

**LAS AUDITORIAS DE LA COMUNICACIÓN
DESDE UNA PERSPECTIVA ACADEMICA**

Dr. Federico Varona Madrid

San José State University
Department of Communication Studies
One Washington Square
San José, California 95192-0112
USA
Fax: (408) 924-5396
Correo Electrónico: fvarona@sjsu.edu

Publicado:

Varona, Federico (1997). “Las Auditorías de la Comunicación desde una Perspectiva Académica”. [Communication Audits from an Academic Perspective]. **Anuario Comunicación 1997**, pages 118-119. Published by **Asociación de Directivos de Comunicación, DirCom**, Madrid, Spain.

La comunicación es el eje central de las organizaciones y debe tener un sistema permanente de evaluación y mejora. Ese es el origen y sentido de las auditorías de comunicación, un instrumento de diagnóstico que admite enfoques conceptuales distintos.

La mayoría de las organizaciones tienden a asumir que su personal sabe comunicarse, y que por lo tanto, la comunicación no es un aspecto de la vida organizacional que merezca una atención especial. Esta falsa asunción es la que ha llevado a las organizaciones a concentrar sus recursos humanos y económicos en otros aspectos que se consideran más fundamentales para el funcionamiento eficaz de la misma, tales como, las finanzas y los aspectos técnicos. Por otra parte son muy pocas las organizaciones que han podido valorar el impacto que la comunicación tiene en la satisfacción con el trabajo, en el compromiso organizacional, y en la eficiencia y productividad.

La comunicación es el sistema nervioso de una organización, sin comunicación no es posible su funcionamiento. La comunicación hace posible que la gente se organice, defina sus objetivos, ejecute sus tareas, comparta sus ideas, tome decisiones, resuelva problemas, y genere cambios. Al mismo tiempo la comunicación hace posible que se cree un ambiente donde los individuos se sienten valorados como personas. Pero los sistemas y prácticas de comunicación de una organización, como pasa con todas las actividades humanas, son susceptibles de deterioramiento cuando no se tiene establecido un sistema permanente de evaluación y mejoramiento. Es en la búsqueda de una respuesta a esta necesidad como surgieron las auditorías de la comunicación, una realidad que nos proponemos examinar aquí desde una perspectiva académica y desde la experiencia de su desarrollo en los EE.UU.

CONCEPTO Y PERSPECTIVAS TEÓRICAS

La auditoría de la comunicación organizacional se ha definido como un proceso de

diagnóstico que tiene como propósito examinar y mejorar los sistemas y prácticas de comunicación interna y externa de una organización en todos sus niveles.

Para los consultores mejorar la comunicación organizacional es el objetivo principal de una auditoría, mientras que para los investigadores académicos el objetivo principal es la producción de conocimiento sobre la comunicación organizacional.

El desarrollo más significativo de las auditorías de la comunicación organizacional se dio a principios de los años 70 con la aparición de los tres primeros procedimientos e instrumentos de auditoría de la comunicación. El primer procedimiento conocido como "**ICA Communication Audit**", **LTT Audit System**" y "**Communication Audit Questionnaire**."

Entre los factores de la satisfacción con la comunicación que pueden ser evaluados, cabría mencionar los siguientes: información sobre la organización, información sobre el trabajo, comunicación de los supervisores, comunicación de los subalternos, comunicación entre los empleados, evaluación del trabajo individual, medios de comunicación, comunicación de la gerencia, comunicación entre los departamentos, impacto de la comunicación computarizada, etc.

LOS OBJETIVOS

Desde una perspectiva **funcionalista** los objetivos de las auditorías de la comunicación son los siguientes: Evaluar la estructura interna formal e informal del sistema de comunicación de la organización y los diferentes canales de comunicación. Evaluar los sistemas y procesos de comunicación a nivel interpersonal, grupal, departamental, e interdepartamental. Evaluar los sistemas y procesos de la comunicación externa de la organización con aquellas entidades públicas y privadas con las cuales existe interdependencia. Evaluar el papel, la eficiencia, y la necesidad de la tecnología de la comunicación organizacional. Evaluar el impacto que tienen los procesos de comunicación en la satisfacción en el trabajo, en la productividad, en el compromiso organizacional, y el trabajo en equipo. Promover cambios en el sistema interno y externo de la comunicación con el propósito de tener una organización más productiva y eficiente.

Desde una perspectiva **interpretivista** los objetivos son: Evaluar el papel de la comunicación en la creación, mantenimiento, y desarrollo de la cultura de una organización. Evaluar el significado y contenido de las producciones comunicacionales. Evaluar los procesos de creación y desarrollo de las producciones comunicacionales. Entender la vida organizacional y el papel de la comunicación desde la perspectiva de los miembros de la organización.

Finalmente, desde una perspectiva **crítica** los objetivos son: Evaluar los procesos de distorsión de las diferentes formas de comunicación en la organizacional. Evaluar las técnicas manipulativas de la comunicación. Promover los cambios necesarios en las prácticas de comunicación para eliminar toda forma de opresión y manipulación que existen en la organización.

METODOS, TECNICAS Y RESULTADOS

Entre los métodos y técnicas utilizados en este tipo de auditorías de la comunicación se podrían mencionar la entrevista, el cuestionario, el análisis de la transmisión de mensajes, el análisis de experiencias críticas de comunicación y de las redes de comunicación, la entrevista grupal, la observación directa, el análisis de las producciones comunicacionales tales como conversaciones, metáforas, historias, símbolos, eslóganes, etc.

En cuanto a resultados, los más significativos han sido a *nivel teórico y metodológico*. Efectivamente la práctica de las auditorías de la comunicación ha contribuido de una manera significativa en el desarrollo del conocimiento de la comunicación organizacional...y consecuentemente a su desarrollo y mejora. Porque existen, desde luego, prácticas de la comunicación que van en detrimento del funcionamiento eficaz de la organización y que necesitan acciones correctivas. Pero ha sido también gracias a las auditorías de la comunicación que las organizaciones han comenzado a sentir cómo la teoría y la investigación que se enseña y practica en la academia pueden ser beneficiosas para ellas. Lo cual ha contribuido de una manera decisiva a que las organizaciones adopten una actitud más receptiva hacia las auditorías de la comunicación.