

Capital Humano

- Tendencias

Algunas tendencias clave en Comunicación Interna

Cid, Flor

Capital Humano, N° 372, Sección Tendencias / Tribuna, Febrero 2022, **Wolters Kluwer**



Flor Cid

Directora de FlorCidComunicacion y de www.muysegura.com



De manera generalizada, el inicio de un nuevo año es una ocasión perfecta para plantearse retos o propósitos en diversos ámbitos de actuación y actividad, ya sea en el plano personal, ya se refiera al escenario laboral. Considero que la Comunicación Interna, siempre en el eje central de mis colaboraciones, tiene ante sí la oportunidad de detallar qué aspectos de todos los que la rodean estarán más presentes que nunca a lo

largo de este 2022, así como a qué novedades asistiremos dentro de su más que amplio campo de actuación.

Un hecho innegable es que la crisis sanitaria causada por la pandemia del Coronavirus ha desatado una serie de cambios importantes en el plano socioeconómico que están repercutiendo de manera directa en la esfera laboral. En muchos mercados y sectores, las transiciones que se estaban experimentando en años anteriores se han acelerado, hecho que ha repercutido directamente sobre la Comunicación Interna, que ha tenido que adaptarse con agilidad a los diferentes escenarios en los que ahora han de moverse las empresas.

Es por eso que una de las grandes tendencias que identifiqué, ya mencionada en artículos anteriores, es el incremento en el protagonismo del **rol del comunicador interno**. Sin lugar a duda, las compañías se han orientado más que nunca hacia el papel que estos profesionales desempeñan, de modo especial en lo que se refiere a su labor para la correcta transmisión de mensajes clave sobre el funcionamiento y el día a día de éstas ante escenarios cambiantes e, incluso, impredecibles en los momentos más difíciles de la crisis sanitaria. La parte negativa de este hecho es que algunos expertos llegan a afirmar que se han sentido «sobresaturados» ante el incremento de su actividad (exceso de información, falta de horarios, proliferación de reuniones online, etc.).

Otro de los grandes ejes de actuación de la Comunicación Interna tiene que ver con el **Social Branding**. Como señalan en Sakkana Comunicaciones, cada nuevo año permite ver con más énfasis la importancia que le otorgan las nuevas generaciones a todos los aspectos que tienen que ver con los temas sociales y medioambientales. De ahí que las empresas se centren cada vez más en la transmisión de estos valores en gran parte de sus mensajes, de modo concreto en el plano interno, siendo capaces de posicionar dichos valores en el centro de los negocios (con el contenido más adecuado en el momento preciso).

Por su parte, la exploración de nuevos canales y formatos será otra de las grandes máximas en Comunicación Interna durante este nuevo año, y así lo recuerdan desde Pridecom. Un de los motivos de esta esfera innovadora reside en el desarrollo y fomento del [modelo híbrido de trabajo](#), que está suponiendo todo un reto para las compañías y su forma de comunicar. El empleo de las nuevas herramientas requiere, además, un análisis exhaustivo de cuáles son los públicos internos de las empresas, así como sus distintas motivaciones y necesidades.

Además, continuaremos asistiendo a un modelo comunicativo que tiende a la simplificación, fiel al lema «menos es más». En un escenario sobre saturado de información, la brevedad y concisión, bajo el principio de eficacia y eficiencia comunicativas, primarán a la hora de comunicar, tanto en lo que se refiere a empleados, como a mandos intermedios, directivos y colaboradores de las organizaciones. En este punto los expertos destacan el creciente valor que adquiere la mensajería instantánea, especialmente en los canales horizontal y descendente.

Para terminar, aunque podría seguir plasmando tendencias y retos para la Comunicación Interna durante este 2022, pongo también el énfasis en la **comunicación visual**, que seguirá fomentando la participación de los públicos internos, sobre todo por su

capacidad para conectar, atraer y focalizar la atención; además de por sus bondades a la hora de recordar e interiorizar los mensajes.

