



Palabras de bienvenida, Sr. Bruno Philippi, V Seminario de Comunicaciones Corporativas Bases para una Relación Constructiva Entre Periodistas y Empresas de Comunicación

SOFOFA, Martes 27 de noviembre de 2007

Buenos Días,

A nombre de la Sociedad de Fomento Fabril quiero darles la más cordial bienvenida a este V Seminario de Comunicaciones Corporativas.

Para nosotros es muy grato recibirlos en esta casa y apoyar esta entusiasta y activa Asociación de Periodistas Económicos –AIPEF Chile- en su afán por desarrollar actividades que permiten intercambiar experiencias y particularmente en cuestiones vinculadas a la comunicación y la empresa.

Creemos que esta una buena instancia para que los agentes de las comunicaciones y los empresarios podamos conocer que está pasando en el ámbito de las comunicaciones corporativas, como se les llama hoy, y que cada día adquieren más relevancia en la gestión de las empresas y las instituciones y de toda persona con exposición pública.

La comunicación busca persuadir y convencer. Para ser eficaz en el arte de comunicar, el emisor debe estar bien preparado y utilizar un lenguaje simple y directo con el fin de dar a conocer su punto de vista con eficacia y oportunidad. Lo mismo aplica para quien procesa esta información, por su enorme responsabilidad de entregarla correctamente al receptor.

Las fuentes y las necesidades periodísticas, sobre todo en el sector privado, tienen muchas veces ritmos diferentes. Los empresarios, en general, estamos preocupados de las cifras y de crecer, de la competencia, de los recursos humanos, del desarrollo de nuevos productos y mercados, actividades que requieren de un período de sigilo, trabajo silencioso y discreción,



opinión sobre el entorno inmediato.

Las empresas en Chile también se dan cada día más cuenta de la necesidad de abordar este tema en forma técnica. En el pasado esto no era tan claro. Ustedes han visto cómo han surgido y se han incorporado a la vida cotidiana de muchas empresas e instituciones una serie de firmas que hablan de comunicación estratégica, de solución de crisis. Es uno de los efectos de la globalización y de la exigencia de la sociedad de ser transparentes.

Entendemos que el ejercicio de obtener y generar noticia no es fácil. La avidez y la urgencia de los medios nos llevan a pensar que a veces quisieran tenernos ojalá en el escritorio. Sin embargo, quienes tomamos decisiones tenemos un estilo propio y nuestras organizaciones poseen culturas diferentes. En esa heterogeneidad, procuramos mantenernos abiertos y ser honestos.

A veces, podremos no estar de acuerdo en ciertos enfoques noticiosos, pero, más allá de acuerdos o desacuerdos, el ejercicio del periodismo nos obliga a tener una opinión, como dirigentes o ciudadanos, frente a lo que ocurre a nuestro alrededor y cómo estos hechos afectan nuestras decisiones.

Desde esa perspectiva, la reunión de hoy junta tres aristas muy interesantes: representantes del mundo periodístico, de organizaciones que cumplen la función de entregar un mensaje a los medios, en nombre de empresas y organizaciones, y del sector empresarial.

Esperamos que esta sea una buena instancia de reflexión y análisis.

Muchas gracias y muy bienvenidos.