

Capital Humano

- Tendencias

Comunicar: ahora o nunca

Cid, Flor

Capital Humano, N° 368, Sección Tendencias / Tribuna, Octubre 2021, **Wolters Kluwer**



Flor Cid

Directora de FlorCidComunicacion



«Es la hora de la comunicación, ahora o nunca». Así titula su artículo Luis Miguel Díaz-Meco, experto en Comunicación, consultor y docente, donde afirma que uno de los efectos colaterales de esta pandemia sanitaria que atravesamos es la *«creciente valoración de la comunicación y sus profesionales en el seno de las empresas»*.

Comparto con mi colega esta afirmación y creo que, en gran parte, esta crisis nos ha enseñado a todos ya no lo importante, sino lo necesaria y fundamental que es la comunicación interna para la supervivencia, el desarrollo, la consolidación y el crecimiento de los negocios.

Me baso en dicho artículo para esta colaboración porque, en pocas líneas, resume este cambio tan importante que estamos atravesando los especialistas en comunicación, desde una posición u otra, en un panorama donde se han roto, quizá para siempre, los esquemas tradicionales y hemos de adaptarnos, sí o sí, a un nuevo y enriquecedor contexto, no exento de retos y desafíos.

El teletrabajo y/o el trabajo híbrido pasan a acompañarnos en nuestro día a día y, según afirma Díaz-Meco, una reciente encuesta indica que hasta el 80% de los profesionales cree que su trabajo está ahora mejor valorado que nunca.

De la encuesta: «2021 Strategic Communications Survey» de Frank Strong, se desprende que los profesionales de la comunicación tenemos demasiadas prioridades. *«La gestión de la reputación es una labor tan extensa como ambigua, que exige medios y conocimientos que en muchas ocasiones hay que buscar fuera»*, afirma Díaz-Meco. Además, es evidente que la relación con los medios también es más difícil, dado que cada día hay más, son más variados, *«están más atomizados y responden a dinámicas cambiantes»*. Para este experto en Comunicación, estamos ante el mejor momento para reivindicarnos como profesionales. Y comparto con él que así debe ser, de modo especial en lo que se refiere al profesional de la Comunicación Interna, clave para mantener cohesionada la empresa, alineada en valores y firme en lo que respecta a establecer y hacer conocer su misión y visión.

RENOVACIÓN

En otro artículo reciente de Llorente y Cuenca se refuerza este argumento al afirmar que, con el aumento de la importancia estratégica de la Comunicación Interna para las organizaciones, *«la pandemia ha amplificado la necesidad de mantener y fortalecer la conexión entre las personas y los equipos y, en consecuencia, ha traído un aumento de actividades, información y acciones de compromiso, pero no siempre considerando la inversión de más recursos financieros»*, matiza.

En definitiva, la Comunicación Interna seguirá siendo fundamental en este marco de cambio acelerado, si bien es cierto que, como sostiene el artículo de Llorente y Cuenca, desde Talento y Recursos Humanos anuncian que *«es preciso renovarla en sus formas, contenidos y enfoques para que pueda continuar contribuyendo de manera efectiva»*.

El reto residirá en ser capaces de priorizar y conjugar los objetivos de negocio con la seguridad y salud de los empleados y colaboradores, *«promoviendo una comunicación clara, objetiva y continua»*. Esta comunicación tendrá que contemplar el aspecto emocional y ser individualizada para que aumente y se consolide el compromiso particular, en sintonía con los compromisos colectivos. En este sentido, será prioritario apostar por la comunicación bidireccional, sobre todo para ser capaces de gestionar el exceso de información y la incertidumbre, algo cada vez más valorado por los trabajadores de las compañías y donde deben poner el foco, sí o sí, los profesionales de la Comunicación Interna.

Comunicar: ahora o nunca



- Es el momento de poner en valor la labor de los profesionales de la Comunicación
- La crisis sanitaria contribuye a reforzar el valor de la Comunicación en las empresas
- El contexto de teletrabajo y/o trabajo híbrido destaca la importancia creciente de la Comunicación Interna
- El reto es ser capaces de conjugar los objetivos de negocio con la seguridad y salud de los empleados y colaboradores

[Opinar \(0\)](#)

Queremos saber tu opiniónNombre