

**Aguirre, Daniel; Vergara, Felipe (Eds.).**

***Comunicación interna sin fronteras. Tendencias y casos de América Latina.***

Santiago de Chile: RiL editores, 2017, 155 pp. ISBN 978-956-01-0481-6

Daniel Aguirre Azócar es profesor de la Universidad del Pacífico, de la Universidad de Chile y de la Universidad de Santiago. Felipe Vergara Maldonado es profesor de la Universidad de Chile y de la Universidad Andrés Bello. Ambos comparten una línea de investigación amplia centrada en diversos aspectos de la comunicación organizacional, a propósito de la cual han impartido cursos de grado y de posgrado, así como han participado en diversos congresos, nacionales e internacionales.

El libro recoge los principales aportes del Segundo Foro Latinoamericano de Comunicación Interna, celebrado en Chile en 2016, y está dividido en dos partes, como su subtítulo indica. Por un lado, los apartados dedicados a examinar tendencias en el ámbito de la comunicación interna. Por otro lado, los dedicados a presentar casos de éxito.

En el primer apartado, "Introducción a la comunicación y a la Responsabilidad Social Interna" (pp. 19-34), Sandra Orjuela Córdoba plantea una sugerente aplicación de los principios del Pacto Global de las Naciones Unidas (y otros) al ámbito de los stakeholders internos de las organizaciones, para postular el concepto de RSi, Responsabilidad Social interna, como un nuevo paradigma en la gestión de los recursos humanos. Este nuevo paradigma lo conceptualiza la autora en la fórmula RSi + C + CI (Responsabilidad Social interna + cultura + comunicación interna): "La complementariedad en el abordaje de la triada RSi + C + CI será decisiva para lograr los cambios que no solo se le exigen a la empresa actual, sino a la sociedad misma donde esta vive" (p. 31).

En el segundo apartado, "La confianza y sus efectos en la construcción de comunicación(es) interna(s)", Felipe Castro de Jong

realiza un interesante aporte al tema de estudio de la confianza interpersonal en las organizaciones. Partiendo de la premisa de que las organizaciones tienen como principio dominante un equilibrio entre la necesidad de confiar y la necesidad de controlar, Castro de Jong analiza las implicaciones que supone, para la comunicación interna, promover una cultura organizacional basada en la confianza y no en la desconfianza y el cinismo.

En el tercer apartado, "Comunicación interna, cultura organizacional e infraestructura física", Diego León Salazar Vargas sostiene que todas las organizaciones, de alguna manera, influyen en el comportamiento de sus colaboradores y que lo hacen a través de la educación, la cultura corporativa y, por supuesto, con el diseño de su ambiente de trabajo. Una buena comunicación interna puede contribuir a la gestión de proyectos de cambio cultural que se vean sustentados, entre otras acciones, en la modificación de los espacios de trabajo.

En el cuarto apartado, "Comunicación I en Instituciones públicas y ONGs", Flavio M. Diez y Mariana C. Arriagada plantean -y desarrollan- siete áreas clave que ellos integran en la que denominan "Comunicación I" especialmente dedicada a las instituciones públicas y ONGs: Institución, Interna, Interdisciplinaria, Imagen, Identidad, Innovación e Idoneidad. La formulación de estas áreas clave se hace a la par del desarrollo de otros conceptos como instituciones inteligentes, comunicación 360 grados, comunicación interna 2.0, o gestión del talento transgeneracional.

En el quinto apartado, "Cómo enfrentar una crisis y salir fortalecidos como organización", Germán Silva Cuadra caracteriza las crisis con profundidad y propone un detallado

modelo (EQL) en tres fases para gestionarlas eficazmente: 1) fase previa, mantener el estado de alerta; 2) fase de desarrollo, definir un plan y relato y, 3) fase de cierre comunicacional: mirando hacia adelante.

En el sexto apartado, el primero correspondiente a la sección de casos del libro, “Experiencia de comunicar dentro de la complejidad del sector Estado de Chile”, Paula Sánchez analiza la comunicación interna en el segundo gobierno de la presidenta Michelle Bachelet en Chile, más concretamente a través de un detallado diagnóstico de la comunicación interna en el Ministerio de Vivienda y Urbanismo. El diagnóstico de ese momento comparaba la situación actual con la situación deseada tomando como variables el discurso, las emociones y las acciones.

En el séptimo, “Comunicación interna y conversaciones colaborativas: la importancia de la empatía en un ambiente multicultural” Claudia Cadenasso, de la FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación), da a conocer algunos cambios importantes en la comunicación interna de ese organismo, siempre relacionados con una mayor comprensión del entorno multicultural en el que nos movemos en un mundo crecientemente globalizado.

En el octavo apartado, “Murchinson Uruguay: Integrando a todos a través del blog Murchilog”, Stefani Sampietro presenta con minuciosidad el modo como la plataforma digital de comunicación interna

Murchilog logró aumentar el compromiso y la eficacia de los colaboradores de la empresa Murchinson Uruguay.

En el noveno, y último apartado, “Jerárquicos, una empresa saludable”, Mauro Guzmán expone -de modo general- las ventajas de que las empresas se conciben a sí mismas como entornos saludables de trabajo y -de modo particular- cómo la comunicación interna contribuyó a crear un entorno saludable de trabajo en la empresa argentina Jerárquicos.

El libro, considerado en su conjunto, presenta un buen estado de la cuestión en las investigaciones académicas referidas a la comunicación interna. Esto, como ya se ha dicho, se desarrolla en la primera parte del texto, dedicada a exponer las tendencias en el campo de estudio.

Como es lógico suponer, tratándose de las ponencias presentadas en un foro, el libro no tiene pretensiones de exhaustividad temática, solo se abordan los temas que se consideran de mayor interés o pertinencia.

Con respecto a la segunda parte del libro, la centrada en los casos, puede decirse que algunos de ellos adolecen de un marco teórico que los contextualice, aunque también podría decirse que la primera parte del libro (tendencias) es ese marco teórico.

En síntesis, una lectura recomendada para los académicos y profesionales de la comunicación interna, con las aportaciones de algunos de los mejores expertos latinoamericanos en el tema.

**Carlos Álvarez Teijeiro**

alvarezteijeiro@yahoo.es

Universidad, Austral, Buenos Aires.

Facultad de Comunicación - Escuela de Posgrado

