

COMPOLCORP
Consultores de Comunicación



RESUMEN EJECUTIVO
Charlas ComPolCorp
Profesionalización de la
Comunicación Corporativa

Elena Gutiérrez-García
8 de mayo de 2021



En esta nueva edición de Charlas ComPolCorp, dialogamos con Elena Gutiérrez-García. Licenciada en Periodismo y Doctora en Comunicación por la Universidad de Navarra. Ha sido directora del Máster en Comunicación Política y Corporativa de esta misma universidad. También ha sido visiting researcher de Business School de la Universidad de Huddersfield y visiting research fellow en el Stirling Research Media Institute de la Universidad de Stirling, ambas en Reino Unido. Además de visiting doctoral research en la School of Media and Public Affairs de la Universidad George Washington de Estados Unidos. Ha sido profesora en la Universidad Internacional de Cataluña, Universidad Católica de Valencia, la Universidad Mayor y la Universidad de Los

Andes (Chile), Universidad de La Sabana (Colombia), y la Universidad del Istmo (Guatemala). Es vocal de la junta directiva de la Asociación de Directivos de Comunicación de España y coordinadora del grupo de investigación Innovación y Comunicación en las Instituciones INCOMIN.



Elena Gutiérrez-García.
Licenciada en Periodismo y Doctora
en Comunicación por la Universidad
de Navarra.



La comunicación es lo más profundamente humano que tenemos y allí radica su complejidad. Es crear espacios confortables donde todos tratan de entenderse para poder vivir y tomar decisiones. En lo corporativo, se lo traslada a la capacidad de entender a los públicos, para diseñar la mejor manera de presentar productos y servicios. La comunicación empieza por el silencio: es un 60 % escuchar, analizar y entender; y un 40 % explicar, dar razón.

Frente a la profesionalización de la Comunicación y el rol de los comunicadores, es necesario separar la parte inherente humana, transversal a toda actividad, y la actividad de un especialista de Comunicación, que es la gestión táctica y estratégica de relaciones con los públicos de interés de una organización, y lograr que exista coherencia y consistencia en el diseño de los mensajes claves para cada público y el canal más adecuado a utilizar, teniendo en cuenta el contexto y la naturaleza de lo que se quiere comunicar.

El Director de Comunicación es un profesional estratégico que debe tener la mirada puesta en la gestión operativa, a manera de un director de orquesta, y en el gobierno de una organización, la toma de decisiones dentro de la misma y la generación de un liderazgo transformador en términos de comunicación.

La Comunicación Corporativa tiene un método y una metodología y, por tanto, es una ciencia. No se puede gestionar la comunicación sin que exista un método, y mucho más dentro de una organización. Esta gestión comienza con un análisis científico y sociológico para iniciar una planificación acorde a lo que se requiere.

La investigación social aplicada a las organizaciones nos permite determinar un diagnóstico para conocer la situación y poder tomar decisiones estratégicas y de gestión, de acuerdo con la audiencia a la que se quiere llegar. Los indicadores para

**La comunicación
empieza por
el silencio: es un
60 % escuchar,
analizar y
entender; y un
40 % explicar,
dar razón.**



evaluar la eficacia de nuestras acciones en comunicación son importantes para comprobar el impacto de la gestión en torno a categorías específicas, como indicadores de impacto, de resultados o efectos.

Lo permanente en la Comunicación es tender puentes de entendimiento, es escuchar, analizar y reaccionar de manera serena ante las adversidades. Lo que cambia son las herramientas y plataformas para hacerlo. Y más ahora, con todo el avance digital y cambios tecnológicos; el comunicador debe estar preparado para utilizarlos. Esto ha provocado cambios estructurales en la manera de hacer Comunicación.

La legitimidad social de la Comunicación la otorgan los públicos a quienes se dirige una organización. En la actualidad, estamos en medio de una crisis, provocada por la pandemia, esto plantea un desafío para el comunicador. Este desafío signifi-

ca una transformación basada en la reflexión.

El rol del comunicador es transversal a todas las áreas de una organización. Es un profesional renacentista, en el sentido de que puede hablar e interpretar todos los idiomas de los diferentes departamentos. Ese diálogo especializado es clave para la gestión y articulación de la comunicación y de los equipos en una organización. Para ello, se requiere una actualización constante de conocimientos, competencias y habilidades; para desenvolverse en los diferentes escenarios que se plantean en el día a día de esta profesión.

Debido a estos escenarios y cambios que ocurren, es complicado prever el panorama de la Comunicación de aquí a futuro. Lo que sí es seguro es que la formación y la curiosidad del comunicador serán factores a tener en cuenta para su posterior adaptación.





Recomendaciones de series y libros:

The West Wing. Es una serie brillante para ver. La trama que se muestra obedece a la manera de ver la Comunicación en el gobierno y cómo esta se empieza a gestionar desde el presidente, que es quien está al mando y la transmite al equipo. También deja ver los errores a los que el profesional de la comunicación está expuesto, así como los aprendizajes que llegan día con día para superar los diversos desafíos del quehacer diario.

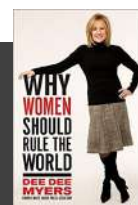


Liderazgo estratégico y gestión de la comunicación, de Anne Gregory y Paul Willis.



Muestra una visión global de la comunicación y profundiza la especificidad del rol del comunicador en la actualidad.

Why women should rule the world? Memorias de Dee Dee Myers.



A través de las vivencias de la exjefa de prensa de la Casa Blanca vemos la importancia de gobernar la comunicación, afianzar el liderazgo y la estrategia dentro del ámbito de lo público.

Homenaje a David Beriain

David Beriain siempre quiso descubrir la naturaleza humana y eso lo llevó a estudiar Comunicación, después de pasar por varias carreras. Su vocación era contar historias y lo reflejaba a través de sus artículos y documentales.

Él siempre buscaba ir al origen de las historias, a querer saber siempre qué es lo que está pasando, pero no en los grandes asuntos, sino en lo cotidiano, en situaciones difíciles y de guerra. Él iba al terreno y entrevistaba a líderes talibanes, de las FARC, entre otros; puesto que siempre buscaba comprender la razón de sus actos.

David fue, y es, una de las joyas del periodismo actual, puesto que siempre generó empatía con sus espectadores a través de sus historias, que pretendían explicar la naturaleza humana.



Te invitamos a disfrutar de la charla completa en:

