

PREFACIO

Dra. Cira de Pelekais
cira.fernandez@floridaglobal.university

COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA EN TIEMPOS DE CAMBIO

Hablar de procesos de cambio, especialmente en la actualidad, en donde esta situación es una constante, principalmente en un área tan sensible por los procesos influyentes que abarca, como lo es la comunicación, implica asumir una nueva realidad, con el fin de darle un sentido diferente a lo conocido, antes de experimentar las consecuencias de convivir con el COVID-19. A partir, de este elemento que sorprendió de manera negativa al mundo entero, por las nefastas implicaciones en todos los campos de acción, desde lo personal hasta lo organizacional, afectando el colectivo con un interés común: Preservar la salud y la vida. Se hizo preciso replantear las convicciones que sobre el hombre, al igual los procesos comunicacionales y el entorno, han sido abordados en el transcurrir del tiempo.

Pensando en lo anteriormente descrito, ha quedado determinado que en situaciones como la planteada con anterioridad, la comunicación estratégica es una herramienta que puede apalancar el proceso de gestionar la información que debe divulgarse y aquella que por su naturaleza, necesita preservarse.

A tal efecto, según señalan Altahona Ruiz y Salcedo Ospino (2018):

En los últimos años, debido a la globalización, los procesos mercantiles y los avances tecnológicos, las empresas y organizaciones han ido modificando sus modelos organizacionales de mando y de gestión para ajustarse a las demandas de productividad y competitividad que rigen el mercado. Lo anterior, ha llevado a las organizaciones postmodernas a realizar cambios simbólicos en sus esquemas y a crear nuevas tendencias basadas en el diseño de significados, los cuales son necesarios para el desarrollo de la misma. De ahí que se empiecen a involucrar conceptos en las corporaciones como el de comunicación organizacional, estrategias de comunicación, gestión de riesgos/gestión de crisis, entre otros. Dichos conceptos son instrumentos que crean factores diferenciadores y añaden valor a las organizaciones; lo que demuestra la preocupación de éstas en obtener mayor dimensión estratégica y en estar preparados para situaciones

Revista científica, arbitrada e indizada, bajo la modalidad electrónica.

inherentes a sus actividades, puesto que las empresas adoptan mencionados conceptos para definir las circunstancias que devienen en ella. (p.3).

Con respecto a lo señalado, es posible evidenciar, que las empresas se han venido preparando desde una visión prospectiva, para enfrentar cualquier escenario convulsivo que pueda presentarse. Por ello, la comunicación estratégica representa la herramienta ideal, para dar a conocer los cambios o transformaciones en los procesos organizacionales.

Complementando lo expresado, Altahona Ruiz y Salcedo Ospino (2018), agregan:

Si bien, el objetivo de la comunicación para el manejo de las crisis es articular una respuesta rápida y efectiva, mediante herramientas estratégicas como el clima y la cultura organizacional, la imagen corporativa y el marketing, para mantener la confianza de los públicos y contribuir a solventar una crisis. No obstante, creemos que un valor agregado a la hora de realizar estrategias de comunicación debe ser la coherencia y la verdad de la información, debido a que en situaciones de crisis no es prudente, ni favorable crear escepticismo en los públicos objetivos y en la sociedad en general acerca de la capacidad estructural de la organización para la resolución de un problema. No es bueno para la reputación y la imagen corporativa, que, como se mencionó es el primer factor que se debilita en tiempos de crisis, generar incertidumbres y desconfianza, pues acarrearía otras amenazas para la organización y desviaría la intención del objetivo que es el fin de la crisis. (p.17).

Referencias

Altahona Ruiz, D., Salcedo Ospino, D. (2018). La comunicación estratégica, un aliado para las empresas en crisis. Universidad Autónoma del Caribe. Barranquilla. Colombia. Disponible en: <http://repositorio.uac.edu.co>