



El Desván de las Reseñas

Alejandro Ruiz Balza y Gustavo Coppola. *Gestión de Riesgo Comunicacional*. Colección Apero. Editorial La Cruzía. Buenos Aires 2011. 144 págs.

Los pioneros en Gestión de Riesgo Comunicacional (GRC) la visualizaron como una técnica que alineaba las prácticas comunicacionales con el proceso de diseño, gestión de estrategias y planificación de la organización.

El punto de partida en que Alejandro Ruiz Balza y Gustavo Coppola abordan para complejizar la mirada respecto de y recontextualizar esta técnica denominada tradicionalmente Gestión de Asuntos o Issues Management en un marco teórico más amplio como el que aportan las reflexiones generadas en torno a la denominada “Sociedad de Riesgo”: conceptualización que designa a la fase de desarrollo de la Sociedad Moderna en la que a través de la dinámica de cambio la producción de riesgos políticos, ecológicos e individuales escapa, cada vez en mayor proporción, a las instituciones de control y protección de la mentada Sociedad Industrial.

Así, el modelo superador que proponen, se despliega hacia la Gestión de Riesgo Comunicacional (GRC), se sustenta en la nueva matriz de gestión de la comunicación empresarial, en contextos de riesgos múltiples y complejidad creciente, en los que nos encontramos a un tiempo frente a un cambio de sistema y de época tal y como es posible verificar en tres ámbitos:

1- Crisis de la relación de la Sociedad Industrial con los recursos de la naturaleza y de la cultura.

2 – Crisis de la relación de la Sociedad con los problemas y peligros autogenerados por la Sociedad Industrial.

3 - Deterioro, descomposición y desencanto de los marcos de sentido colectivo y sectoriales propios de la Sociedad Industrial.

Desde el punto de vista de los autores se trata de una metodología que emerge como la gestión estratégica de información clave en temas sociales, económicos y políticos, donde la comunicación es el vector fuerza que permite vincular todos los aspectos de una organización para agregar valor en el conjunto de estrategias de negocios de la organización y también, por supuesto, para su comunicación. Para ello se trabaja sobre la información del entorno, el análisis de esa información y el impacto que tiene el “hacer de la empresa”. A partir de allí se establecen parámetros para determinar eventos que pueden afectar a la compañía. Esto es que generan una desestabilización en la posibilidad de cumplir con la promesa corporativa.

La Gestión de Riesgo Comunicacional se aplica a la prevención de riesgos para la reputación de las organizaciones. La GRC posibilita vincular la estrategia y planificación de la organización y sus metas organizacionales facilitando la anticipación de brechas o quiebres reales o percibidos entre la promesa corporativa y las expectativas de sus stakeholders, la realización de los ajustes necesarios antes de que estas brechas desemboquen en crisis, asumiendo la diversidad de públicos y su inclusión, como la participación de todas las áreas en función de los diversos intereses que gestionan en la organización, para lo que es fundamental integrar el management con la comunicación estratégica.

Revista Digital de Publicación Trimestral / ISSN 1853-8118

Complejidad

Filosofía – Epistemología – Estética – Poética – Humanidades – Política

Todos los Derechos Reservados