

JORGE ABASOLO ARAVENA  
cronica@mercurioantofagasta.cl

Se trata de un texto escrito en forma amena, contrastando con la seriedad hierática de esos textos desmañados con que se suele agobiar la existencia de los estudiantes de Periodismo o de aquellas carreras que tengan que ver con la fascinación por las comunicaciones.

Comunicar es un libro novedoso hasta en su presentación. Editado bajo el sello de Editorial Gedisa/Océano (240 páginas) es un texto recomendable para todo aquel que desee mejorar la comunicación en su familia, empresa u organización.

Su autor cuenta con pergaminos de sobra para abordar el tema en propiedad. Y es que Fernando Véliz Montero es Ph.D. en Comunicación Organizacional (Universidad de Málaga, España), Coach Ontológico (graduado, NewfieldNetwork), Magister en Comunicación (Universidad Diego Portales), Periodista y hasta Licenciado en Comunicación Social.

## TEMÁTICA

¿Quién no ha escuchado el término comunicación empresarial? Pro-

“Comunicar”

# Un libro imprescindible en tiempos de escasa comunicación

» Autor se refiere al arte para gestionar las percepciones

bablemente todos hemos tenido algún tipo de contacto con él. El problema es que muchas veces no sabemos qué áreas comprende o a qué nos referimos específicamente.

En primer lugar, conviene definir, brevemente, que la comunicación empresarial o corporativa es la comunicación que proviene de una empresa, ONG, organización o institución y se dirige a sus distintos públicos-meta. Éstos podrán ser internos y externos, y variarán según el tipo de institución o empresa: clientes, gobiernos, medios de comunicación, agrupaciones empresariales, universidades, accionistas, empleados, público en general, etcétera.

Comunicación empresarial, por tanto, nos sirve de enlace entre una empresa u organización y sus públicos. Pero ¿para qué sirve? será útil y fundamental para ofrecer un servicio o producto con eficacia, construir una buena imagen y mantener una excelente reputación. Hay quienes sostienen que la comunicación empresarial es hoy día un arte y una ciencia para gestionar percepciones.

## ESTRATEGIAS

Comunicar es un libro infaltable para todos quienes gusten del tema, profesionales o aficionados. Fernando Véliz Montero (su autor) nos advierte que “las empresas no sacan el máximo partido posible a las nuevas oportunidades, porque siguen centrando sus esfuerzos en aprovechar al máximo las oportunidades antiguas”.

Juicio certero, sin duda, que nos lleva a plantear la necesidad acuciante de la Innovación, concepto cada vez menos ignorado en nuestro país, aunque aún en estado incipiente.

Y es que la innovación

## Diversidad

El libro de Véliz Montero abarca la multiplicidad de formas de comunicación en el mundo de hoy.

## Innovación

El autor destaca la importancia de este concepto, que suele encerrar en su inicio una suerte de incompreensión.

cen insensatas.

## DESAFÍO

Comunicar es un libro que no escatima a la hora de diseccionar en los meandros, alcances y ramificaciones de la comunicación, término en constante evolución y—por ende—cada vez más complejo.

Fernando Véliz resalta que en estos tiempos todo comunica. Nos advierte que con una mirada mínimamente rigurosa nos podemos percatar de que objetos, actos, expresiones y silencios también comunican.

Entonces, “el desafío de todos los días es no perder la capacidad de asombro y comprender que hasta en los gestos más nimios hay un mensaje que asimilar”. Añade el autor que las intencionalidades se logran percibir cuando los conceptos y la lectura de signos son validados por nosotros.

## IDENTIDAD

Fernando Véliz también aborda el tema de la cultura empresarial. Acura que en muchas ocasiones las empresas descuidan su identidad y sólo piensan que una buena imagen lo es todo. Véliz estima que la identidad es el

corazón de una empresa y se pregunta, ¿qué valor le damos a los ritos, mitos e hitos en nuestra organización? ¿Los valores de nuestra compañía son reconocidos y compartidos por todos? ¿Está validada la cultura organizacional de nuestra empresa?

Sin duda, preguntas válidas, vigentes e imprescindibles si se quiere escrutar a fondo la realidad de una organización para maximizar esas potencialidades soterradas.

Decíamos que Comunicar es un libro donde no se deja nada al azar tratándose de empresas. El autor habla de la necesidad de respetar los mitos e hitos de una empresa. ¡Plenamente de acuerdo! Y es que toda empresa tiene sus leyendas urbanas que se repiten reiteradamente en la organización. Se cuentan a las personas nuevas que ingresan a trabajar. Son historias peculiares que transmiten mensajes de cómo funcionan las cosas en la organización.

