



Lic. Ciencias de la Comunicación
Comunicación Organizacional I
Araceli Arias Macías

Como pudimos leer esta maravillosa entrevista de Terpel una organización comunicante para mi punto de vista y lo que pude investigar a fondo es el nuevo escenario laboral que urge a las empresas a adaptarse a dinámicas distintas siendo competitivas, esto ha perpetrado un giro fundamental que ha llevado a que quienes dirigen las empresas replanteen la forma de pensar el mundo, su propia organización y el rol de las personas que trabajan no para ellos sino con ellos. Hoy en día son otros valores los que garantizan el éxito y las sostenibilidad de las organizaciones superando al capital y la tecnología, la manera de gestionarlos y potencializarlos ha captado la atención de empresarios y teóricos. El entusiasmo, la lealtad, la devoción expresadas, son intangibles íntimamente ligados al ser humano, lo mismo que el conocimiento, las ideas y las relaciones que constituyen las nuevas monedas de la economía

Afirmar que las ideas, las relaciones y el conocimiento son las nuevas monedas de las organizaciones significa reconocer que las personas tienen un rol estratégico, pues sólo ellas adquieren, preservan y transmiten, a través de lenguajes, saberes recogidos en experiencias vividas y más aun logran evocarlos y articularlos según las necesidades de nuevas circunstancias. Por lo anterior es un desafío para las empresas lograr conocer a fondo con quiénes cuenta, cuáles son sus fortalezas y cómo se pueden transformar y conjugar las nuevas iniciativas y sus respectivas estrategias.

En este sentido las personas deben ser estimadas como fuentes de nuevos valores, son ellas con sus conocimientos y talentos las que generan y aplican recursos, pero en modo alguno pueden ser consideradas como un recurso, sino como una fuente generadora de ellos. Estos recursos siempre han existido en las empresas pero sólo hasta ahora son considerados como posibilidad de diferenciación y ventaja competitiva en el entorno organizacional.