



## **Gestión de la Comunicación para Organizaciones - Pistas para el Diseño de Nuevas Estrategias.**

**Compiladora: Eugenia Etkin. 2019.**  
**Editorial: La Crujía 2019**

### **Reseña de Mercedes Galíndez**

En *Gestión de la comunicación para organizaciones - Pistas para el diseño de nuevas estrategias*, un grupo de expertos en las múltiples caras que proporciona el campo de la comunicación, presentan sus diversas miradas en función de su experiencia profesional e investigaciones científicas acerca de un interrogante que pareciera no encontrar certezas, sino todo lo contrario: ¿hacia dónde se dirige la comunicación institucional en el contexto actual?

Como expresa la Mg. Eugenia Etkin, compiladora del texto de referencia: “El eje de cada apartado gira en torno a la gestión de la comunicación organizacional, entendiendo por gestión, al conjunto de acciones comunicacionales que contribuyan a mejorar la vida en organizaciones privadas, públicas y sociales.” (Etkin, 2019).

En esta línea, el libro se organiza en una serie de apartados donde los autores debaten sobre la gestión de la comunicación organizacional, teniendo en cuenta que se trata de un proceso que requiere de replantear y revisar las estructuras clásicas sobre las que se construían las estrategias de comunicación para organizaciones. De esta manera, los expertos señalan que resulta fundamental tomar conciencia sobre los cambios de contexto en general y del nuevo paradigma comunicacional en particular que emerge en un momento puntual de la historia, donde la tecnología, efectivamente, cobra un rol central pero, al mismo tiempo, no deja de ser a su vez la consecuencia de dinámicas y modificaciones sociales mucho más profundas.



En una actualidad dónde los públicos / usuarios habitan una participación constante, involucrándose con la experiencia, aportando sus gustos y opiniones, e incluso sus producciones originales, los autores sostienen que es vital volver a pensar el rol de nuestra profesión y reflexionar sobre cómo podemos satisfacer estas nuevas necesidades que surgen de estos escenarios cambiantes y complejos.

Tal y como señala la Dra. Adriana Amado Suárez:

Lo que se mantiene es el hecho de que la comunicación sigue siendo un vector transversal a todas las instituciones y comprende a todos los actores sociales, que antes eran mayoritariamente destinatarios de los mensajes y que, en estos tiempos, se convierten en nodos de una cadena de intercomunicación. Las comunidades ganan fuerza comunicativa por sobre lo masificado y cambia el eje dominante de abordaje de la comunicación, ocupada en lo masivo y mediático, para enfocarse a lo comunitario e interpersonal. (Amado Suárez, 2019).

Allí es donde se presenta el desafío de imaginar y llevar a cabo modelos de comunicación que sean factibles y aporten un sostén estratégico a la hora de cumplir con los objetivos organizacionales pero, al mismo tiempo, que sepan ser flexibles para poder adaptarse rápidamente a los tiempos sísmicos en los que nos encontramos. Este libro, presenta una estructura de **3 partes**, dónde cada una representa una dimensión de la comunicación.

En la **Parte I**, correspondiente a la **Dimensión Estratégica de la Comunicación**, los autores brindan sus perspectivas respecto del estado actual y futuro de la comunicación, considerando los nuevos escenarios en los que se ven inmersas las distintas instituciones y focalizando en los avances tecnológicos, en tanto nuevos dispositivos y herramientas, tan característicos de este contexto. La estrategia comunicacional, siempre pensada desde un lugar integrador, dónde los distintos actores que se vinculan con la institución deben ser considerados cuando se diseñan los lineamientos a seguir.

Así, el Dr. Alejandro Ruiz Balza sostiene “La sustentabilidad de una alta performance en nuestra estrategia comunicacional resulta una herramienta clave para el management contemporáneo en un contexto en el cual las organizaciones necesitan reformular permanentemente su relación con el mercado.” (Ruiz Balza, 2019, p. 25).



En la **Parte II**, los autores se centran en las prácticas comunicacionales que se desarrollan dentro de las organizaciones. **La Dimensión Práctica de la Comunicación**, tiene como meta realizar un recorrido sobre las distintas acciones de comunicación institucional que van desde las más tradicionales, como por ejemplo, gestión de prensa, hasta las actuales, como aquellas vinculadas a la medición de gestión y escucha activa en medios sociales. Este apartado resulta valioso en su aporte específico sobre las prácticas que deben tenerse en cuenta a la hora de pensar la gestión comunicacional.

Para cerrar, en la **Parte III**, denominada **Dimensión Especializada de la Comunicación**, los especialistas exponen una serie de estudios científicos de comunicación relacionados con distintos campos de acción, como salud, medio ambiente, cooperativismo, empresas y aquellos producidos como resultados de conflicto social. Los autores evidencian, de esta manera, que la comunicación es transversal a todos estos ámbitos referidos dado que interviene de forma activa y, en consecuencia, es muy importante considerar la heterogeneidad con la que se debe trabajar cuando se diseña un plan de comunicación institucional.

Finalmente, se trata de un trabajo colaborativo que reúne a diversos referentes en el campo de la comunicación cuyas valiosas experiencias, perspectivas y trayectorias, tanto en el ámbito organizacional como académico, tienen como resultado una propuesta sumamente enriquecedora y crítica respecto de la situación comunicacional de hoy en día. Es una obra que debe ser considerada como guía a la hora de pensar en los diseños de las nuevas estrategias comunicacionales para instituciones, con las características y particularidades del contexto referido, pero también para comprender de forma profunda la incidencia que los cambios sociales, ambientales, sanitarios, políticos y tecnológicos, tienen sobre la performance de las instituciones en particular, considerando a la comunicación como ente integrador entre los difusos y porosos límites que se pueden vislumbrar entre lo público y lo privado.