

## **Preciado, A., Guzmán, H., y Losada, J. (2013). *Usos y prácticas de comunicación estratégica en las organizaciones\****

Uses and practices of strategic communication in organizations

Recibido: 15 de enero de 2016 – Revisado: 17 de marzo de 2016 – Aceptado: 15 de abril de 2016.

Ángela Preciado Hoyos, Haydée Guzmán Ramírez y  
José Carlos Losada Díaz\*\*.

El lector encontrará en este libro un significativo avance en el estudio de la comunicación en las organizaciones. Los autores comprueban aquí cómo el modelo de comunicación estratégica es utilizado por diferentes sectores, el empresarial, el no gubernamental y el público, a pesar de que respondan a funciones y a necesidades sociales diferentes; al igual, identifican en qué medida se utiliza la comunicación estratégica en este grupo de organizaciones.

Aunque los resultados de este trabajo están sustentados en una investigación con 53 entidades colombianas, son aplicables en el contexto latinoamericano donde es considerable el avance de la comunicación, tanto en el campo teórico como en el corporativo.

En el primero, porque se ha incrementado la producción de investigación en la región al contar con un número mayor de programas universitarios de pre y postgrado; en el segundo, porque los directivos reconocen cada vez más la comunicación como un proceso estratégico para el logro de sus objetivos. “[...] Es necesario adaptar las estrategias al entorno local”, dice María Aparecida Ferrari, Ph.D., la reconocida investigadora de la Universidad de San Pablo, Brasil, quien prologó esta obra. “Esa lectura local [afirma] es esencial para el crecimiento que vienen experimentando las empresas de la región [...]”

Este libro genera una gran reflexión. Es un aporte para el entendimiento de las dinámicas de comunicación en todos los escenarios y es en ese sentido que puede pensarse su estudio para los directivos, los profesionales y toda la comunidad académica de este campo; está

\* Editorial: ECOE Ediciones. Ciudad: Chía. Páginas: 311.

\*\* Autores del documento invitados a escribir su reseña.

respaldado por la trayectoria de sus autores, comunicadores y docentes con amplia experiencia en investigación y producción de conocimiento.

Ángela Preciado, doctora de la Universidad de Navarra, es coautora del libro *Estilo directivo y comunicación interna en la empresa informativa colombiana*, en la Universidad de la Sabana en Bogotá dirige el Centro de Investigaciones de la Comunicación Corporativa y Organizacional, CICO. Haydée Guzmán es Presidenta de la Red Académica de Comunicación en las Organizaciones, RECOR, directora del área de gestión en las organizaciones de la Escuela de Comunicación de la Universidad Sergio Arboleda en Bogotá y consultora desde su propia empresa. José Carlos Losada, doctor de la Universidad Pontificia de Salamanca, España, es asesor y consultor de comunicaciones para entidades privadas y del sector público, en España.

El libro está dividido en cinco capítulos. En el primero, a través de diferentes perspectivas, dialogan los teóricos de la comunicación y de la estrategia y se establece un acercamiento a las funciones que cumple la comunicación en las organizaciones, lo mismo que a la llegada de la estrategia a los ámbitos académico y profesional. Allí impacta, dicen los autores “en lo discursivo y conceptual, en la forma de organizar el proceso de comunicación y en la manera como este modelo, el estratégico, propone que deban llevarse las relaciones entre los comunicadores y las demás dependencias corporativas”. Dicho modelo, que no es estático ni lineal por ser secuencial e implicar complementariedad entre las partes, se propone y se explica en un ciclo de cuatro etapas: 1) investigar, 2) planificar, 3) ejecutar o comunicar y 4) hacer seguimiento o evaluar.

En los capítulos 2, 3 y 4 se caracteriza y se analiza el proceso de comunicación en los sectores privado, no gubernamental y público, respectivamente, de manera que el lector podrá ver en paralelo el perfil de los responsables de

comunicación, la estructura del área, su ubicación en el organigrama y autonomía, las funciones que cumple, el manejo de los indicadores y cómo se utiliza y se practica la comunicación estratégica. Por ejemplo, en cuanto a este último aspecto y teniendo en cuenta el ciclo propuesto, el sector empresarial dedica más tiempo a los procesos de planeación y ejecución que a los de investigación y evaluación. Para el sector no gubernamental, el modelo es estratégico cuando da inicio a un proceso de cambio social porque aporta un peso significativo al diálogo y a la participación y, por lo tanto, dedican más tiempo a comunicar. Y en el sector público, la planeación tiene el mayor peso en el ciclo.

El capítulo 5 está a cargo de Carlos José Losada, quien fue invitado a dar la lección inaugural de la Maestría en Comunicación Estratégica, la cual tituló *Apuntes, certezas y propuestas para una cartografía de la comunicación estratégica*. Su contenido no solo trabaja el tema desarrollado en los apartes anteriores, sino que es coincidente con el mismo; además, presenta el panorama actual de la comunicación estratégica en Estados Unidos y de manera especial en Europa, al tiempo que vislumbra el futuro que le espera. Algunos de sus retos y propuestas, los plantea así:

- Será decisivo en los años sucesivos que los comunicadores logremos demostrar y mostrar el impacto de nuestras actividades en los objetivos de la organización.
- Sería interesante progresar en la legitimización de la comunicación en las instituciones públicas.
- La presencia ineludible de una dimensión ética que condicione, oriente y marque nuestra actividad como comunicadores.

Este libro está situado en un momento clave; a la comunicación estratégica se van

sumando cada vez más estudiosos, no solo de comunicación sino de otras disciplinas. Habrá que volver sobre este tema en el corto y mediano plazo con una investigación sistemática y constante, que más allá de robustecer el campo de estudios, lo haga consultando la realidad de las organizaciones.

