



JORNADA DE EXPERTOS: TRANSPARENCIA INFORMATIVA Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

José Fernández-Álava de la Vega
Director de Comunicación del Instituto de la Empresa Familiar

Lo primero que debo hacer al escribir mis reflexiones sobre el tema “La transparencia informativa y la comunicación institucional”, además de agradecer a FUNCIVA la invitación a participar en el debate, es mostrar mi consideración por el ponente, maestro de periodistas y comunicadores.

Javier Fernández del Moral ha sido uno de los impulsores de la comunicación institucional y empresarial en nuestro país. El reconocimiento periodístico, político y empresarial de la necesidad y bondad de la existencia del “Dircom” en las organizaciones es fruto del intenso trabajo de profesionales como él, pioneros de una concepción moderna de la comunicación, que excede, complementa y enriquece desde las instituciones políticas, sociales o económicas al hecho informativo.

Creo que en los últimos años se ha profesionalizado más la figura del comunicador o periodista de fuente, usando la terminología del profesor Fernández del Moral. Sin embargo, y en el caso de la comunicación financiera y empresarial, sector al que dedico mis energías, creo que queda mucho camino por recorrer.

Ser transparente, veraz y consciente de las responsabilidades individuales y colectivas tiene mucho que ver con el grado de preparación para afrontar una comunicación institucional más inmediata, compleja y decisiva que nunca. Lo que se le pide a un gabinete de prensa o a un Dircom de una institución o empresa no tiene nada que ver hoy con lo que se esperaba de un profesional de estas características hace diez años.

En mi opinión, hay un déficit preocupante de conocimiento de idiomas, del funcionamiento de las dinámicas informativas que literalmente “mueven” los mercados financieros –y por ende su actual patio trasero, la política europea- o de valoración del alcance que tienen novedades informativas –en tantas ocasiones destructivas- como los confidentiales o la blogosfera.

Todas estas realidades están modelando el hecho comunicativo de manera trascendental, y estos retos necesitan profesionales a la altura, dispuestos a poner las cosas en su sitio, sin duda, pero también a ser transparentes en lo que hoy hay que hacer un ejercicio completo de transparencia, y no sólo sobre lo que había que hacerlo hace una década.