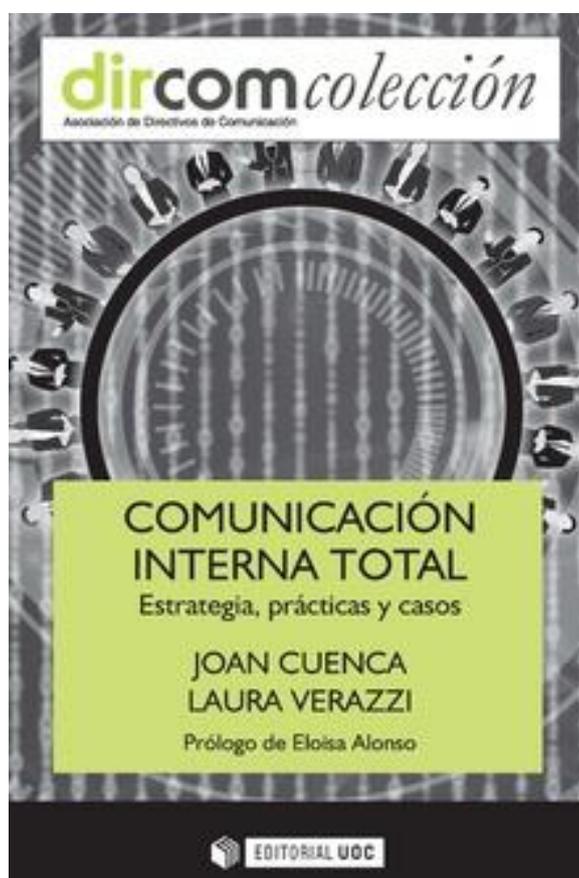


LIBROS

Comunicación Interna Total. Estrategia, práctica y casos
Joan Cuenca y Laura Verazzi, 2020, España
Editorial UOC (Colección Dircom), 228 págs.



Kathy Matilla¹ | [ORCID ID](#)
kathyms@blanquerna.url.edu
Universidad Ramón Llull, España

Recepción: 22/02/2020 Revisión: 05/04/2020 Aceptación: 22/06/2020 Publicación: 26/06/2020
<http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-19-2020-13-247-250>

¹Profesora-Investigadora de la Facultad de Comunicación y Relaciones Internacionales Blanquerna, Universidad Ramón Llull (URL) de Barcelona (España ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5247-3289>).

Comunicación Interna Total. Estrategia, prácticas y casos es una obra del Dr. Joan Cuenca y de Laura Verazzi, que combina el *know-how* y el conocimiento de dos perfiles complementarios, pero igualmente expertos en comunicación interna.

Cuenca, profesor-investigador de la Facultad de Comunicación y Relaciones Internacionales Blanquerna de la Universidad Ramón Llull de Barcelona, incorpora a estas páginas su visión académica, su inmersión en abundantes estudios de investigación aplicada y múltiples discusiones mantenidas durante décadas en las aulas, aportando su conocimiento académico sobre comunicación interna y el de sus principales referentes de la literatura internacional.

Verazzi, fundadora y directora de su propia consultora especializada en comunicación interna, aporta al texto sus años de experiencia profesional, un profundo conocimiento de la práctica y del desarrollo metodológico aplicado en diferentes empresas y, todo ello, desde la máxima rigurosidad académica. En este cruce, la experiencia y el conocimiento de los autores dialogan, a la vez que dan voz a otros actores de la comunicación interna. Como afirman los propios autores, se trata de un libro polifónico que aborda la comunicación interna de una manera holística y sistémica.

Esta publicación, estructurada en cinco capítulos y que nace al amparo de la Colección Dircom de la Editorial UOC, funciona casi como una secuela natural de un libro anterior de los mismos autores (*Guía Fundamental de la Comunicación Interna*, Ed. UOC, 2019), recientemente publicado y, a la vez, viene a cubrir un hueco en la literatura sobre comunicación interna disponible en lengua castellana que, hasta ahora, tenía una deuda pendiente desde un enfoque actualizado de su gestión profesional.

En su primer capítulo se presenta un mapa del ámbito objeto de estudio que permite al lector una aproximación inicial a la materia, proporcionando las coordenadas necesarias para orientar al lector en la extensión temática que se abordará en los siguientes capítulos. También se abre paso a interesantes cuestiones sobre el *rol* profesional, el posicionamiento de la gestión de la comunicación interna en el seno del departamento de comunicación, su relación con las otras áreas funcionales y sus límites y sobre los directivos que lideran la función.

En el segundo capítulo se plantea la dimensión estratégica de la comunicación interna y su relación con la organización, su alineamiento con los objetivos de negocio y su contribución a la configuración de la cultura corporativa organizacional. De esta manera se profundiza sobre la vital importancia de abordar la gestión de la comunicación interna desde un planteamiento estratégico y los diferentes aspectos a considerar para poder hacerlo adecuadamente en la *praxis* profesional contemporánea.

En el tercer capítulo se expone la dimensión más práctica: “el hacer”. Se debate y se plantea qué papel cumple cada empleado en una organización, incluso en las más nuevas y adaptadas, y se navega en torno a los diferentes lenguajes posibles y los distintos modos de comunicar que pueden vehiculizarse por los medios de comunicación internos.

En el cuarto capítulo se presenta uno de los pilares ineludibles de la gestión de la comunicación interna y aún poco explorado: la medición de resultados mediante auditorías. Para ello, los autores combinan diferentes métodos evaluativos y abren la puerta a seguir profundizando, en futuras reflexiones, en torno a un tema aún no totalmente consensuado a fecha de hoy.

Por último, llegados al final, un capítulo necesario: el que permite comprender la puesta en práctica. Un conglomerado de seis casos de gestión de la comunicación interna en otras tantas empresas de diferentes tamaños, geografías y problemáticas, que permite valorar, en la práctica, las aportaciones de los capítulos precedentes.

En esta publicación, dirigida sobre todo a profesionales en activo, pero también a estudiantes de último curso de grado y de masters y postgrados especializados, el lector podrá encontrar una clara descripción del universo de la gestión de la comunicación interna desde la perspectiva más actual, ya que se trata de un libro para lectores avezados y avanzados, con experiencia previa o con deseos de adquirirla desde una perspectiva estratégica, que es la forma en que se concibe y desempeña la *praxis* en la actualidad. Debido a ello, pues, se trata de un libro de lectura imprescindible.

Forma de citar este artículo:

MATILLA, K. (2020). Reseña del libro: Comunicación Interna Total. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, Vol. X, Nº 19, 247-250. Recuperado el __ de _____ de ____, de <http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-19-2020-13-247-250>.