

# ACTUAR PARA AVANZAR

#ATREVIACovid19

Cristina Massana

## La nueva realidad de la comunicación internacional

La Organización Mundial del Comercio prevé una reducción del comercio mundial en 2020 de entre el 13% y el 32% como consecuencia de la perturbación de la actividad económica normal y de la vida causada por la pandemia de COVID-19 en todo el mundo. La enfermedad ha provocado una contracción de la producción y del consumo en todos los países.



**Cristina Massana**

Directora Área Internacional ATREVIA



Las hipótesis sobre el futuro son complejas de realizar y variadas, pero los expertos consideran que contaremos con una recuperación del comercio en 2021, aunque dependerá de la duración del brote y de la eficacia de las respuestas en materia de política.

Ante esta situación crítica, la comunicación a nivel internacional también ha tenido que adaptarse y reformularse, tanto dentro y entre las instituciones multilaterales, como aquella realizada por las empresas exportadoras o multinacionales.

Entre los valores que han regido hasta el momento la comunicación desarrollada por las organizaciones internacionales destacan la búsqueda de una intensa coordinación entre todos sus miembros; abogar y hacer gala de la máxima transparencia para poder dotarse con toda la información veraz y fiable para hacer frente con garantías a la crisis; libre acceso a la información de estudios, estadísticas, etc., ya que contar con datos veraces y actualizados es crucial en situaciones de emergencia para minimizar impactos negativos en la actividad y, finalmente, una clara apuesta por la digitalización ofreciendo indicadores en tiempo real, organizando mesas redondas virtuales entre los miembros, ruedas de prensa telemáticas, etc.

Hay variados ejemplos de todo ello: el compromiso entre la Organización Mundial de la Salud (OMS) y la Organización Mundial del Turismo (OMT) para colaborar y establecer guías de respuesta al sector de los viajes y turismo, uno de los sectores mayormente afectados por el COVID-19, ya que un 96% de los países del mundo han impuesto restricciones a los viajes; el Centro de Comercio Internacional ofreciendo *dashboards* o cuadros de mando de las medidas adoptadas por los diferentes gobiernos y acceso libre a sus datos estadísticos, o la decidida apuesta por la transparencia por parte de la Organización Mundial del Comercio reuniendo información dentro de su plataforma multilateral para evitar la duplicación de esfuerzos y aumentar la colaboración entre sus miembros.

De igual manera, la comunicación de las empresas internacionalizadas, afectadas claramente por restricciones en su actividad, ha tenido que adaptarse a la nueva realidad. Centradas en la gestión, han congelado sus inversiones y las campañas de comunicación globales se han centrado en mensajes de compromiso, solidaridad y de reflejo del contexto actual.

Si la comunicación internacional debe tener un discurso global, coherente y consistente, pero adaptado a la realidad local, en tiempos de COVID-19, esta exigencia es máxima, ya que cada país está viviendo las fases de la crisis con distintos calendarios y distinta gravedad. Las empresas internacionalizadas, sin dejar de mostrar su labor diaria, sus esfuerzos innovadores y sus valores de marca, deben ser flexibles y relevantes y demostrar en su comunicación control, autenticidad y, sobre todo, responsabilidad ante sus empleados, proveedores y clientes en cualquiera de sus mercados. En el futuro será necesario además generar confianza, seguridad y apostar más fuertemente por la sostenibilidad.

Las discusiones están abiertas sobre cómo serán las relaciones internacionales en el futuro, si prevalecerá una intensificación de los nacionalismos o por el contrario se acrecentará y consolidará la cooperación internacional. Este nuevo marco de relación determinará el desarrollo de la comunicación institucional a nivel global. Sea cual sea la nueva normalidad a la que nos enfrentemos, los organismos y las empresas deben preparar a sus equipos para ella y contar con los socios adecuados para recorrer ese camino.

