECEDENTE DE LAS RELACIONES PUBLICAS, SIEMPRE QUE TAMBIEN ES UNA ESPECIE DE EXTINCION, PERO FINALMENTE, SI DEFINIMOS LA COMUNICACION ORGANIZACIONAL, COMO AQUELLA QUE SE DA EN EL AMBITO DE TODA INSTITUCION CON SUS PUBLICOS INTERNOS Y EXTERNOS, SU FORMA ABIERTA Y FORMAL E INFORMAL, ASCENDENTE Y DESCENDENTES, Y TODAS ESTAS COSAS, VAMOS A SITUARNOS DENTRO DE ESTE CAMPO, EN EL QUE YO SI CREO, COMO TAMBIEN CREO QUE LO HALLAN TODOS LOS DEMAS, PERSPECTIVAS INTERESANTES DE EJERCICIO PARA LOS ELEGIDOS EN AQUELLO DE LOS LLAMADOS ELEGIDOS QUE SE PLANTEAN EN ESTE ROLLO.

PRIMERO QUISIERA, Y HABLANDO DEL CAMPO DE COMUNICACION ORGANIZACIONAL, HACER UNA ASEVERACION FILTRADA. LOS LIDERES, LOS GENERES, LOS QUE DIRIGEN INSTITUCIONES, LLAMENSE, IGUAL, EMPRESAS DECENTRALIZADAS, EMPRESAS PRIVADAS NO LUCRATIVAS, LAS ACADEMICAS, SECRETARIAS DE ESTADO, ETC. NO SABEN DE COMUNICACION, Y ESO ES UN GRAVISIMO PROBLEMA, AL QUE NOS ENFRENTAMOS, NUESTROS LIDERES, ESTUDIARON MUCHAS COSAS, PERO NO ESTUDIARON NUNCA LA COMUNICACION, NUNCA HAN COMPRENDIDO SUS ALCANCES, NO SABEN LOS SERVICIOS QUE LES PUEDEN PRESTAR, Y POR LO TANTO NO CONTRATAN A

TODAS ESTAS GENTES EXTRAÑAS QUE ESTAMOS AQUI, PORQUE PUES NO SABEN QUE LES PUEDE APORTAR.

HABRIA QUE PARTIR DE ESA BASE, Y ESTOY HABLANDO ESTRICTAMENTE DEL CAMPO DE LA COMUNICACION ORGANIZACIONAL.

EN EL MEJÓR DE LOS CASOS, TIENEN UNA VISION MUY PARCIAL, MUY LIMITADA<sup>EN</sup> CUANTO<sup>A</sup> LOS ALCANCES DE LA COMUNICACION EN LAS INSTITUCIONES.

ESTA VISION PARCIAL, HACE QUE ESPEREN POCO DEL COMUNICADOR, - Y AQUI ES DONDE EMPIEZAN A SURGIR UNO DE LOS PROBLEMAS DE LA COMUNICACION ORGANIZACIONAL EN MEXICO.

COMO LOS JEFES, COMO LOS LIDERES, COMO LOS DIRECTIVOS, COMO LOS EMPLEADORES ESPERAN POCO DE LA COMUNICACION, LOS COMUNICADORES DE HAN ACOMODADO A ESA SITUACION Y A SU VEZ TAMPOCO, SE PRODUCE LO QUE SE LLAMA EL EFECTO PIGMALEON, HAY POCAS EXPECTATIVAS EN EL OTRO, Y EL OTRO LLENA PERFECTAMENTE BIEN ESAS POCAS EXPECTATIVAS, ESTO SE RETROALIMENTA Y ASI SE SIGUE Y TODO MUNDO CONTENTO. Y YO LO QUE QUIERO ES QUE ME HAGAS UNA REVISTITA Y YO TE HAGO UNA REVISTITA, PERO LA REVISTITA NO SIRVE PARA NADA, ES ABURRIDA, NO TIENE CREDIBILIDAD, PERO TU ESPERAS DE MI ESO, YO TE LO DOY. Y TODO MUNDO CONTENTO.

SI HABLAMOS, HOY DIA, DE ENTRADA, VAMOS A FIJAR QUE NUESTROS LIDERES, ESTOY HABLANDO DE NUESTROS LIDERES, DESDE EL MAS ALTO

NIVEL DEL PAIS, HASTA LA EMPRESA MAS PEQUEÑA, DE NUESTRO AMBITO, NO ENTIENDEN DE COMUNICACION.

SE HACE, PARTICULARMENTE IMPORTANTE QUE USTEDES SI ENTIENDAN DE COMUNICACION, Y EL QUE SE PLANTE LA COMUNICACION EN UNA ORGANIZACION COMO EJERCICIO DE SU PROFESION, MAS VALE QUE TENGA CLARO, QUE ESE ES UN PRIMER OBSTACULO DE ENTRADA Y QUE TENDRA QUE VENCERLO.

AHORA VAMOS A VER COMO ESTO NOS LLEVA A LAS PRACTICAS QUE DOMINAN EN LA COMUNICACION ORGANIZACIONAL.

PRIMERO, QUIERO DECIR QUE EN EL SECTOR PUBLICO, LA COMUNICACION SE DA CON FINES POLITICOS, SIN EMBARGO, HAY QUE AGREGAR ALGO QUE ES MUY IMPORTANTE, A MI JUICIO. ELLOS HAN ENTENDIDO, EN EL SECTOR PUBLICO, EL PAPEL Y EL NIVEL QUE LE CORRESPONDE A UN COMUNICADOR EN UNA ORGANIZACION, COMO DECIA CARLOS ANTES, ES EL MAS ALTO NIVEL, LA FUNCION DE LA COMUNICACION, DEL COMUNICADOR EN LA INSTITUCION, ES DE REPORTE AL MAS ALTO NIVEL DENTRO DE LA ORGANIZACION PARA QUE DE AHI SE PERMEE TODA SU ACCION.

NO QUIERO DECIR QUE TENGA AUTORIDAD SOBRE TODAS LAS DEMAS ORGANIZACIONES, PERO SI QUIERO DECIR QUE A ESE NIVEL TIENE QUE SITUARSE EL PAPEL DE SU ANTECESORA Y SERVIDORA DE TODA SU INSTITUCION.

¿CUALES SON LAS PRACTICAS DOMINANTES EN EL SECTOR PUBLICO?  
DESGRACIADAMENTE, COMO SEA CON FINES POLITICOS, TODAVIA PODEMOS HABLAR DEL EMBUDO Y DEL CHAYOTE Y TODAS ESTAS COSAS.

Y EN EL MEJOR DE LOS CASOS, HABLAMOS DEL BOLETIN DE PRENSA, DE LA GACETILLA, DE LA CONFERENCIA DE PRENSA, ETC.

EN EL SECTOR PRIVADO, EL COMUNICADOR NO SE HA SITUADO ALLA ARRIBA, DONDE LE CORRESPONDE, NORMALMENTE ESTA EN UN DEPARTAMENTILLO, AHI EN EL AREA DE RELACIONES INDUSTRIALES, O COMO DECIA CARLOS ANTES, PERO ES UNA VISION MUY FRACCIONADA, LA QUE SE DA COMUNMENTE, CASI SIEMPRE EL COMUNICADOR SE VE Y ES VISTO EN LA ORGANIZACION COMO UN EDITOR, ES EL DUEÑO DE LOS BOLETINES, DE LAS REVISTAS, DE LOS FOLLETOS, COMO UN PRODUCTOR, YA CUANDO LE SUELTAN LA CAMARA, Y ANDAN - HACIENDO VIDEOCASSETS, Y TODO ESTO EN FOMAS MAS SOFISTICADAS, O BIEN COMO UN SIMPLE ORGANIZADOR DE EVENTOS, CASI SIEMPRE LO QUE NO CABE EN NINGUN OTRO DEPARTAMENTO, PUES QUE LO HAGA EL DE COMUNICACION.

LA POSADA ANUAL, LOS DONATIVOS, ETC., ES CASI TODO ESQ.

¿PORQUE TODO ESTO? PORQUE HAY LA CREENCIA TREMENDA, CONFUSION ENTRE LOS FINES Y LOS MEDIOS. Y LOS MEDIOS, LA REVISTA, EL EVENTO, EL VIDEOCASSET, ETC., ESOS MEDIOS SE HAN CONVERTIDO EN FINES, Y EL SEÑOR SE REGOCIJA, ¡YA VISTE QUE PADRE ME SALIO LA PORTADA!, ¡MIRA QUE BONITO COLOR MORADO!

¡QUE BUENA ONDA!, EL SIGUIENTE NUMERO LO VOY A SACAR VERDE,  
¡PADRISIMO! ENTONCES, HA CONVERTIDO ESOS MEDIOS EN SUS PRO-  
PIOS FINES. SIN DARSE CUENTA, YO CREO QUE SU IMPACTO EN LA  
ORGANIZACION PUEDE SER MUCHO MAYOR.

CREO QUE, LO QUE TENEMOS QUE HACER EN TRASCENDER, TRASCENDER  
LA REVISTA INTERNA, EL TABLERO DE AVISOS, Y BUSCAR UNA CONCEP-  
CION INTEGRAL DE LA COMUNICACION QUE SE DA EN EL AMBITO INTER-  
NO, EN EL AMBITO EXTERNO, Y QUE EMPIEZA A VERSE, YA COMO UNA  
HERRAMIENTA INDISPENSABLE PARA TODA ORGANIZACION QUE SE RES-  
PETE.

YO LES DIRIA, LAS COSAS ASI DE SENCILLAS, PARA NO ENTRAR EN  
MUCHO ROLLO, TODO AQUEL QUE TIENE A SU CARGO PERSONAL, GENTE,  
NO HACE PRACTICAMENTE OTRA COSA, QUE NO SEA COMUNICARSE, Y  
ENTRE MAS ALTO ES EL NIVEL, MAS ALTO ES EL PORCENTAJE DEL -  
TIEMPO QUE DEDICA A COMUNICARSE.

SIN EMBARGO, YA DIJIMOS ANTES, NO SABEN DE COMUNICACION, TO-  
DO LO QUE HACE ALGUIEN, Y YO NORMALMENTE DESARROLLO <sup>ALGUNOS</sup> TALLERES  
PARA EJECUTIVOS, LES DIGO, HABER, ESCRIBANME EN UN PAPEL,  
LO QUE HICIERON AYER EN SU OFICINA. O LO QUE HACEN EN UN  
DIA COMUN. LLEGAN Y SALUDAN, SE SIENTAN, CONTESTAN EL TE-  
LEFONO, ESCRIBEN Y LEEN Y A LOS 5 MINUTOS QUE LOS TENGO ES  
CRIBIENDO SUS ACTIVIDADES RUTINARIAS, LOS PARO Y LES DIGO  
VAMOS A LEER, USTED, O USTED, O CUALQUIER DIRECTIVO, INSISTO  
ENTRE MAS ALTO, MAS ES EL CASO. TODO LO QUE HACEN ES RECIBIR

INFORMACION Y PROCESARLA, Y A TOMAR DECISIONES SOBRE LA INFORMACION CON QUE CUENTAN. ESTA PRESENTE, EN TODO EL TIEMPO, EN SUS ACTIVIDADES GERENCIALES, EN SU ACTIVIDAD DIRECTIVA, NO IMPORTA, SI EL SEÑOR DIRIJA UNA ESCUELA, UNA IGLESIA, UN SINDICATO, UNA ACTIVIDAD LUCRATIVA O NO LUCRATIVA, GUBERNAMENTAL O NO, AHI ESTA UNA DE LAS PUERTAS DE ENTRADA, HAY QUE CONCIENTIZAR A ESTAS GENTES, QUE LA COMUNICACION ES UNA HERRAMIENTA INDISPENSABLE PARA ELLO.

PERO ADEMAS, SINO SOMOS CAPACES DE RELACIONAR LA COMUNICACION CON EL ORDEN DE LOS OBJETIVOS, DE LA INSTITUCION, CUALQUIER QUE ESTA SEA, TODOS USTEDES CONOCEN INSTITUCIONES DE TODA INDOLE; SINO SON CAPACES DE RELACIONAR A LA COMUNICACION COMO UNA HERRAMIENTA UTIL, EN EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS DE CUALQUIER INSTITUCION DE LA QUE SE TRATE, ENTONCES, YO DIRIA, NO TIENEN UN PAPEL EN LA ORGANIZACION, NO HAY NECESIDAD DE QUE USTEDES ESTEN AHI.

SI LA REVISTA, SI TODOS ESTOS MEDIOS TRADICIONALES, Y MUCHOS MAS QUE SON LOS QUE HAY QUE DESARROLLAR, Y CREAR, NO ESTAN APOYANDO LOS OBJETIVOS ULTIMOS PARA LOS QUE EXISTE EN LA INSTITUCION.

USTEDES SON DISPENSABLES, NO HAY NECESIDAD QUE USTEDES ESTEN AHI, LOS RECORTES PRESUPUESTALES, MUY COMUNES EN NUESTRO MEDIO, A QUIENES PODAN, A LOS QUE ESTAN HACIENDO LABOR DE MAQUILLAJE, NO SE ESTUDIA UNA CARRERA, NI SE PIERDE EL TIEMPO, PARA LLEGAR A HACER UNA LABOR DE MAQUILLAJE.

ESTAS SON LAS PRACTICAS EMERGENTES:

PRIMERO: CREO QUE HABRIA QUE HABLAR CON SERIEDAD, DE LA CADA VEZ MAYOR NUMERO DE MUJERES EN ESTE MEDIO, COMO CAMPO DE TRABAJO, EN LA EMPRESA DONDE TRABAJO, Y QUE TENEMOS UN GRUPO DE COMPAÑERAS EN CAMPO DE SERVICIOS, LAS MUJERES EN EL CAMPO PROFESIONAL, SON MAYORIA, SON LOS HOMBRES. LOS QUE SIEMPRE PREGUNTAN ¿PORQUE CONTRATAS TANTAS MUJERES? UNA RAZON DE MAS ES QUE ME GUSTAN MAS, PERO ADEMAS, SUELEN, COMO SUELE SUCEDER EN EL AULA, SUELEN SER MAS RESPONSABLES, MAS TRABAJADORAS, MAS CUIDADOSAS, Y SI, SI, VENGA, VENGA, .. APLAUSOS...

PERO, AHORA YA TENGO UNA BRONCA CON EL SECTOR MASCULINO, - SI, ... ALGUN HOMBRE LE ESTA BAJANDO EL VOLUMEN AL SONIDO ESTE.... NO SE OYE, NO SE OYE, SI LEVANTA LA MANO CUANDO NO SE OIGA, POR FAVOR, ALGO ESTA PASANDO CON EL SONIDO...

YO LO QUE SI LES DIRIA, A LAS MUJERES, ES QUE NO SE DEVALUEN, AHI VIENE EL APLAUSO DE LOS HOMBRES. NO SE DEVALUEN, COBREN IGUAL QUE LO QUE COBRAN LOS HOMBRES, DE VERDAD, SIENTO QUE ESTO ES UN PROBLEMA, PARA LOS HOMBRES QUE ESTUDIAMOS ESTA CARRERA, EL DE QUE PUEDEN CONSEGUIR UNA GENTE CON LAS MISMAS CAPACIDADES, CON LAS MISMAS EXPERIENCIAS, PROBABLEMENTE CON LOS MISMOS CONOCIMIENTOS, PERO POR LA MITAD DEL SUELDO, SI ES ES LA MUJER LA QUE LO PIDE, AL CABO VAN REBAJANDOLE UN RATO, MIENTRAS SE CASA, O MIENTRAS ALGO SUCEDE, Y A LO MEJOR EL SUELDO, PUES A LO MEJOR ES NADA MAS PARA COMPRAR MEDIAS,

ESO DE VERDAD, YO LES QUISIERA PEDIR, NO LO HAGAN.

CREO QUE, ESTAN UN POQUITO PERJUDICANDO A TODOS, USTEDES MISMAS Y A LOS HOMBRES QUE ESTAN EN EL EJERCICIO PROFESIONAL.

ENTONCES, ADEMAS DE DISTINGUIR ESTA EMERGENCIA, DE LA MUJER, YO SI QUISIERA DISTINGUIR ALGUNOS CAMPOS EN LOS QUE SE HA DADO UN MAYOR Y UN MEJOR CAMPO PARA EL COMUNICADOR ORGANIZACIONAL.

UNO DE LOS CAMPOS SERIA, LA INVESTIGACION, YA EL COMUNICADOR, NO ESTA VISTO COMO UN EDITOR, O COMO UN PRODUCTOR DE MEDIOS, ME GUSTA MUCHO HABLAR DE LA FUNCION DEL COMUNICADOR COMO - AQUEL QUE NO ES RESPONSABLE DE LA COMUNICACION EN LA EMPRESA, EN LA ORGANIZACION, EL QUE NO ES RESPONSABLE, EL NO ES EL MONOPOLIZADOR DE LA COMUNICACION, EL ES EL FACILITADOR DE LA COMUNICACION.

ES MUY DISTINTO DECIR, EN ESTA EMPRESA EL RESPONSABLE DE LAS COMUNICACIONES ES ESTE CUATE QUE ESTA EN ESA OFICINA, A QUE ESE CUATE QUE ESTA EN ESA OFICINA TIENE LA FUNCION DE QUE LA COMUNICACION SE DE EN FORMA EFECTIVA, EN FORMA PROFESIONAL, PERMANENTE, ETC., ETC.

CIERTAMENTE, OTRA DE LAS PRACTICAS EMERGENTES ES LA INVESTIGACION, CADA VEZ SE RECURRE MAS A LA INVESTIGACION COMO UNA PRACTICA EMERGENTE DEL COMUNICADOR DENTRO DE LAS ACTIVIDADES

DEL COMUNICADOR.

SINO VEMOS AL COMUNICADOR EMERGENTE COMO UN AGENTE DE CAMBIO, O COMO ALGUIEN DISONANTE Y CREATIVO EN LA ORGANIZACION, ESTAMOS EQUIVOCADOS.

TENEMOS QUE VEN EN EL, A UN HOMBRE CON UNA COSMOVISION Y UNA CAPACIDAD DE ANALISIS, UNA CAPACIDAD CRITICA, Y QUE NO SE QUE DE AHI, MUY IMPORTANTE, PORQUE EN ALGUNAS UNIVERSIDADES, YA ESTAMOS PREPARANDO GENTE CON CAPACIDADES DE ANALISIS Y DE CRITICA Y NO CON UNA CAPACIDAD DE PROPOSICION.

EL COMUNICADOR ORGANIZACIONAL, TIENE QUE PANTEARSE LA DURA TAREA DE VIVIR EN EL SISTEMA Y ESTAR EN EL SISTEMA, TIENE QUE SER CAPAZ DE ROMPER ESE CIRCULO VICIOSO DEL PIGMALION DEL QUE HABLAMOS ANTES, AUNQUE SE ESPERE POCO DE TI, YO VOY A DAR MUCHO MAS DE LO QUE ESPERAN DE MI.

CREO QUE, SI HABLAMOS DE LOS APOYOS QUE SE PUEDEN CONSEGUIR, EN LAS ASOCIACIONES PROFESIONALES, .... SI ... BUENO.... SI HABLAMOS DE LAS ASOCIACIONES PROFESIONALES, YO LES PUEDO DECIR, QUE CONOZCO DOS EN MEXICO: LA ASOCIACION MEXICANA DE RELACIONES PUBLICAS , DE LA QUE HABLO CARLOS HACE POCO, DE LA QUE ALGUNA VEZ FUE MIEMBRO DEL CONSEJO, Y DONDE ME MANTENGO AHORA BASTANTE ALEJADO; Y LA ASOCIACION MEXICANA DE COMUNICACION ORGANIZACIONAL QUE DASERVICIOS, QUE... AHI ESTA UNO DE LOS TEMAS QUE PIDEN EN EL TEMARIO, HABLAR DE LAS ASOCIACIONES

PROFESIONALES, ESTA BIEN, FUNCIONA, TRABAJAN, CREO QUE ES UNA ASOCIACION RESPETABLE, TIENE 160 EMPRESAS ASOCIADAS Y CAPITULOS EN ALGUNOS LUGARES <sup>DEL INTERIOR</sup> DE LA REPUBLICA. Y LOS QUE TENGAN UN INTERES <sup>EN COMUNICACION ORGANIZACIONAL</sup> DEBEN DE ACERCARSE A EL.

CUANDO SE PIDE TAMBIEN QUE HABLE DE PERSPECTIVAS, SIEMPRE RECUERDO AQUELLA FRASE QUE DICE "HAY COSAS QUE SON DIFICILES DE <sup>PRE</sup> DECIR, PERO SOBRE TODO EL FUTURO" SE ME PIDE QUE :

¿QUIENES PUEDEN ALCANZAR EL EXITO?

SE ME OCURRE PLANTEARME, ¿QUIEN PUEDE ALCANZAR EL EXITO, EN ESTE EJERCICIO DE LA COMUNICACION ORGANIZACIONAL?

ANTE TODO YO DIRIA, AQUEL QUE TENGA UNA SOLIDA FORMACION HUMANISTA, ...

SE TERMINO LA CINTA...