

RESEÑA DEL LIBRO: METODOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA. DEL INVENTARIO AL ENCUENTRO SOCIOCULTURAL.

De, Sandra Massoni (2013). Rosario: Ediciones Homo Sapiens. 194 pág.

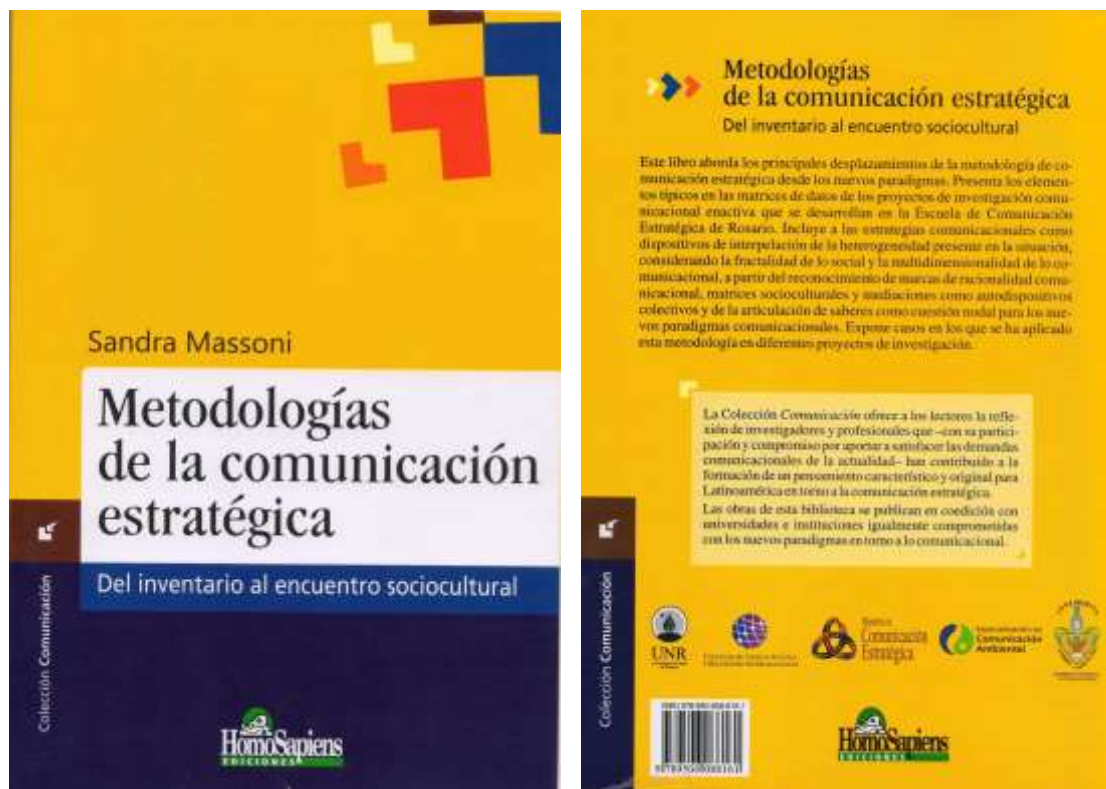
Recibido: 06 de Enero 2014
Aprobado: 17 de Mayo 2014

Por, Mariana Piola¹

Universidad Nacional de Rosario

Argentina

piola.mariana@inta.gov.ar



¹ Doctora en Comunicación Social y Especialista en Comunicación Ambiental de la Universidad Nacional de Rosario. Integra parte de los equipos profesionales del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) de la República Argentina, también es docente en la Maestría en Comunicación Estratégica de la Universidad Nacional de Rosario y co-coordina el proyecto de investigación radicado en esa unidad académica, titulado: “Indicadores comunicacionales en dimensiones múltiples.

ABRIRSE A LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

Introducción

La obra de Sandra Massoni es vasta y trama la urdimbre de una metaperspectiva que, como ella misma escribe, da cuenta de 28 años de trayectoria. Sin embargo, este libro en particular completa una trilogía en el marco de la colección Comunicación editada por Homo Sapiens: *Estrategias. Los desafíos de la comunicación en un mundo fluido* (2007), *Comunicación estratégica. Comunicación para la innovación* (2011) y el que aquí reseñamos *Metodologías de la comunicación estratégica, del inventario al encuentro sociocultural* (2013).

Mientras los dos primeros buscan distintos ingresos a la comunicación estratégica, a su calidad de compleja, fluida y multidimensional, y de su imbricación con una perspectiva ambiental, este último se sumerge directamente en el despliegue de una novedosa metodología ampliamente probada por equipos dirigidos por la propia autora, y alumnos de sus numerosos cursos en distintos países.

Si bien algunos de los textos clave de este libro pueden ser rastreados en artículos sueltos de su autoría, la organización propuesta aquí lo convierte en una obra fundamental para la biblioteca del profesional decidido a abordar la comunicación desde esta mirada o que busque articular con otras disciplinas para lograr transformaciones.

1. Tonos: decir y hacer

Hace tiempo que Massoni propone como desafío del comunicador actual un cierto descentramiento de la cuestión de la significaciones transmitidas, los medios, los mensajes, sus circuitos y sus formatos; idea que durante años se ha debatido en el ámbito de la comunicación. Su alternativa es privilegiar a la comunicación en tanto modalidad de vinculación intersubjetiva, y abordarla como encuentro sociocultural. Así, las estrategias comunicacionales son dispositivos que analizan y operan diferentes tipos de encuentros socioculturales en dimensiones múltiples. Su propuesta es innovadora en tanto descentra el objeto de estudio tradicional de la comunicación. En coherencia con esto, su libro se hace carne en un satisfactorio intento por superar la clásica estructura de capítulos -cuestión que ya había ensayado en *Saberes de la tierra*

mía (Massoni, 2005) entre otros de sus textos- pero que con sencillez y contundencia nos ofrece aquí a partir de una organización dinámica y casi de manual.

Si bien el libro puede ser leído de principio a fin, los textos se organizan en cuatro grandes bloques: el desarrollo de la metodología (conceptos y guía general para la implementación), recomendaciones para la tarea de ser comunicador estratégico, nociones destacadas y casos en los que se ha aplicado esta metodología.

El primer núcleo se encarga de situar al lector en los aspectos conceptuales centrales de la metaperspectiva, para dirigirse directamente al desarrollo de la noción de estrategias de comunicación en sus aspectos metodológicos y el despliegue de los siete pasos de la investigación enactiva: la definición de la Versión Técnica del problema Comunicacional, el análisis y prescripción mediante Marcas de racionalidad comunicacional, el reconocimiento y jerarquización de los actores, la caracterización de Matrices Socioculturales, el árbol de soluciones, la investigación de campo y el diseño del plan operativo de la estrategia comunicacional.

También incluye en este grupo de textos, requisitos metodológicos para implementar la metodología de comunicación estratégica, como la determinación de muestras, varios test que se utilizan habitualmente en proyectos de investigación enactiva en comunicación (foto-problema, modos y formas de comunicación, jerarquía de actores y competencias, transposición temporal). En este apartado, al principio, aparece una tabla que si bien ya se anticipaba en la obra *Estrategias. Los desafíos de la comunicación en un mundo fluido* (2007) y aún en la de editorial Ariel del año 2009 *Hacia una teoría general de la estrategia* que compartió con Rafael Pérez, aquí se profundiza y constituye un puente para sumergirse en la metodología, si no es que se fue entrando en calor con las anteriores. Massoni propone una comparación entre un diagnóstico tradicional de comunicación y el de la comunicación estratégica a través de 20 puntos. Utilizando este cuadro como guía y en solo dos páginas, alumnos universitarios o profesionales de la comunicación, pueden ingresar a esta metaperspectiva con ideas claras y que podrán ir retomando y profundizando a lo largo de toda su obra.

¿Por qué una Versión Técnica Comunicacional se desarrolla en equipo?; ¿cómo se ajusta en la redacción de la VTC cada uno de sus componentes?; ¿cómo se trabaja en el reconocimiento de matrices socioculturales?; ¿cómo se despliega el juego de expectativas-intereses-necesidades al interior del proyecto?; ¿cómo se trabaja con ejes y tonos en una estrategia de comunicación?, son algunos de los interrogantes que se responden en el texto para ayudar a los profesionales a desarrollar estrategias de comunicación.

Los destacados son un compendio de nociones centrales de la comunicación estratégica, que se convierten en el ABC que debe poder manejar cualquier comunicador que decida trabajar desde esta metaperspectiva. Se trata de 16 nociones básicas que se intercalan a lo largo de la obra y presentan versiones concentradas pero que pueden leerse por separado como: versión técnica comunicacional, lo comunicativo y lo comunicacional, auto dispositivos colectivos, marcas de racionalidad comunicacional, matrices socioculturales, sentido enactuado, estrategia de comunicación, modalidad del vínculo con el problema, antecedentes científicos, estrategias como mapas, investigación enactiva, proyecto de cambio social conversacional, comunicación estratégica, investigar lo fluido, objeto de estudio de la investigación en comunicación y especificidad del comunicador social.

Finalmente el libro incluye 14 casos donde esta metodología ha sido aplicada a nivel de empresas, organizaciones del tercer sector y gobiernos en distintos ámbitos y en diferentes países. Cada uno presenta la fortaleza de su apropiación en torno al tramo del diseño de estrategias comunicacionales que en ese momento se está desarrollando en el libro y da cuenta de la versatilidad de la propuesta metodológica para abordar lo comunicacional en situación.

2. Algunas claves para pensar la comunicación estratégica

Y como para hablar de comunicación estratégica es preciso leer a Sandra Massoni, aquí se extractan seis párrafos que cruzan la obra y que son invitaciones para ingresar al libro:

Define a la comunicación como encuentro sociocultural, en tanto espacio y momento relacionante de la diversidad macro social, y propone a las Mediaciones, a las

Marcas de racionalidad comunicacional y a las Matrices socioculturales como técnicas de análisis metodológico propias de los comunicadores sociales (Massoni, 2013, p 16)

La idea de la estrategia como un proyecto de comprensión puede ser ilustrada con la metáfora del mapa. En el marco de un mundo que cambia incesantemente, las estrategias -como los mapas-son dispositivos de inteligibilidad, que orientan nuestra acción en busca de un objetivo de transformación, como los viajes (Massoni, 2013, p 19)

Planificación, seguimiento e implementación de las etapas de diseño de la estrategia deben ser coordinado por especialistas en comunicación estratégica y contar con un comunicador que conozca los aspectos conceptuales-metodológicos de la comunicación estratégica y a la vez forme parte del proyecto en el cuál se está trabajando con una dedicación importante prevista a tal efecto (Massoni, 2013, p 26)

En el plan operativo inicial de la estrategia comunicacional es necesario priorizar ejes (qué) y tonos (cómo) para destacar aquellos que resulten más convergentes con la vinculación actual de cada matriz sociocultural con la problemática (Massoni, 2013, p 159)

En todos los proyectos el objetivo es aportar a la comunicación como encuentro: un cambio social conversacional que enactúa. No es un esfuerzo solo analítico sino además operacional que trabaja en propiciar acciones y sentidos compartidos. (Massoni, 2013, p 173)

Una exploración que recién se inicia, pero que resulta más convergente con las nuevas competencias analíticas y operacionales propias del comunicador en un mundo fluido. (Massoni, 2013, p 190)

Los profesionales de la comunicación que trabajan en organizaciones y proyectos, están siendo invitados a una nueva forma de hacer y conocer la disciplina. Este libro es un comienzo que conecta con la acción cotidiana y convierte a los profesionales durante tantas

décadas criticados por su falta de metodología y objeto, en investigadores enactivos y motorizadores de transformaciones comunicacionales.

Bibliografía

- Massoni, S., (2013) *Metodologías de la comunicación estratégica, del inventario al encuentro sociocultural*. Rosario, Homo Sapiens
- Massoni, S., (2011). *Comunicación estratégica. Comunicación para la innovación*. Rosario: Homo Sapiens
- Massoni, S., (2007). *Estrategias. Los desafíos de la comunicación en un mundo fluido*. Rosario: Homo Sapiens
- Massoni, S., (2005). *Saberes de la tierra mía. Comunicación rural en la región pampeana argentina*. Rosario: UNR Editora.
- Pérez, R. y Massoni, S. (2009) *Hacia una teoría general de la estrategia: Cambio de paradigma en el comportamiento humano, la sociedad y las instituciones*. Barcelona: Ariel