

# IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN EN LA ORGANIZACIÓN EN LOS PROCESOS DE GESTIÓN DE CAMBIO



**Conocer** la importancia de la comunicación en la organización en los procesos de gestión de cambios.

**01**

Importancia de la comunicación en la organización en los procesos de gestión de cambio





En referencia a la "importancia de la comunicación en la organización en los procesos de gestión de cambio", es importante analizar el nuevo **modelo de comunicación** que se viene conformando como resultado de los avances en la tecnología y las estrategias que se vienen desarrollando para garantizar la fluidez en la comunicación ante las demandas de la "nueva normalidad".



## 01 Importancia de la comunicación en la organización en los procesos de gestión de cambio

El avance en el desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación está propiciando un cambio importante de paradigma en los procesos de **comunicación organizacional**. En efecto nos encontramos ante un nuevo entorno comunicacional con presencia intensiva de tecnologías que debe orientar la respuesta a las demandas del mercado y ajustarse a los nuevos modelos de negocio.

Estamos ante la presencia de un nuevo consumidor que gestiona su propio consumo.

En efecto, estamos ante un nuevo modelo de comunicación donde el público ha pasado de ser receptor de información a participar activamente en los contenidos creándolos, consumiéndolos o distribuyéndolos.

Nos encontramos ante mercados en los cuales conversan las personas interconectadas que han descubierto que pueden obtener mejor información y soporte entre ellos.



En este contexto la comunicación pasa a ser:

- 1 Más participativa: diálogo
- 2 Interpersonal
- 3 Global (sin barreras)
- 4 En tiempo real

Nos encontramos viviendo la cuarta revolución industrial marcada por la **transformación digital** que supone la integración de las nuevas tecnologías en todas las áreas con el fin de optimizar los procesos, mejorar la competitividad y ofrecer un nuevo valor añadido a los clientes.

La evolución de la tecnología va conformando las siguientes macro tendencias sociales:

- Contribución
- Hibridación
- Hiperestimulación
- Experimentación



Ahora bien, en tiempos de crisis en particular la pandemia generada por el COVID19 la comunicación adquiere una particular relevancia en las organizaciones para garantizar la cohesión interna ante la dispersión, la parálisis y el teletrabajo.



En tal sentido, es importante garantizar que la información sea continua, fluida y eficiente, y que tienda a disminuir o eliminar los rumores. Se trata de generar confianza y construir empatía.

Para entender mejor el significado de la comunicación ante la crisis, veamos el siguiente video.

De la Cierva, Y. Tres principios de comunicación ante la crisis del coronavirus.

### ¿Cómo será la comunicación en tiempos de post-COVID?

- De corto plazo.
- Transparente y basada en mensajes cercanos y positivos.
- Trabajando la empatía.
- Generando contenidos que propicien la formación y el entretenimiento.
- Experimentando con nuevos formatos.

Los efectos de la revolución digital sobre la economía, las relaciones sociales o el medio ambiente, ofrecen inexploradas posibilidades para el progreso material y el bienestar de las personas; y a su vez amenazan la pervivencia de numerosas profesiones y de millones de puestos de trabajo.

A ello se suma la actual crisis generada por la pandemia del COVID19 que contribuye a agudizar estos efectos y donde la comunicación constituye un aspecto clave para facilitar el proceso de adaptación a la “nueva normalidad”. En tal sentido se hace necesario desarrollar **estrategias** de comunicación que contribuyan a disminuir la incertidumbre.



La actual pandemia invita a crear nuevos espacios para la comunicación para fortalecer el espíritu de pertenencia a la organización al tiempo que aprovechar esos nuevos espacios para la formación y la socialización.



Cervantes Hernández, R. y Chaparro Medina, P.M. (2021). *Transformaciones en los hábitos de comunicación y sociabilidad a través del incremento del uso de redes socio digitales en tiempos de pandemia*. Ámbitos: revista internacional de comunicación, 52, 37-51.

Fundación Telefónica. (2012). *Aprender con tecnología Investigación internacional sobre modelos educativos de futuro*. Editorial Ariel, S.A., 2012

Fundación Telefónica. (2018). *50 estrategias para 2050*. El trabajo y la revolución digital en España pdf. Recuperado de <https://www.fundaciontelefonica.com/cultura-igital/publicaciones/636/>

Rodrigo, A. (2020). *Prepárate para el futuro*. Así será el SEO en 2030. Recuperado de <https://www.merca20.com/preparate-para-el-futuro-asi-sera-el-seo-en-2030/>

Sierra Sánchez, J y Barrientos, Báez, A. (2021). *Cosmovisión de la comunicación en redes sociales en la era postdigital*. Madrid, Mc Graw Hill. Interamericana de España, S.R.L.

Staiano, N. (2021). *La importancia de una comunicación clara en tiempos de pandemia*. Cuadernos Del INAP (CUINAP), 2(77). Recuperado de [//publicaciones.inap.gob.ar/index.php/CUINAP/article/view/257](https://publicaciones.inap.gob.ar/index.php/CUINAP/article/view/257)

Vacas Aguilar, F. (2014). *La nueva normalidad, evolución tecnológica, comunicación y empleo*. Madrid, Ediciones CEF.

Recuperado de <https://www.cef.es/files-cef/la-nuevanormalidad>.

# **Has culminado la revisión del tema**