

## LA LABOR DEL DIRCOM

Dentro de las organizaciones modernas podemos encontrar que una nueva sección está siendo creada la cual se encarga principalmente de los aspectos comunicativos dentro y fuera de la empresa, a las personas encargadas de esta nueva sección se les conoce como los **Directores de comunicación o DIRCOM**.

Tomando como referencia una de las ideas planteadas en el texto "La labor del DIRCOM en una organización" podemos definir que un Director de comunicación es ni más ni menos que el responsable de la organización, dado que debe desarrollar y gestionar las políticas de comunicación y también alinear los objetivos corporativos con los comunicativos de esta.

Por lo anterior, el DIRCOM es un elemento de suma importancia dentro de todas las organizaciones, aunque no es necesario que sea un profesional experto en el tema, cualquier persona que tenga un título universitario o tenga experiencia en el medio organizacional y de comunicación puede ser un DIRCOM.

Algunos expertos en el tema, referenciados también en el texto antes mencionado, un DIRCOM requiere la ayuda constante de las demás secciones de la organización, dado que debe de realizar de una manera más eficaz los puentes de comunicación entre las mismas. Además de la comunicación interna, también se encarga de la comunicación externa de la organización, en la que primordialmente es vender la imagen de esta.

Un dato también importante dentro de las actividades de un director de comunicación es demostrar de una manera tangible como es que su trabajo ayuda tanto interna como externa a la empresa. Como menciona Sebastián Cebrián en esta obra que nos interesa analizar, "*Lo que tú no puedes llevar a cifras es difícil defenderlo porque está en el terreno de los intangibles*" dicho esto, el DIRCOM también tiene como trabajo principal aterrizar todo aquello que refleja su trabajo dentro de la organización.

Dentro del marco de funciones encomendadas al DIRCOM nos encontramos la mirada estratégica denominada: Comunicación 2.0. Esta nueva forma de comunicación fue creada principalmente por la evolución y el uso de nuevas tecnologías de información de modo que fuera más sencillo el proceso de adaptación para todas las secciones dentro de la empresa.

Otro de los objetivos principales de la estrategia de Comunicación 2.0 es el vigilar todas las actividades y lo que se diga y comente de la empresa, tanto interna como externamente, en internet para tener un control del gusto o disgusto de la gente y de las personas que laboran en la organización.

A grandes rasgos, la labor de un DIRCOM es bastante compleja pero es de gran ayuda para cualquier empresa en la cual los procesos de comunicación no sean los adecuados a sus estándares y con mayor importancia a sus necesidades.

**González González Henry Mike Henry LCC-1958 Comunicación Organizacional I**