

editorial

En el presente número asistimos a la reflexión del concepto de comunicación en torno a tres ejes: crisis, políticas públicas-académicas y sector productivo. Mucho se ha hablado en los últimos tiempos de la crisis global: una crisis económica y social cuyo antecedente, en cuanto a magnitud, se remonta a la de 1930. A pesar de no poder prever las consecuencias, sí podemos establecer criterios desde donde construir y actuar en busca de una posible salida. Para esto es necesario revisar lo que se viene haciendo y construir nuevas decisiones que permitan hacernos social y económicamente más competitivos. Y en este recorrido centramos la mirada en la relación que se da entre las pymes –actores fundamentales para el desarrollo productivo de nuestro país–, el Estado y los ámbitos académicos desde los cuales se producen los aportes teóricos.

Como en otras oportunidades, desde el Taller de Planificación Comunicacional en el Sistema Productivo, de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social (UNLP), proponemos **comprender cómo el contexto socio-económico actual se relaciona con el concepto de desarrollo local** y así, reflexionar acerca de los modos en que la **comunicación** juega al interior de este proceso. Para ello, nos hemos planteado indagar de manera profunda cómo la crisis mundial afecta a nuestro continente y a nuestra región.

Construimos este panorama con la participación de Daniel García Delgado y Daniel Arroyo, quienes presentan

en sus artículos varias aristas que permiten repensar la situación actual y comprender los caminos hacia los que se dirigen o deberían dirigir las políticas públicas. Sus propuestas nos dan el puntapié inicial para analizar los desafíos que restan para nuestra región, los cuales veremos, están fundados en la necesidad de trabajar desde la cooperación.

Entendemos que la comunicación adquiere una relevancia fundamental en la búsqueda del fortalecimiento del sector productivo regional y de cada una de las pymes provinciales. Partimos de la idea de comprender que las crisis, sean internas o externas a la empresa, siempre afectan. Y lo que importa es la capacidad de reacción, lo que abre nuevos espacios de desarrollo dentro de la cultura corporativa.

Tomemos como ejemplo el caso de la Responsabilidad Social Empresaria, concepto que, con los años, fue adquiriendo cierta autonomía hasta llegar a convertirse en una práctica de gestión empresarial que encierra una estrategia de integración social. La RSE es hoy un nuevo modelo de gestión para las pymes.

Este nuevo escenario continúa abriendo interrogantes. ¿Cuál es el lugar que debemos ocupar como profesionales de la comunicación al interior de estas pymes, deseosas de salir más fortalecidas de la crisis? ¿Cuáles son las nuevas estrategias que deben ser tenidas en cuenta para lograr una comunicación adecuada que permita superar no sólo esta crisis global, sino todo tipo