

El 95% de las empresas españolas no se ha adaptado a los medios digitales

A- A+



Foto: onet

ABC.es | MADRID Publicado Lunes, 14-09-09 a las 14:22

La revolución de internet es especialmente intensa en el sector de la comunicación en todo el mundo. Todos los grandes medios han desarrollado cabeceras on line. La proliferación de nuevos medios de comunicación virtuales es enorme, cada vez con contenidos más profesionales, veraces y de mayor calidad.

Las empresas españolas, sin embargo, están tardando bastante en adaptar sus estrategias de comunicación y relaciones con la prensa a las nuevas necesidades. En concreto, **sólo el 5% de la empresas han diseñado estrategias concretas de comunicación dirigidas a**

los medios digitales, según el análisis de Oak Power Comunicación, empresa de servicios de comunicación y relaciones con la prensa.

El nivel de concienciación de los departamentos encargados de las relaciones con la prensa de las grandes empresas españolas con las nuevas necesidades de los medios de comunicación electrónicos es aún escaso.

La mayoría de estos departamentos aún dirigen sus grandes líneas de actuación hacia los medios de prensa convencionales. Una realidad que debería cambiar radicalmente en los próximos meses. «La comunicación que se genera para los medios electrónicos debe adaptarse a las necesidades concretas de dichos soportes que exigen mayor concreción, inmediatez e información muy concentrada», explica María Asenjo, Socia Mayoritaria de Oak Power Comunicación.

«La comunicación que se genera para los medios electrónicos debe adaptarse a las necesidades concretas de dichos soportes»

Siete claves

Según la empresa, las claves para que las empresas se adapten a las necesidades de los medios de comunicación on line son siete: información inmediata (la gran ventaja de los medios on line es la rapidez con la que aparece la información); un flujo de información más intenso que con los medios convencionales; una información más concentrada y muy ordenada; preparación de los departamentos de comunicación para dar una respuesta inmediata ante cualquier circunstancia (especialmente, en situaciones de crisis); transparencia total, pues la información que se genera puede ser compartida y analizada en tiempo real por todo el mundo; carga informativa clara, pues internet filtra especialmente bien los contenidos publicitarios y contenidos cuidados al máximo, pues la información permanece en el tiempo.

«La gran compensación de comunicar adecuadamente la información a los medios de comunicación digitales es que **estos soportes tienen un enorme poder para generar tendencias y corrientes de opinión en la sociedad**», afirma María Asenjo.