Causa y efecto: la pandemia como disrupción de la comunicación estratégica

utpl
22/04/2021

Categorías:
Alumnos, Docentes, Graduados

Desde el inicio de la pandemia, el confinamiento trajo consigo muchos efectos y transformaciones en la vida cotidiana de las personas; lo que hoy llamamos nueva normalidad, nos obliga a pensar que conceptos como la comunicación estratégica, multidisciplinaria por naturaleza, haya marcado una disrupción en la nueva concepción de la comunicación.

Si vemos a la pandemia como la causa y a la disrupción de la comunicación como un efecto, debemos comenzar a asimilar que hay procesos apalancados en la tecnología que llegaron para quedarse y esto involucra **avances tecnológicos** como el **teletrabajo**. Otro, es la **obtención de certificados de cursos de manera digital**, mediante un modelo de **educación virtual** y por último, los **pagos o transacciones *online*** utilizados cada vez de forma recurrente.

Asimismo, la aceleración al máximo de una **sociedad conectada** o **hiperconectada** por medio de **las conversaciones o interacciones a través de pantallas** trastocó positiva y negativamente la calidad de relacionamiento de las personas**. Se acortaba las brechas de distancia y se ejercía seguridad,** pero también se perdió el contacto físico entre personas.

En el caso de los datos digitales, la propagación de una **cantidad excesiva de información** originó que la Organización Mundial de la Salud (OMS) [1] llame a este suceso "**Infodemia**", un término que se refiere a la dificultad de que las personas encuentren fuentes confiables para informarse. La OMS advierte del término, básicamente porque entre sus efectos causa **desconfianza, amenaza e imaginación**, construyendo una percepción del riesgo con base en dudas sobre los contenidos que se emiten.

Ante la aparición de la infodemia, la relevancia de un buen manejo de la comunicación estratégica principalmente en empresas u organizaciones que se dirigen a sus diversos

públicos e influyen en ellos, es importante reducir estos efectos ayudados del discurso. *"Este es el momento en donde ingresa la comunicación externa para mostrar la personalidad real de la empresa al mundo, por medio de los valores humanos"* afirma Isaac Maroto [2], Investigador Predoctoral FPI de la Universidad de Santiago de Compostela.

Mira la intervención completa en el siguiente video:

Webinar. Escenario COVID: La comunicación estratégica en pandemia, por Isaac Maroto [2]

¿Pero, cómo ayudar efectivamente desde la comunicación?

Comunicación externa: el primer valor en el que la empresa puede causar mayor visibilidad es la **atención a grupos vulnerables, seguido por la oferta de entornos seguros, sin covid-19 y la actualización de los procesos de logística *online*** al momento de realizar envíos de productos o al ofrecer servicios. De la misma manera, interviene la transparencia que ayuda a conseguir credibilidad acompañada de la sostenibilidad que demuestra la implicación en el mundo; y por último, se resalta la creación de comunidades donde se puede atender a los consumidores vía digital.

Comunicación Interna: en este tipo de comunicación se busca ejercer **conexiones entre la empresa y sus servidores** quienes también transmiten la identidad, pues son la "cara de la empresa". Por lo cual, es muy importante favorecer **entornos de trabajo seguros y conocer el estado de salud de cada colaborador**, como también cuidar de que exista **empatía y compromiso** que permita conocer el estado anímico del personal. En este punto, Isaac Maroto también recalca que el teletrabajo no es telecontrol, pues no se trata de tener a los empleados conectados todo el día, sino de que desarrollen su trabajo de forma efectiva dentro de entornos reales.

Por su parte, Jenny Yaguache [3], coordinadora de la maestría en Comunicación Estratégica, mención Comunicación Digital [4] de la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL) [5], menciona que la comunicación ha sido un pilar fundamental en épocas de pandemia, porque a través de una comunicación efectiva y de la identificación de los canales que permiten llegar a las audiencias, se ha evitado que las empresas no dejen de lado las necesidades que tienen sus públicos.

La importancia de una Maestría en Comunicación Estratégica

Conocer los procesos de la comunicación es transcendental para ser parte de la transformación de la sociedad, por ello, decidirse a cursar una Maestría en [4]Comunicación Estratégica, mención Comunicación Digital **[4] como la que oferta la** UTPL **[5]**, ofrece desarrollar una experticia conceptual, metodológica y tecnológica.

Otras ventajas de esta especialización es que permite innovar en la gestión de la comunicación estratégica digital; además de responder eficientemente a los objetivos comunicativos, atender las necesidades de diferentes *stakeholders*, realizar una selección adecuada de los canales de comunicación y elaboración de contenidos.

La maestría, que tiene una duración de un año, cuenta con dos módulos y su modalidad de estudio es a distancia. Para más información visita: www.inscripciones.utpl.edu.ec/maestria/estrategica [6]

Source URL: https://noticias.utpl.edu.ec/causa-y-efecto-la-pandemia-como-disrupcion-de-la-comunicacion-estrategica

Links
[1] https://www.who.int/es
[2] https://usc-es.academia.edu/IsaacMaroto
[3] https://investigacion.utpl.edu.ec/es/jjyaguache
[4] https://inscripciones.utpl.edu.ec/maestria/estrategica
[5] https://www.utpl.edu.ec/
[6] http://www.inscripciones.utpl.edu.ec/maestria/estrategica