

Capital Humano

Comunicador organizacional: consultor y socio estratégico

Una buena estrategia de comunicación puede generar resultados tan favorables como el incremento de utilidades y el desarrollo positivo



Ignacio Robledo.

La permanencia de las organizaciones en el mercado es consecuencia de muchos factores. Para Ignacio Robledo, presidente de la Asociación Mexicana de Comunicadores (AMCO), uno de esos factores es la comunicación que se maneja al interior, cuya efectividad redunda en las condiciones internas y en la visión que la organización proyecta.

Un comunicador organizacional, asevera el experto, juega un papel muy importante y muy estratégico para el desempeño y desarrollo de cualquier tipo de organización; es una persona que además de realizar diferentes actividades debe saber mucho de las diferentes áreas de cualquier organización.

El también consultor en temas de Comunicación y Recursos Humanos, revela que algunas de las tareas que un comunicador organizacional debe llevar a cabo son: comunicación corporativa interna y externa, relaciones públicas, relaciones con medios, relaciones con instituciones

educativas, relaciones con gobierno y eventos corporativos.

“A veces hasta llegamos a ser voceros de la empresa para la que trabajamos o tenemos que realizar manejo de crisis. Lo que es más, nuestras propias tareas y actividades dependen, en gran medida, del momento que esté viviendo la empresa, lo cual hace que tengamos que conocer muy bien todo lo que sucede en nuestro lugar de trabajo”, comenta.

Robledo agrega que parte de la labor de un comunicador consiste en traducir conceptos difíciles o adaptarlos a la cultura de cada organización, dependiendo del público al que se está dirigiendo. Considera que no es lo mismo preparar un informe para accionistas que un mensaje interno para los colaboradores o un boletín para medios. Apunta que la tarea de adaptar y adecuar mensajes a diferentes públicos es de suma importancia; una labor que se debe realizar muy de cerca con la dirección general.

El presidente de AMCO compara la labor del comunicador organizacional con la labor de un ingeniero, toda vez que el comunicador tiende puentes con sus diferentes públicos. “Digamos que tenemos una población dentro de la organización para la cual trabajamos, y desde la cual deseamos dirigirnos, y

otras poblaciones que son las diferentes audiencias. Con base en esto tendemos puentes, trazamos carreteras o estrategias de comunicación y llegamos en diferentes vehículos o mensajes”, explica.

La comunicación organizacional simboliza un elemento fundamental de la tarea administrativa. Por lo tanto, el comunicador organizacional sostiene tras de sí la tarea elemental de alcanzar equilibrios internos para a partir de ello a exteriorizar una imagen sana, competitiva, capaz de mantener interesados a sus diferentes públicos y de generar buenas relaciones con su entorno.

Dicha situación, enfatiza Ignacio Robledo, convierte al comunicador organizacional en un consultor y experto interno, en un aliado estratégico del negocio, y lo enrola hacia una posición de enorme compromiso.

“Por ello, el comunicador requiere de una objetividad total para identificar las fallas y necesidades reales y para tener la capacidad de emplear los recursos adecuados de acuerdo a cada circunstancia. Hoy, el comunicador organizacional tiene que estar al tanto de todo lo que pasa en la organización y en su entorno, y trabajar de cerca con sus distintas áreas, empezando por la dirección general”, concluye.