

LA OPINIÓN PÚBLICA Y SU REPERCUSIÓN EN LAS EMPRESAS

En el marco del primer Taller de Comunicación Corporativa impulsado por la consultora Realidades S.A., Luis Avellaneda Ulloa, Director Gerente, explicó por qué las organizaciones deben entender la dinámica de la opinión pública para generar corrientes de opinión positivas que ayuden a fortalecer su imagen y reputación. Asimismo, precisó que es necesario medir las

percepciones y valoraciones de los consumidores y líderes de opinión para establecer una estrategia de comunicación más eficaz.

Como tema introductorio de la conferencia, Paola Rodríguez, Directora de Prensa de Realidades S.A., habló sobre las buenas prácticas en las relaciones públicas, específicamente, en el ámbito del relacionamiento con los medios

de comunicación. “Las relaciones con los medios de comunicación son fundamentales pues son ellos los que marcan la agenda de la opinión pública”, precisó.



Las relaciones con los medios y la opinión pública

Uno de los principales factores a tomar en cuenta para establecer una relación con los medios de comunicación es que la empresa mantenga una buena imagen. Para ello, es necesario ser reconocidos como una fuente especializada, e indicar siempre el interés que tendrá en la sociedad el tema que se quiere dar a conocer. Además, se tiene que brindar información veraz, ser transparente, y mostrar ánimo de colaboración.

Por su parte, Luis Avellaneda explicó que el principal factor a tener en cuenta es que la opinión pública es siempre juzgable, pues cada persona tiene la libertad de expresar su opinión. Ante ello, las organizaciones deben mantener siempre una comunicación constante a través de medios de comunicación para construir una buena imagen que los ayude a hacer frente a cualquier tipo de crisis.

Finalmente, Avellaneda detalló el valor de definir mensajes bien elaborados para cumplir con la misión de que estos lleguen a los públicos estratégicos.

“Cada vez es más difícil ser escuchado. Nuestra misión es hacer llegar el mensaje de la forma adecuada ‘a buen puerto’”, concluyó.

En cuanto a las relaciones con periodistas, los voceros deben estar siempre preparados para una entrevista, lo que implica una concienzuda investigación previa acerca del periodista y su especialización. Durante una entrevista las respuestas deben ser, ante todo, sinceras. Del mismo modo, se recomienda limitarse a responder las preguntas sin dar mayores alcances.

