

PRIMER COLOQUIO FRANCO-LATINOAMERICANO DE COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

Por María José Larre Borges



El 4 y 5 de noviembre de 2009 se realizó en la Universidad Mayor de Santiago de Chile el Primer coloquio franco-latinoamericano de Comunicación Empresarial, denominado “La comunicación como estrategia para dar valor a la empresa”. En él participaron comunicadores, docentes y estudiantes de diferentes países de América Latina, incluida una nutrida delegación uruguaya. Las conferencias fueron realizadas por académicos y consultores latinoamericanos y franceses; por la Universidad Católica expuso Mónica Arzuaga.

El encuentro se organizó en torno a cuatro ejes temáticos: 1) Comunicación interna, externa y Responsabilidad Social Empresarial (RSE); 2) Comunicación, cambio sociológico, tecnológico y gestión de crisis en las empresas; 3) Comunicación y cultura en las empresas y organizaciones; 4) Comunicación y gestión de marca: clientes internos y externos. Algunos de los aportes más relevantes del coloquio se detallan a continuación.

En términos de comunicación interna, se destacaron tres dimensiones: su integración en la planificación estratégica anual, la sistematización de indicadores de gestión y las actividades de capacitación en comuni-

cación para directivos. Por otra parte, en los debates sobre la RSE, fueron especialmente enfatizadas las acciones vinculadas al cuidado y respeto del ambiente.

En una crisis institucional, no solo se juega la reputación e imagen de una organización, sino que también se pone a prueba su capacidad real de gestionar sus comunicaciones. La elaboración de una estrategia consecuente, consistente, oportuna y adecuada fue central en los acercamientos a este tema. Bajo el nombre de “factor usuario”, los participantes discutieron el uso de las nuevas tecnologías por parte de los diferentes públicos, que posibilita nuevas formas de empoderamiento: un “efecto enjambre” de navegantes organizados que opinan y, muchas veces, se adelantan a las estrategias organizacionales.

Las conclusiones del coloquio fueron ricas y variadas. De acuerdo con ellas, los desafíos de la comunicación organizacional se centrarán en los siguientes principios: innovación y creatividad, ética y transparencia, una política de comunicación integral, un monitoreo constante de la opinión pública y la sustitución de una visión “mecanicista” de la comunicación por una visión global y estratégica. ■■

María José Larre
Borges::
(Montevideo, 1964).

Es docente y comunicadora de la Licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Católica del Uruguay. Es profesora del Taller de Escritura III y tutora del Seminario de Memoria de Grado “La mediatización de la política uruguaya”.

Foto gentileza de
Fiorella Musitelli