

LA NUEVA ORGANIZACIÓN VISUAL

Por: Lina Castro (periodista) y Humberto Alvarez (director Apsoluti)

Introducción:

Las imágenes forman una parte muy importante de nuestra existencia como individuos y como sociedad. En la publicidad se encuentran fotografías y videos que venden productos. La ciencia muestra sus grandes hallazgos a través de registros visuales, cada vez más impactantes, del cuerpo humano o del espacio exterior. El periodismo construye la conciencia histórica por medio de testimonios gráficos; casi simultáneamente al desarrollo de los hechos más determinantes para las naciones, llega a millones de personas en todo el planeta. Por otro lado, los álbumes fotográficos y las grabaciones de los momentos más memorables de nuestra vida guardan los recuerdos que compartiremos con nuestros seres queridos.

En fin, estos son unos pocos ejemplos, entre miles de situaciones, donde las imágenes tienen cabida. Sin embargo, como lo explican Alexis Gerard y Bob Goldstein en su libro *Going Visual (Volviéndose Visual)*¹, hay un espacio dentro de nuestra cotidianidad donde el intercambio gráfico aún no cobra la importancia que debería tener: los negocios. Durante el desarrollo de nuestras tareas, escribimos extensos reportes, memorandos tediosos y distinto tipo de correspondencia, cuyo fin es explicar diversas situaciones a colegas, en ocasiones, de otras nacionalidades. Sin saber que, con una simple fotografía, podría ahorrarse tiempo, dinero y energía, además de acelerar la marcha de los procesos.

Programas para aumentar la productividad de las empresas: 5S, Lean Management y TPM, entre otros, integran sistemas de gestión visual como parte integral de su metodología, la cual incluye la creación de tableros y cuadros de control (Dashboards), además de la debida señalización iconográfica de la maquinaria y el espacio de trabajo. De esta forma, es posible evaluar y analizar constantemente el avance de las operaciones, al igual que la consecución de las metas, reaccionando oportunamente a cualquier eventualidad que se pueda presentar. Demostrando así, la importancia de la comunicación visual en las operaciones de producción y demandando, por su parte, una correcta orientación de estas actividades.

No obstante, estos métodos, aunque pueden ser aplicados en todos los niveles de la organización, siguen restringiéndose a operaciones de manufactura; cuando podrían implementarse en muchos otros departamentos de la compañía, mejorando tanto las labores administrativas como las de ventas. La comunicación visual, debido a la fácil comprensión de las imágenes, permite transmitir mensajes más rápidamente, informar con más detalle sobre situaciones específicas y exponer ideas de forma masiva, eliminando las barreras impuestas por el lenguaje técnico para, de esta forma, garantizar la participación de todo el personal.

Existen muchos ejemplos en el mundo sobre diferentes tipos de instituciones, las cuales han integrado tecnologías de comunicación digital dentro de sus operaciones cotidianas, aumentando en gran proporción la productividad de los procesos, gracias a una mejor interacción con los clientes y colaboradores. Esto es evidente en la realización frecuente de videoconferencias dentro de las empresas, en la incorporación de cámaras que registran procesos judiciales, en el envío de fotografías que constatan la entrega de un pedido, entre muchos otros casos. Las opciones que ofrece la comunicación visual son innumerables e incluso insospechadas.

El mundo está cambiando, y la inclusión de una comunicación visual constante, dentro y fuera de la organización, será la clave para incrementar el rendimiento del negocio en todos sus departamentos. Durante el desarrollo de este trabajo, mostraremos el nuevo panorama visual para las empresas, donde las imágenes conforman parte esencial de la comunicación organizacional, así como de las operaciones de producción y administración de la compañía.

Por otra parte, expondremos las principales características técnicas de la gestión visual en las compañías y la manera como se orienta esta labor, reservando un espacio espacial al análisis del papel que juega la verbalización como apoyo crítico de la metodología. Para finalizar, mostraremos los cinco pilares con que una compañía puede diagnosticar sus necesidades de documentación visual, así como la forma de implementar y controlar estos instrumentos dentro de sus procesos.

Going Visual: Una empresa estructurada en imágenes

Las personas tienen bastantes recelos frente a la idea de implementar proyectos que incorporen procedimientos de comunicación visual dentro de sus organizaciones. En general, prima la concepción (errónea) de que este tipo de actividades requieren un alto grado de destreza y una fuerte inversión financiera para su ejecución. Están muy equivocados. Los nuevos desarrollos en esta área permiten un fácil uso de la tecnología de video a un bajo costo. Las cámaras digitales y el internet son claros ejemplos de cómo se puede lograr una recolección de buenas imágenes para que sean difundidas masiva e instantáneamente con una inversión de casi cero.

Esta es la nueva realidad a la que las instituciones deben despertar. Si la agilidad y precisión de información es la regla para las empresas competitivas, los procesos de comunicación visual son vitales para alcanzar los objetivos propuestos. En lugar de escribir reportes pormenorizados de nueve páginas, con oprimir un botón pueden enviarse imágenes mucho más descriptivas y exactas sobre un problema específico, alcanzando un mayor número de personas, quienes captarán el mensaje mucho más rápidamente. Así, se facilita la toma de decisiones y se acortan los procesos de ejecución.

Poco a poco, las tecnologías de fotografía y video conquistan más espacios de nuestra vida cotidiana. La incorporación de cámaras de video a los celulares nos permite hacer registros en cualquier momento que nos sea requerido o, simplemente, cuando nos apetezca. Las cámaras digitales son también un excelente recurso, y su uso en el orden estrictamente ejecutivo se resalta en industrias como la finca raíz, la construcción y la ingeniería, donde son utilizadas para analizar los avances de un proyecto, también para reportar el estado de un inmueble o la gravedad en la avería de una maquina.

Hoy, la comunicación visual dentro de una empresa se limita al conjunto de símbolos y representaciones gráficas que determinan la identidad corporativa de una compañía. El logo y los colores institucionales, que sólo tienen cabida fuera de la entidad, son los únicos elementos tenidos en cuenta cuando un gerente piensa en comunicación visual corporativa. Siempre orientada como una especie de empaque y no como un proceso fundamental que contribuye a la mejor ejecución de las tareas.

Nuestra propuesta es superar esta percepción superficial de la comunicación visual, dejar de ver este proceso como un accesorio que adorna la reputación de la compañía, para comenzar a explotarlo como un recurso de producción, administración y ventas. El objetivo es incluir las imágenes fotográficas y los registros de video dentro de los protocolos operativos de la compañía, ahorrando tiempo valioso.

La comunicación visual es simplemente el intercambio de información por medio de imágenes y, como tal, puede ser implementada en todos los departamentos de la organización para llevar a cabo distintas tareas. Sin importar el medio utilizado, ya sea una impresión fotográfica o una ilustración informativa, este tipo de interacción se caracteriza por ser más fácil y rápidamente comprensible que el lenguaje escrito o verbal.

Teniendo en cuenta que, según un estudio realizado durante el año 2007 por la firma Image People², los empresarios latinoamericanos afirman que el 80% de sus problemas de gestión tienen origen en fallos de la comunicación interna, deben abrirse las puertas a todas las propuestas de mejora en este aspecto. El manejo de información por parte de los empleados de la compañía es crucial en el desarrollo de las operaciones claves para el negocio y en el tratamiento de los clientes. Por esta razón, la comunicación

organizacional merece una especial atención dentro de los planes estratégicos de la institución.

Un clima laboral óptimo es esencial para el desenvolvimiento de los empleados. Una comunicación que evite los malos entendidos y agilice los procesos incidirá directamente en la motivación del personal, invitándolos a aportar el 100% de su capacidad y mejorando el trabajo en equipo. De esta forma, la inclusión de lenguajes visuales en los procesos de comunicación interna de la institución disminuirá la interpretación equivocada de mensajes y, por lo tanto, los errores de gestión.

Continúa en dos entregas adicionales en octubre 2009.