

FERNANDO VÉLIZ MONTERO

# El poder de la comunicación



*El periodista, académico, asesor y coach internacional chileno acaba de lanzar "Comunicar", un libro que busca construir diálogos estratégicos para organizaciones del nuevo siglo. Una aventura que bien vale la pena vivir y disfrutar.*

Por ANDRÉS CARRASCO / ILLUSTRACIÓN: JAVIER DÍAZ

**D**urante los últimos 20 años, Fernando Vélez Montero le ha dedicado buena parte de sus energías al fenómeno de la comunicación. Periodista, comunicador audiovisual, magíster en Comunicación Organizacional, este académico, asesor y conferencista internacional acaba de ponerle un broche de oro a su trayectoria con el lanzamiento de *Comunicar*, un libro que ya desembarcó en las librerías pueratorontinas de la mano de la editorial Gedisa-Océano.

Antes de ir al grano con el primer capítulo de su obra, Vélez Montero seleccionó en las librerías de antropología y científico social inglés Gregory Bateson que bien podría sintetizar el espíritu de su trabajo:

*La comunicación es la matriz en la que se crean todas las actividades humanas.*

¿Por qué se decidió a publicar un trabajo de este tipo? "Este libro surge de una necesidad personal por sumar a la gran discusión actualmente existente sobre el rol de la comunicación en el mundo de las empresas (productos y servicios) e instituciones (gobiernos locales, gremios, etc.). Hoy la comunicación es un tema en sí, y se hace necesario reflexionar, sistematizar y construir nuevos escenarios editoriales. Sentí que los 20 años como consultor y académico tenían que resumirse no sólo en ensayos y conferencias, sino también en un texto que sumará directamente al diario vivir de las organizaciones. *Comunicar* nace después de ver tantas veces cómo las



*Comunicar es un texto que surge, más que para dar respuestas, para articular nuevas preguntas, generar reflexiones, conversar con el lector e invitarlo a ampliar el marco conceptual y vivencial de la comunicación".*

empresas e instituciones confundían el concepto de informar con comunicar... Informar es dar y comunicar es entender. La gran mayoría de las empresas e instituciones habitan en el 'informar', explica el autor desde Santiago.

## ¿QUÉ ES?

En términos sencillos, *Comunicar* es un libro sobre comunicación organizacional; sobre las empresas, las organizaciones y la relación de los individuos con éstas; es un estudio reflexivo de casos sobre el cambio organizacional desde una mirada estratégica. En suma, es una herramienta tanto práctica como herálmica del fenómeno.

"*Comunicar* pretende que las organizaciones se comuniquen

mejor con sus públicos internos (trabajadores, sindicatos, gerencia, mando medios) y externos (clientes, potenciales clientes, medios de comunicación, agentes reguladores). La urgencia de comprender qué *comunica*, y que desde esta premisa hay que educar el qué significa comunicar eficientemente. Entender también que existe el concepto del *Direcom* (directores de comunicación), concepto que hoy se percibe como una gerencia de comunicaciones, es decir, una estructura altamente especializada que cumple el rol de cuidar y desordelar la marca en diálogo constante con sus diversas audiencias", afirma Vélez.

Uno de los méritos de esta obra es que puede ser leída desde diferentes instancias y necesidades. "Este libro se escribió para ser

leído por diversos públicos. Académicos, estudiantes, gerentes y profesionales en general... los amantes de la comunicación y quienes desean saber algo más sobre el tema. Es un libro bastante abierto. *Comunicar* es un texto que surge más que para dar respuestas, para articular nuevas preguntas, generar reflexiones, conversar con el lector e invitarlo a ampliar el marco conceptual y vivencial de la comunicación. Este libro cada tres páginas tiene una idea, es un libro que trabaja con imágenes generando todo el tiempo un contrapunto entre lo que se dice y lo que se muestra. Mi desafío con el libro fue el de reprimir también el cómo leemos, el cómo articulamos el sentido y el cómo nos vamos a la acción. Más que cómo académico o consultor, mi

interés es dialogar como coach con el lector. Mucha gente me ha comentado que este libro es casi como una conversación escrita en papel... ¡definitivamente me gusta esa idea!", señala.

## LA COMUNICACIÓN

¿Cómo entiende el autor la comunicación del siglo XXI? ¿Qué importancia le asigna? ¿Abi radica la clave de *Comunicar*.

"Una buena comunicación es sinónimo de confianza, transparencia, coordinación, emocionalidad, colaboración, equipo, eficacia, red... es decir, una buena comunicación articula espacios de encuentro más allá de los que nosotros llegamos a imaginar. Mucha gente piensa que comunicación es sólo tecnología, pero yo amplío el tema al diario vivir en general. Un ejemplo, un líder comunicativo es sinónimo de resultados óptimos, una empresa que abunda comunicacionalmente una crisis es sinónimo de una marca cargada de nuevas posibilidades, un territorio que se va construyendo su marca ciudad será un espacio en apertura para nuevas inversiones... La comunicación genera dos grandes procesos para las organizaciones: construye la identidad y fortalece la imagen y reputación. Una mirada comunicacional integral genera coherencia en lo que soy y lo que proyecta como persona, como empresa, como marca, como gobierno. Una buena comunicación no invita a ser más coherentes y a sostener nuestras nuevas coherencias". Cuenta razón.



**Primer Género:** Ensayo.  
**Editorial:** Gedisa-Océano.  
**Año:** 2011.  
**Precio de referencia:** \$15.000.