



Rosa Matías ha dirigido el libro digital de Wellcomm. **NEGOCIO**

La era 2.0 crea una nueva escena en la comunicación

Libro digital

La consultora Wellcomm publica la opinión de 35 expertos sobre las perspectivas de la comunicación

RAMON ROCA
rroca@neg-ocio.com

La consultora de comunicación Wellcomm ha creado un nuevo libro, en este caso digital, sobre las *Perspectivas de las Comunicaciones en 2010*. En el libro se recogen las opiniones de un total de 35 profesionales del sector que marcan las tendencias a seguir este año para conseguir el éxito. El libro es una apuesta decidida por la cultura 2.0 cuya intención no es otra que ser barómetro de lo que acontece y testigo de los grandes cambios que afectan al mundo de la comunicación.

Según Rosa Matías, directora de proyectos de Wellcomm, "se pone de manifiesto que la era digital ha creado un nuevo escenario de poder en el que el consumidor tiene su propia marca y, además de recibir información, puede opinar y participar de ella. La capacidad prescriptora ya no sigue estando únicamente en unos pocos periodistas, analistas o críticos sino que están apareciendo líderes digitales que crean estados de opinión a través de su participación en foros, blogs o redes sociales".

En este libro han participado

expertos en el mundo de la comunicación como José Manuel Velasco, Silvia Albert, Julio Carlavilla, Jesús Cacho, Teresa García, Carlos Agrasar o José Alberto Mariñas, entre otros, y en el que **NEGOCIO** también ha puesto su grano de arena.

Para Rosa Matías, algunas de las colaboraciones más interesantes hablan de una apuesta por una mayor "complicidad" con el cliente para poder superar la crisis en el menor tiempo posible. Algunas de las sugerencias son: afrontar el reto que supone la explosión de los nuevos medios, conseguir superar la mala imagen de algunos sectores como el bancario, intentar entender las métricas adaptadas a los nuevos tiempos (que sean más ricas y versátiles y transparentes), y aceptar que la Red abandonará los despachos de los creativos para ser transversal en todas las funciones de la organización.

Además, a lo largo del libro, se hace, sin duda, muchas referencias a la crisis en la que estamos inmersos. Según los expertos, la comunicación debe reducir el nivel de desconfianza que se ha producido; por otro lado, la transparencia en la comunicación interna es clave para dar realismo y credibilidad en las organizaciones y, se va a producir una dinamización de la comunicación política para revertir estados de ánimo. ♦

LA PORTADA

Perspectivas de la Comunicación

■ Unos 35 expertos del mundo de la comunicación de nuestro país expresan cuáles son las claves del éxito en la comunicación para este año en la empresa y las administraciones.



Negocio Digital

La era 2.0 crea una nueva escena en la comunicación

Diario Negocio Ramón Roca 2/22/2010 21863

La consultora Wellcomm publica la opinión de 35 expertos sobre las perspectivas de la comunicación

- Cyberteca Negocio.
- Visionado y descarga de ficheros relacionados:

La consultora de comunicación Wellcomm ha creado un nuevo libro, en este caso digital, sobre las Perspectivas de las Comunicaciones en 2010. En el libro se recogen las opiniones de un total de 35 profesionales del sector que marcan las tendencias a seguir este año para conseguir el éxito. El libro es una apuesta decidida por la cultura 2.0 cuya intención no es otra que ser barómetro de lo que acontece y testigo de los grandes cambios que afectan al mundo de la comunicación.

Según Rosa Matías, directora de proyectos de Wellcomm, "se pone de manifiesto que la era digital ha creado un nuevo escenario de poder en el que el consumidor tiene su propia marca y, además de recibir información, puede opinar y participar de ella. La capacidad prescriptora ya no sigue estando únicamente en unos pocos periodistas, analistas o críticos sino que están apareciendo líderes digitales que crean estados de opinión a través de su participación en foros, blogs o redes sociales".

En este libro han participado expertos en el mundo de la comunicación como José Manuel Velasco, Silvia Albert, Julio Carlavilla, Jesús Cacho, Teresa García, Carlos Agrasar o José Alberto Mariñas, entre otros, y en el que NEGOCIO también ha puesto su grano de arena.

Para Rosa Matías, algunas de las colaboraciones más interesantes hablan de una apuesta por una mayor "complicidad" con el cliente para poder superar la crisis en el menor tiempo posible. Algunas de las sugerencias son: afrontar el reto que supone la explosión de los nuevos medios, conseguir superar la mala imagen de algunos sectores como el bancario, intentar entender las métricas adaptadas a los nuevos tiempos (que sean más ricas y versátiles y transparentes), y aceptar que la Red abandonará los despachos de los creativos para ser transversal en todas las funciones de la organización.

Además, a lo largo del libro, se hace, sin duda, muchas referencias a la crisis en la que estamos inmersos. Según los expertos, la comunicación debe reducir el nivel de desconfianza que se ha producido; por otro lado, la transparencia en la comunicación interna es clave para dar realismo y credibilidad en las organizaciones y, se va a producir una dinamización de la comunicación política para revertir estados de ánimo.

