

SE PRESENTA EL MANUAL *COMUNICACIÓN. COLEGIOS Y COLEGIADOS*

- Unión Profesional presenta su segundo Cuaderno de Comunicación después del de *Gestión de Crisis en el sector colegial*
- La profesionalización de la comunicación colegial, imprescindible para la supervivencia de los colegios profesionales
- Paco Barranco: «Es necesario tener a alguien que gestione toda la comunicación, no solo las relaciones con la prensa»

—  
**Madrid, 03 de julio del 2009/** En la tarde de ayer, Unión Profesional celebró en el Colegio Oficial de Ingenieros de Obras Públicas, el seminario de comunicación dedicado a analizar la comunicación entre las organizaciones colegiales y los colegiados. El ponente invitado fue Francisco Barranco, ex director de comunicación de UGT ([www.pacobarranco.blogspot.com](http://www.pacobarranco.blogspot.com)). En este escenario Unión Profesional presentó su última publicación, *Cuaderno de Comunicación. Colegios y colegiados*, una iniciativa que parte del Grupo de Trabajo de Comunicación de UP y que está especialmente destinado a decanos y directivos de las organizaciones colegiales, además de a sus responsables de comunicación.

Con la consigna de la profesionalización como guía, este manual práctico aspira a concretar preguntas como qué entendemos por comunicación o qué quiere el colegiado del colegio, y a responderlas por medio de herramientas, más prácticas que teóricas, cuyo propósito es reflejar la importancia de integrar la comunicación en la estrategia de acción de las organizaciones. La apuesta por la profesionalización en comunicación es determinante; no obstante, y a la luz de la encuesta realizada por Unión Profesional que revela que solo un 17,6% del total de organizaciones colegiales tiene un responsable de comunicación, todavía queda mucho por hacer. El manual *Cuaderno de Comunicación. Colegios y colegiados* puede descargarse gratuitamente a través de la web [www.bubok.es](http://www.bubok.es)<sup>1</sup> o adquirir la versión impresa haciendo el pedido en la misma página.

**Lenguaje, públicos, herramientas y... errores**

Francisco Barranco comenzó su exposición haciendo mención a la encuesta de Unión Profesional y subrayando que «los colegios profesionales ya llegan tarde a la comunicación; aunque más vale tarde que nunca». Estamos ante un cambio tecnológico al que hay que adaptarse «porque si no lo haces, desapareces». El umbral está marcado y es 2010. Ante la evidencia de que hay que hacer comunicación, Francisco Barranco se hace una pregunta ¿Están los colegios preparados?

<sup>1</sup> <http://www.bubok.com/libros/11790/Comunicacion-Colegios-profesionales-y-colegiados>

La idea fundamental desde la que se debe partir es saber dónde se encuentra cada colegio profesional. Para ello existe una herramienta indispensable, el Plan de Comunicación, del que deben estar al corriente en toda la organización porque «lo que no se conoce no existe en el siglo XXI». El *leit motiv* del Plan de Comunicación es el de la gestión de lo que se dice y cómo se dice porque, como apuntó Barranco, «siempre comunicas, por eso hay que gestionar cómo».

En el Plan de Comunicación lo primero es la estrategia, que se suele resumir en un lema conciso que encierre la esencia de tu organización – quiénes somos y qué ofrecemos-, aquello que te caracteriza y diferencia del resto de entidades. En el momento en el que la estrategia está concretada, y para que la comunicación sea efectiva, se ha de ser coherente, transparente y constante. Y tener claro que la comunicación funciona en el medio-largo plazo y que no se reduce a las relaciones con los medios, sino que se compone de otros muchos aspectos: comunicación interna, publicaciones y patrocinios, merchandising, responsabilidad corporativa, comunicación 2.0, etc.

**Fidelización y orgullo de pertenencia.**

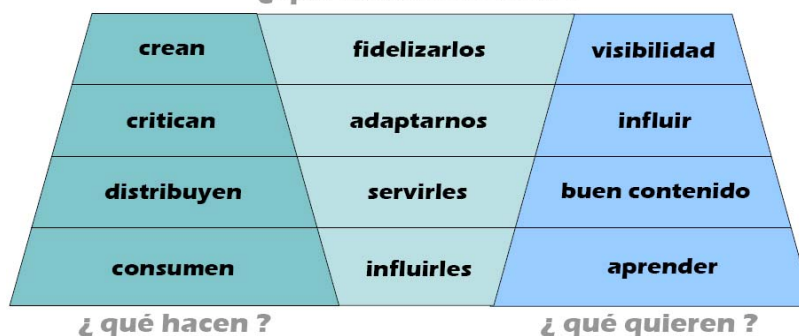
El lenguaje utilizado ha de ser cercano y empático. Es muy importante entender que, para fidelizar al colegiado, hay que generar en él emociones que se asocien al orgullo de pertenencia al colegio, desde la universidad hasta la jubilación.

Según Francisco Barranco, «el colegio tiene que entender que su razón de ser es el colegiado». Apuntó que la vocación de servicio del colegio profesional se materializa representando beneficiando y ayudando a los colegiados. Pero la motivación debe existir tanto fuera como dentro del colegio. La razón por la que el orgullo de pertenencia ha de estimularse también dentro la organización colegial está ligada al hecho de que todos los que trabajan en el colegio son portavoces permanentes de la actividad de esa organización. Como apunta Barranco, «una nula política de comunicación desde los colegios contribuye a que la percepción de la sociedad y de los colegiados sea nefasta».

**Colegio on-line**

**las organizaciones y el nuevo entorno  
(el mundo 2.0)**

¿ qué debemos hacer ?



Si desea más información:

C/ Lagasca, 50 3ºB 28001 MADRID Tel. 915784238/39 Fax: 915758683  
prensa@unionprofesional.com

El colegio profesional ha de dominar las herramientas de comunicación. Al margen de las clásicas, no se puede concebir el presente comunicativo sin página web, correo electrónico, blog, redes sociales o servicio de mensajería de móvil. «El colegio profesional tiene que entender que el mundo ahora es una red social. Sus colegiados pueden tener vida en estas redes, pero si el colegio no está ellas no lo puede saber».

### **Errores en la comunicación colegial**

Los principales errores que acechan a la comunicación colegial están relacionados con la actividad del día a día del colegio, que puede no dejar ver qué ocurre con perspectiva. Por lo tanto, diferenciar lo importante de lo urgente es capital; tanto o más que la personalización de los mensajes y la segmentación de la comunicación, así como la capacidad para detectar los frenos internos que evita que la circulación de la información sea fluida.

Otros errores están más ligados al tema de la reputación, que está directamente relacionado con el hecho de cumplir con todo aquello a lo que se compromete un colegio y comunicar siempre la verdad. Las mentiras y traspasar ciertos límites del decoro pueden tener consecuencias que deriven en una crisis de comunicación. Paco Barranco subrayó como error principal en los colegios profesionales la carencia en lo relativo a responsables y directores de comunicación.

- Canal Profesiones ([www.canalprofesiones.es](http://www.canalprofesiones.es)) emitirá su programa Escuela de Comunicación en el mes de agosto sobre este mismo tema.
- Para más información e imágenes sobre el Seminario: <http://www.unionprofesional.com>
- Para descargar el *Cuaderno de Comunicación. Colegios y colegiados*, <http://www.bubok.com/libros/11790/Comunicacion-Colegios-profesionales-y-colegiados>