

---

## A quién le importa

**13, julio**

Este es el título de nuestro pensamiento del mes de julio de 2012. Un título compartido con una canción que todavía es un himno para mí, pero con una gran diferencia. Con 20 años y en la década de los 80 se trataba de una rebelión reivindicativa hoy, es una postura vital desde la autoafirmación respetuosa pero selectiva. Es decir, el respeto por otras opiniones y creencias pero la libertad de elección serena de una forma de hacer coherente con unos principios o creencias personales.

Este título es el resultado final de una experiencia vivida días pasados. Conocí a una mujer sabia, experimentada y con visión que al decirle a qué nos dedicábamos me contestó con total espontaneidad e inteligencia ¿y eso te lo compra alguien?

Muchas veces en la vida, mejor dicho en vida profesional, me he encontrado con eso de hecho o de realidad, verbalizado o no. Y cada vez que me lo han dicho he sido tan irredenta que he seguido porfiando en lo mismo.

Mi respuesta fue, no. Porque es una realidad, una realidad que no me gusta pero que es. Y al momento siguiente pensé que eso de vender a cualquier precio no es ni será un buen negocio, o por lo menos para mí. De hecho creo que el respeto por un profesional no viene por conseguir el favor a través de la mentira y el complacer sin base. Viene de aportar el conocimiento que el cliente no tiene desde el rigor y la profesionalidad. Desgraciadamente en la profesión de comunicadores eso no es así y no lo es por varias razones. El rol que hemos desempeñado y la forma de abordar la profesión.

El rol del periodista al servicio de la empresa es siempre suavizar lo malo o evitar su emergencia. Su esencia la superficialidad y poco Rigor.

El rol del publicitario es hacer bonito lo feo, algunos lo llaman engañar. Tapar el defecto más que ensalzar la virtud. Siempre mas artistas para gustar que aportando rigor científico.

Por supuesto entiéndase esto como reflexión para la mejora y no como crítica destructiva. En cualquier caso siempre hay excepciones a la regla que tienen nombres y apellidos y configuran reputaciones sostenibles de profesionalidad.

Mucho hemos de cambiar desde la COMUNICACIÓN, desde su planteamiento identitario hasta su praxis profesional. Pero avanzo los ejes que visualizo desde mi experiencia y conocimiento:

La comunicación debe ser: Rigurosa, veraz, sensata, respetuosa, eficaz, al servicio del entorno social, creadora de culturas colaborativas que ayuden a dar respuesta a los retos de una sociedad global y diversa, que facilite la convivencia y el crecimiento de las personas. Que intervenga y participe en la creación y difusión de nuevas ideas y servicios al servicio del progreso sostenible.

Eso es mi visión que quizá para muchos tenga mucho de ensoñación. No me importa, sin sueños nada mejora, sin esperanza todo son tinieblas, sin imposibles no hay compromisos de mejora.

He tardado mucho en saber por dónde empezar cuando no hay certezas de nada, cuando los recursos son escasos, cuando necesitas abrir nuevos caminos, ... siempre has de empezar por saber quién eres, ya que eso marca tu hoja de ruta, sin eso no es posible comunicar, es mas solo puedes equivocarte y equivocarse.

Nosotros ofrecemos Consultoria, una consultoria que me resulta difícil de explicar a qué se dedica. Hemos hecho cuentos para explicarlo. Hemos escrito artículos y hemos dado conferencias. Al final

---

es sencillo vendemos:

- Ayudar a las organizaciones o personas a descubrir cuál es su identidad para a partir de ahí, definir que hace, como lo hace, con quien, cuando y donde,....primero tu identidad, luego una estrategia para hacerla diferencial y en base a eso ofrecerte una ventaja competitiva sostenible, siendo inspiradora de tu innovación y comunicándola a través de una marca que sólo será solida si es coherente, consistente y constante en sus actuaciones.
- Ofrecemos EXTERNALIZACION, de Intangibles, y tiempo + talento. Para aquellos que no pueden acceder a ella de forma interna o para complementar a esos departamentos internos que nunca verán las cosas con la veracidad y objetividad que da estar fuera.
- Y todo ello desde una visión de hacia dónde van las cosas y cual serán las claves en base a esa visión.

Pero lo cierto es que todas esas cosas son difíciles de vender. Todas responden a demandas que aún no son manifiestas para muchas organizaciones, no están puestas en valor suficientemente.

Comprarnos, significa FE en una idea de futuro, en unas personas y en una organización.

Vendemos algo que no existe y no puede ser tocado. Lo vende una marca local y una empresa enana con nombre de mujer.

Duro ¿no? Pues eso si fuese fácil no me interesaría. Al fin y al cabo como respuesta a lo que hago y el titulo que lleva. Es A MI ME IMPORTA.

## Comentarios

quien-le-importa-264 - 06/01/2023 00:10

Programas televisivos de antena Polsatu

3, junio | 0 Comentarios

Montaż i ustawienie anteny satelitarnej telewizji [Polsat](#) umożliwia dostęp do kiluset programów telewizyjnych z całego świata nadawanych w technologii cyfrowej. Jako usługę dodatkową możemy również wykupić dostęp do szybkiego internetu w technologii bezprzewodowej.

---