



La Comunicación Estratégica en Contextos de Teletrabajo

Economía, 08/09/2020



La creciente disponibilidad de una avanzada variedad de tecnologías de información y comunicaciones ha venido a constituirse hoy en

una oportunidad para una diversidad de organizaciones en la búsqueda de sortear las evidentes dificultades que han emergido en el contexto COVID-19 para efectuar labores presenciales. Para muchos, en estos meses el concepto de teletrabajo se ha comenzado a transformar en un vocablo de uso más repetitivo, mientras se intenta alcanzar, con urgencia y no sin dificultades, una cierta familiaridad en el desenvolvimiento de tareas que, esta vez de emergencia, han debido tornarse más cotidianas.

En este escenario, si bien la mayoría de quienes han debido enfrentarse a la tarea ha tendido a interactuar con las TICs de manera muy asidua en torno a lo que se suele denominar medios documentales y de difusión, cabe resaltar que ellos representan en sí mismos canales relativamente más pasivos, en los cuales las acciones posibles tienden a circunscribirse a una lógica de receptores de información y contenidos. Y he aquí que desde ya surge un desafío no menor para el desarrollo de las organizaciones de aquí al futuro, pues en los proyectos estratégicos de innovación se requiere incrementar y expandir la capacidad de involucramiento, no sólo proveyendo y difundiendo información y conocimiento sino que además construir, ahora por medios online, espacios de interacción que impliquen del desenvolvimiento de actividades complejas, construyendo consecencialmente grados crecientes de involucramiento.

En este sentido, uno de los desafíos que emerge para aquellas organizaciones que en estos meses han tenido la oportunidad de explorar el teletrabajo como una novedad es que los nuevos medios de comunicación, con todo su potencial de cobertura,

flexibilización y adaptabilidad, presentan límites para la socialización de temáticas y actividades estratégicas, que requieren del involucramiento en función de un sentido crítico; por tanto, se requiere avanzar hacia espacios comunicacionales que superen la lógica del aprendizaje adaptativo para avanzar hacia la construcción participativa y compleja de innovaciones. En este sentido, si bien los medios tecnológicos facilitan la socialización en función de la documentación y difusión, no alcanzan todavía a superar la potencia de las formas tradicionales de conversación social como espacios para construir lenguajes comunes y articular conocimiento compartido.

Y es que, en la práctica, el proceso de comunicación debe comprenderse como una herramienta estratégica de apoyo para el fortalecimiento del proceso de transformación, en la búsqueda del desarrollo de nuestras organizaciones. Dado ello, en todo el proceso, las comunicaciones deben propender a que los actores logren sostener impulsos de cambio constantes y por ello, el proceso debe comprenderse en una articulación estrecha y permanente entre los actores en las diversas acciones que se desenvuelven, colaborando hacia la difusión y posicionamiento de cambios incrementales, sobre la base de situaciones coyunturales y atendiendo a los distintos ritmos a los cuales pueden generarse impulsos de cambio.

Por lo tanto, es sugerente pensar que las organizaciones han de articular sus comunicaciones hoy, valiéndose de otros medios con mayor tecnología, pero siempre en torno a una estrategia que debe ahora, más que nunca, abrir opciones para explorar creativamente canales, medios, herramientas y perspectivas experimentales de acción, que sean funcionales el desarrollo de sus procesos estratégicos. Por cierto, ello demanda de un monitoreo permanente de los impulsos de cambio que se están dando vertiginosamente en medio de esta pandemia, con el objeto de sostenerlos, sistematizarlos y consolidarlos, asumiendo el espacio comunicacional hoy una nueva perspectiva para reconocer de manera profunda la base estratégica en que se encuentra el proceso de cambio e innovar consecuentemente, de manera emergente y situacional.

* Columna Publicada por [SABES](#)