

ANA RODRÍGUEZ

Consultora Senior / Estudio de Comunicación



Ilustración: Belén Sanz

## Las dos caras de la luna



**H**ay proyectos empresariales interesantes que, como las dos caras de la luna, mirando su cara que brilla están diseñados para lograr la continuidad y el crecimiento de una empresa o un país. Sin embargo, también, como nuestro satélite, cuentan con un lado menos resplandeciente, y es que -en momentos de crisis como el actual- muchos de esos planes suponen ajustes o reestructuración de equipos y puestos de trabajo para que, de verdad, salgan adelante. El dilema está servido. La transparencia, la iniciativa y la oportunidad de la comunicación imponen contar abiertamente que hay una plan, que existen inversiones, mejoras en la formación y, sobre todo, que contamos con ese concepto "estrella" que tanto gusta en Comunicación como el *Proyecto E*, en palabras de nuestro gobierno, o el *Plan de Nueva Dinámica*, como llamó una empresa para la que trabajamos no hace mucho a su proyecto de futuro. Sin embargo, existe el riesgo de que si contamos agresivamente el plan también llamemos la atención sobre sus facetas menos positivas, como pueden ser la laboral.

Ante esta situación bifronte, quizás la primera reflexión nos llevaría a bajar el perfil de la Comunicación de los planes de futuro, pero eso significa correr el riesgo de que, al final, la única cara de la noticia que sobresalga sea la del ajuste o la reestructuración; o la de los aspectos negativos, en el caso del *Plan E* español. Pero, ¿por qué no dar la vuelta a la situación? Vivimos tiempos de crisis y si algo se demanda son noticias

donde, aunque se hable de los problemas, también se expongan soluciones y se den nombres propios y apellidos de empresas y empresarios que se están atreviendo a cambiar para seguir adelante. Y en ese proceso, la Comunicación debe jugar un papel esencial porque no sólo en bonanza la Comunicación es un objetivo de todo lo que hacemos, sino también en circunstancias como las actuales.

Gestionar con acierto, por ejemplo, que una fábrica reenfocó su producción tradicional hacia un sistema más especializado, que cambie drásticamente su logística, que se implante un nuevo esquema organizativo son hitos que, aunque supongan reducciones de equipo, transmiten que la empresa hace, no solo deshace.

Iniciativa, transparencia y liderazgo en la Comunicación pueden ser las claves para hacer comprender y entender lo que la empresa quiere hacer entre la mayoría de sus empleados, sus clientes y, por supuesto, los medios de comunicación.

Crear que la frase "sin novedad en el frente" es la mejor estrategia en estos momentos para que no se hable de las debilidades de nuestro plan nos hace perder otra baza. El rasgo diferenciador que conlleva dicho plan puede ser una noticia, un activo para nuestra imagen y reputación hoy y en el futuro, e internamente un elemento de motivación.

En casos más complejos, como las estrategias de un país para salir de la crisis, es un acierto diseñar un plan, bautizarlo y comunicarlo, como ha ocurrido con el *Plan E*.

***"Los tiempos han cambiado, también los puntos de vista; y, muchas veces, en una comunicación con acierto hay que "saber dar la cara", aunque corramos el riesgo de mostrar parte de la cara oculta de la luna"***

Tal vez haya fallado en que llega demasiado tarde y plantea la Comunicación como un fin en sí misma, en cuestiones como los carteles obligatorios en obras de pueblos pequeños, donde el collar costará más que el perro.

Pero saber usar la Comunicación en situaciones de crisis, decidir quien liderará la Comunicación dentro de la empresa y, como en toda Comunicación eficaz, apostar por el rigor y la veracidad y manejar los tiempos a la hora de dosificar la información es importante.

Como diría Einstein: "pongámonos donde nos pongamos", nunca veremos las seis caras de una caja de cerillas; por tanto, no aspiremos a la perfección para tomar la iniciativa en la Comunicación. Los tiempos han cambiado, también los puntos de vista; y, muchas veces, en una comunicación con acierto hay que "saber dar la cara", aunque corramos el riesgo de mostrar parte de la cara oculta de la luna.