



26 may 2021

[ATREVIA, Libros](#)

[Conversaciones con 20 líderes en comunicación y branding, Guillermo Bosovsky, Pirámide Editorial](#)

“Conversaciones con 20 líderes en comunicación y branding”. El nuevo libro de Guillermo Bosovsky

En estos últimos días he tenido el placer de leer, por fin, el nuevo libro de **Guillermo Bosovsky**, *Conversaciones con 20 líderes en comunicación y branding*, en el que además me siento orgullosa de participar.

Se trata de un volumen necesario a través del cual su autor conversa con diferentes profesionales emergentes de un contexto profesional e intelectual propio de esta época. En cada una de las reflexiones que realiza, trata distintas disciplinas y áreas de actividad, todas ellas relacionadas con las tendencias más actuales en la comunicación y el branding. Esta obra hace las veces de punto de encuentro para los diferentes sectores, y creo que en esa heterogeneidad reside una de sus grandes virtudes.

En el capítulo en que intervengo, titulado *La transversalidad de la comunicación*, reflexionamos e intercambiamos puntos de vista acerca de la evolución de la comunicación durante los últimos años. Tal y como le resumía a Guillermo y como no me cansaré de subrayar, “la comunicación hoy es más importante que nunca, y será a la vez defensiva y propositiva. La comunicación o es transversal o no es, y no es posible la comunicación sin explicar cuál es la aportación de las compañías a la sociedad. Vivimos en un mundo de convulsión política, social y económica, y las organizaciones necesitan explicar lo que hacen, cómo lo hacen y cuál es su añadido de valor a la sociedad”.

Tras leer el resto de las conversaciones y teniendo en consideración la disparidad de temas y especialidades, considero que el autor ha conseguido sobradamente que la lectura termine siendo un verdadero diálogo entre múltiples posturas y entre distintas especialidades, que reúnen con acierto las diversas experiencias profesionales vividas por cada uno de nosotros. Además, concluye el libro reforzando ciertos principios e ideas que atraviesan el conjunto de las conversaciones, un broche final que hace aún más enriquecedora esta lectura que no puedo dejar de recomendar.

Como propulsor de un modelo de trabajo que aplica principios de inteligencia colaborativa en la investigación, Guillermo Bosovsky tiene un largo recorrido y una gran experiencia en el mundo de la comunicación, el marketing y la psicología social. Y esto es algo que se nota a lo largo de estas páginas, en las que consigue plasmar el escenario actual que ha cambiado radicalmente todos los principios que, durante décadas, habían funcionado en el *branding*, la comunicación, la publicidad, la relación entre productos y servicios, la gestión del talento y la responsabilidad social y medioambiental.

Definitivamente, estoy muy agradecida de haber podido formar parte de este proyecto y comparto con Guillermo que las líneas de reflexiones y propuestas que los interlocutores partícipes han aportado pueden servirnos como estímulo para comprometernos, desde nuestras especialidades en comunicación y en branding, a seguir avanzando para intentar hacer del mundo un lugar mejor.

Pasen, lean y disfruten de un camino que se revela como un verdadero aprendizaje.