

El director de comunicación: un estratega de la información

A pesar de su significante, un director de comunicación o "DirCom" no tiene como objetivo fundamental el de comunicar o, al menos, este no es su fin último. En realidad, esta es una figura cuyo propósito primordial es el de buscar la mejor estrategia para poder llevar a cabo una comunicación con éxito; por tanto, si bien es cierto que la acción de informar está presente en su labor, este solamente actúa como comunicador propiamente dicho cuando comparece en representación de la empresa o institución para la cual trabaja, ya que otra de sus funciones es la de ser portavoz de la entidad.

Decía Jan Smuts, primer ministro de África del Sur, que "el todo es más que la suma de las partes", dentro de lo que él definía como "holismo", un concepto que en la actualidad ha trascendido a la red o a las teorías de sistemas en tanto que ya en su momento preconizaba que el universo tendía a formar unidades de complicación creciente. En este sentido, podemos extender este término al funcionamiento de una empresa, ya que esta es una totalidad en sí misma, y no una suma de partes, dentro de la cual entraría el director de comunicación como un generalista en un contexto de superespecialistas pero que, al mismo tiempo, complementa al resto de componentes de la misma.

Por otro lado, se puede considerar al director de comunicación como una persona polivalente en tanto que no solo trabaja la estrategia de acción sino que, además, estudia y define la política de comunicación, el modelo de la imagen, colabora directamente con el Presidente y el Consejo de Administración y es miembro del *staff* de estrategias y del Gobierno corporativo, de Responsabilidad social y del Gabinete de crisis. Asimismo, es co-responsable, junto con el director de Recursos Humanos, de la Cultura organizacional y de la Comunicación interna; y también actúa como consultor puntual de los demás departamentos de la empresa.

En la actualidad la mayor parte de las grandes compañías del Estado cuentan con un DirCom ya que, como acabamos de ver, su faceta es de una relevancia inusitada dentro de una empresa o corporación. Hoy en día el 70% de las entidades españolas cuentan con una persona encargada de dirigir, planificar y gestionar la comunicación, ya que de esta muchas veces depende la valoración y reputación de la empresa, motivo por el cual es tan necesaria la figura del DirCom. Hasta no hace mucho, este era considerado como un miembro más del gabinete de prensa interno, un miembro que fundamentalmente se dedicaba a emitir mensajes persuasivos o preverlos para después actuar. Sin embargo, hoy en día su labor se ha extendido y por lo general, los directores de comunicación son periodistas o licenciados/graduados en Economía o Derecho pero además, precisan alcanzar conocimientos en Comunicación corporativa.

En definitiva, un director de comunicación presenta como función principal la de definir y concretar la política comunicativa de una entidad, ya sea una organización pública o privada. Su labor es de suma responsabilidad porque de él depende parte del éxito que la institución pueda alcanzar, pues la comunicación juega un importante papel a la hora de poder lograr los objetivos que se presenten.

