

Jóvenes comunicadoras. Con voz propia: Carlota Martí Niubò

Locutora:

Carlota Martí Niubò ha centrado buena parte de su carrera profesional en el campo de la comunicación institucional. Desde hace más de diez años, trabaja para la Comisión Europea, donde actualmente es la jefa de prensa de esta institución en Barcelona. También ha residido en Bruselas; en esta ciudad europea trabajó en la agencia ACCIÓ para la Generalitat de Catalunya. Entre sus responsabilidades actuales está diseñar la estrategia de comunicación de la representación de la Comisión Europea, coordinar las campañas o la relación con los medios de comunicación, los cuales conoce bien tras haber trabajado en ellos en sus inicios.

Mi mundo laboral.

Carlota Martí Niubò:

Soy la jefa de prensa de la representación de la Comisión Europea en Barcelona. La Comisión Europea tiene representaciones en todos sus estados miembros, en todas las capitales. Y en algunos países que son más grandes o que tienen alguna especificidad, tiene una segunda o una tercera oficina. Es el caso de España, que tenemos una oficina en Madrid, que es mucho más grande que la nuestra, y una oficina en Barcelona.

Nosotros dependemos de la Dirección General de Comunicación. Esto quiere decir que en nuestra representación no se ejecutan programas, no se decide presupuestos, no se hace *policy*, sino que lo que hacemos es un trabajo de comunicación. A nosotros nos gusta decir que somos la boca y las orejas de la Comisión Europea en Barcelona, en Cataluña y en las islas Baleares. Nuestro trabajo es captar lo que está pasando en estos territorios para explicárselo a nuestros compañeros de Bruselas y, al mismo tiempo, explicar a los ciudadanos, a la prensa y a los políticos de estos territorios las principales políticas europeas.

Para esto, tenemos un equipo que está formado por un equipo de comunicación, que se ocupa, sobre todo, de las relaciones con los *stakeholders*, como pueden ser diputados, la patronal, los sindicatos, las asociaciones europeístas, etcétera; un equipo de política, que lo que hace es análisis político y *reporting*, hace informes políticos sobre lo que está pasando aquí para enviarlo, como decía, al más alto nivel en Bruselas; está nuestro jefe, que tiene un trabajo de representación, es decir, es quien representa a la Unión Europea en Cataluña y en las islas Baleares; y después está el equipo de prensa, del cual yo soy la responsable, que nos ocupamos, sobre todo, de las relaciones con los medios, de las redes sociales, de la página web y también de todo lo que son las campañas de comunicación.

Mi trabajo como jefa de prensa en la representación es muy diverso. Yo puedo estar haciendo relaciones con periodistas... Por ejemplo, ahora estamos organizando un viaje de periodistas a Estrasburgo para el pleno que va a aprobar el nuevo colegio de comisarios. Los llevamos allí con un programa, pueden entrevistar a comisarios, a expertos de la comisión, etcétera. Estoy también llevando a cabo campañas de comunicación. Por ejemplo, ahora mismo estamos desarrollando una campaña para explicar el impacto real que tienen los fondos *Next Generation* en el territorio. ¿Por qué

estamos haciendo esta campaña? Pues porque hace unos años, después de la pandemia de la COVID, cuando se anunció que la Comisión Europea iba a hacer por primera vez esta gran aportación económica con los fondos *Next Generation*, todo el mundo hablaba de una lluvia de millones; pero después nos dimos cuenta de que la gente no veía el resultado y el impacto real de este dinero en las economías, en las personas, en las sociedades.

Y ahora estamos llevando una campaña con personajes reales que han sido beneficiados por estos fondos para mostrar a la ciudadanía cómo realmente están siendo un motor de cambio. Esto es la campaña 360, que tendrá anuncios de tele, que tendrá *out of home*, que tendrá *influencers*, que tendrá *paid media*, etcétera. Esto lo estamos llevando a cabo, evidentemente, con una agencia, pero coordinando desde mi departamento. También puedo hacer discursos para mi jefe cuando tiene una rueda de prensa, cuando tiene una ponencia, etcétera; le ayudo, evidentemente, a hacer el discurso y después él lo adapta, lo cambia, lo personaliza, etcétera. Puedo estar también haciendo *briefings* para esto; si mi jefe tiene un acto en un sitio concreto, informarle de con quién se va a ver, dónde va a ir, qué proyectos europeos hay en el territorio para que cuando vaya tenga toda la información que necesita. Y, a veces, también me encuentro escribiendo una noticia para la web, porque aunque tengamos una persona en el equipo que se ocupa de redes sociales y web, somos un equipo muy pequeño y no llegamos a todo, y porque a mí también me gusta escribir noticias para la web y lo echo un poco de menos de cuando lo hacía yo. O haciendo un tuit o preparando una nota de prensa que se tiene que enviar o incluso enviando una nota de prensa. Yo creo que es muy importante que tengáis en cuenta que es un trabajo que se tiene que estar, lo que decimos, *hands on*, dispuestos a esto. Desde diseñar una estrategia paraguas hasta enviar un tuit o redactar una nota de prensa. En esto consiste un poco el trabajo de mi día a día.

Locutora:

Mi primer trabajo.

Carlota Martí Niubò:

Pues para hablar de mi primer trabajo, a mí me gustaría irme un poquito más atrás y explicaros por qué yo estudié Comunicación Audiovisual. Cuando era muy pequeña, iba en coche con mis padres y en la carretera había un cartel de BP, de British Petroleum. Yo les dije a mis padres: "Yo de mayor quiero ser la persona que decida por qué este cartel es verde". Y mis padres me miraron como: "¿Y por qué nuestra hija no quiere ser astronauta, médico o profesora como todos los niños del mundo?". Desde aquel momento, yo supe que me quería dedicar a alguna cosa relacionada con la comunicación, aunque no sabía exactamente el qué. Entonces, cuando tuve que escoger carrera, yo pensaba en Publicidad, en Periodismo, porque era lo que más se parecía a la comunicación. Entonces, salió la carrera de Comunicación Audiovisual. No salió, ya hacía unos años, pero se puso como de moda, era una carrera nueva, donde se necesitaba mucha nota para acceder, entonces era como también un reto poder entrar. Y terminé estudiando Comunicación Audiovisual, que era lo que seguramente más se parecía a lo que yo quería hacer. Seguramente ya quería hacer comunicación corporativa, pero no sabía qué se tenía que estudiar o qué se tenía que hacer.

Empecé haciendo Comunicación Audiovisual. Y, durante la carrera, yo tuve la suerte... Yo soy de un pequeño pueblo, a unos 60 km de Barcelona, yo tenía una televisión y una radio local. En Cataluña hay un ecosistema de medios locales muy interesantes que para la gente que no somos de la capital nos ha servido muchas veces como trampolín, como

palanca, como primer trabajo para poder empezar a trabajar en los medios. Yo hice reportajes para la radio local, hice algunos artículos para la prensa local y esto fue como un *training*.

Después, terminé la carrera y empecé a hacer producción de televisión. Mi primer trabajo fue en TV3, que es la televisión pública de Cataluña y la más vista, es líder de audiencia aquí. Y era un programa, un magacín de verano de tarde. Fue una experiencia maravillosa, muy divertida. Éramos muy pocos. Yo era becaria, pero éramos tan pocos que yo terminé coordinando los temas de los dos reporteros que tenían en directo cada día.

Esto se me dio más o menos bien, supongo, porque cuando terminé la carrera, la misma productora me cogió para hacer producción de un programa. Era un programa de cocina, también de TV3, y aquí ya sí que no hacía temas, sino que era producción pura y dura. Y me di cuenta de que a mí esto no me llenaba, no me satisfacía. A mí lo que me gustaba era contar historias, sea del modo que sea; ya sea en un periódico, en una tele, etcétera. Yo creo que es a lo que realmente nos dedicamos la gente que hacemos comunicación, que es a explicar cosas y a contar historias y a crear relato.

Entonces, me di cuenta de que la producción a mí no me gustaba y me volví a casa y empecé como redactora en un periódico digital, que en este momento nos suena a una cosa muy normal, pero en aquel momento era bastante innovador. No había muchos periódicos digitales y menos de ámbito local. Empecé como redactora y mi jefa, la directora del periódico se fue y entonces el editor me propuso a mí coger la dirección del diario. Yo tenía entonces, creo, 23 o 24 años, era muy jovencita, y dije que sí. Yo creo que ahora diría que no, porque la responsabilidad era mayúscula. A veces, pienso cómo me atreví a asumirlo, porque, sí, era directora, pero de un periódico local, éramos muy pocos, entonces yo lo hacía todo. Esto fue un trabajo muy interesante, pero una vez pasaron dos años, yo me di cuenta de que tenía muchas ganas de volver a vivir una experiencia internacional.

Yo había estado de Erasmus en París y me quería volver ahí y busqué todas las becas, todas las opciones que había para irme fuera; y me cogieron en ACCIÓ, que para los que no la conozcáis, es la agencia de competitividad y externalización de la Generalitat de Catalunya, que ayuda a las empresas catalanas. Tiene oficinas por todo el mundo y tiene un programa de becas para jóvenes profesionales que estaba muy bien, yo creo que todavía lo tiene. Entonces, me cogieron en ACCIÓ para hacer *marketing* internacional, se llama, pero yo era becaria. Y una vez te cogían, te enviaban a un destino, y podías ir... Creo que ACCIÓ tiene más 30 oficinas repartidas por todo el mundo. Podías ir desde Nueva York hasta Singapur, desde Dinamarca, Sudáfrica... Y a mí me tocó Bruselas. Y estuve dudando entre si ir o no ir, pero al final, hablandolo con mis padres y con mis amigos me convencieron, me fui y fue la mejor decisión de mi vida.

Yo estuve un año y medio o dos años trabajando en Bruselas, en ACCIÓ, y es una ciudad maravillosa, con gente joven, nadie está en su casa, con lo cual es muy dinámica. Todo el mundo se dedica o a la comunicación o al periodismo o a la política y estás en un sitio donde tienes la sensación de estar en un centro de decisión. Entonces, cuando se me acabaron las prácticas en ACCIÓ, yo me quería quedar en Bruselas e hice una aplicación para unas becas que tiene la Comisión Europea, que se llaman *Blue Book* y hay un apartado de comunicación. Yo hice una aplicación y mi aplicación llegó al que en aquel entonces era director de la Representación de la Comisión en Barcelona, Ferran Tarradellas, que me llamó. Entonces, yo le dije: "No, pero yo no quiero irme a hacer unas

prácticas en Barcelona. Yo me quiero quedar en Bruselas”. Y me dijo: “No, no, Carlota. Es que te estoy ofreciendo un trabajo, no unas prácticas”. Y cogí el avión, hice las maletas, me fui, hice la entrevista, me cogieron y hasta ahora. En aquel momento no entré como jefa de prensa, entré como responsable de redes sociales y la web. Hace diez años ya de esto, era en 2014, y en 2019 me promovieron a jefa de prensa.

Y con todo este rollo, lo que quiero es que os sirva es para entender que a veces en la vida te pasan oportunidades que tú no sabes por qué van a ser importantes, pero lo son. Mi decisión de irme a Bruselas, yo no estaba convencida, pero la tomé y me cambió la vida. A veces llegan casualidades, como fue el caso de que mi aplicación llegara en el momento en que en Barcelona, que es mi ciudad, necesitaban una posición que me encajaba con mi perfil. Esto fue una casualidad, pero que la supe aprovechar.

Locutora:
Mi mirada.

Carlota Martí Niubò:

Cuando yo empecé en este mundo, uno de los retos que nos encontrábamos era que muchas empresas todavía no entendían la comunicación como una cosa importante o prioritaria en sus organizaciones. Algunos confundían comunicación con *marketing*. En las empresas siempre hay grandes peleas entre el jefe de comunicación y el jefe de *marketing* por quién hace qué. Además, cuando hay restricciones presupuestarias, siempre quien pringa, el que acaba cediendo es muchas veces el departamento de comunicación. Claro, ¿yo qué os tengo que decir? Yo definiendo a ultranza tener un departamento de comunicación fuerte, ya seas una empresa B2C o B2B. Yo me encontrado con CEO que me dicen: “Yo no necesito comunicación, porque yo no vendo al gran público, yo me dedico al B2B”. Error. Tú sí que necesitas comunicación.

Y la comunicación es muy importante no solo cuando las cosas van bien, sino, sobre todo, cuando las cosas van mal. Cuando tienes una crisis comunicativa, y todas las empresas del mundo pueden tenerla, es muy importante que haya un departamento de comunicación fuerte que haya preparado un gabinete de crisis, un manual de comunicación de crisis, que tenga a un portavoz formado para saber atender a los medios, para saber hablar con los *stakeholders*, con los ciudadanos, con quien sea que tenga que rendir cuentas para saber en qué momento, cómo hacerlo, de qué manera... Es muy importante que haya una buena relación con los medios previa para poder reaccionar a tiempo y que esta crisis no se convierta en algo enorme. Cuando hay una crisis en una empresa, siempre se dice que es una crisis de comunicación. No. Hay una crisis y la comunicación nos tiene que servir para mitigar esta crisis, no para que sea una crisis de comunicación.

Yo creo que, cuando yo empecé a trabajar en comunicación corporativa, esto era un gran reto y que cada vez estamos mejor en este sentido. Yo creo que cada vez la gente entiende más la importancia de tener unos departamentos de comunicación sólidos en las empresas.

Otro reto que seguramente todos habréis pensado y tenéis en mente, y no estoy descubriendo nada, es, evidentemente, la inteligencia artificial. “Nos va a robar el trabajo. La inteligencia artificial va a ser quien hará nuestro trabajo”. Pues yo soy muy optimista, yo creo que no. La inteligencia artificial está aquí para quedarse y para ser mucho más sofisticada de lo que es ahora. Pero la tenemos que ver como una oportunidad, como una ayuda, como un elemento que nos puede sacar trabajo de nuestro día a día, sacar

trabajo que tiene poco valor para dejarnos tiempo. Yo muchas veces en mi día a día estoy escribiendo una cosa y buscando información en Google sobre un tema porque no lo conozco bien, que me está sacando tiempo de pensar a largo plazo, de hacer estrategias, de evaluar y analizar si las acciones que he hecho han tenido la repercusión esperada o no. Cosas a las que realmente yo aportaría más valor y que no tengo tiempo para hacerlas. Y creo que aquí, la inteligencia artificial es una gran oportunidad para poder dar más valor a nuestro trabajo y que sea este ayudante quien nos haga los trabajos de menos valor.

Yo creo que la comunicación es un trabajo muy humano. Me explico. Yo muchas veces digo, medio en broma, medio en serio, que mi trabajo consiste en sentido común y ser simpática. Esto parece muy frívolo, muy superficial, pero no lo es. Estas dos cosas a mí me han ayudado a solucionar muchos problemas, a desbloquear muchos temas... Con lo cual, la conclusión es lo que decía al principio. No me da miedo la inteligencia artificial, creo que es una oportunidad y que tenemos que aprovecharla.

Y el otro gran reto que sí que me da mucho miedo y que sí que no soy tan optimista es la desinformación. Estamos viviendo en un mundo... A ver, las mentiras han existido siempre, evidentemente, pero por qué ahora están tan al día y las tenemos tan cerca. Pues seguramente porque la difusión es masiva. Las noticias falsas están creadas para ser viralizadas. Son mensajes fáciles, respuestas simples que nos permiten temas muy emocionales que hacen que las compartamos muy rápido sin haber reflexionado antes sobre ellas, sin haber pensado si esto tiene sentido, si es verdad o no, etcétera. Esta capacidad de viralización no la tienen las informaciones verificadas y reales. Por otro lado, la desinformación crea una sociedad muy polarizada. Están desapareciendo los grises, todo es blanco o negro. Esto hace que desaparezca el debate, la entente, la capacidad de entendernos... Esto es otro gran peligro.

Y como conclusión o como idea, tenemos que tener claro que la desinformación está amenazando a nuestras sociedades, a nuestros sistemas y a nuestras instituciones democráticas. ¿Por qué? Porque si la gente no es capaz de informarse de manera correcta, no puede tomar decisiones pensadas y meditadas, y toma decisiones en base a unas informaciones incorrectas; entre las cuales, ir a votar, por ejemplo. Y es por esto por lo que tenemos toda la sociedad que luchar contra la desinformación, pero los que nos dedicamos a la comunicación, yo creo que tenemos una responsabilidad extra para crear una sociedad más resiliente a las *fake news*, porque creo que solo *debunking*, solo desmintiendo la información, no vamos a llegar a nada. Necesitamos trabajar desde la base. Necesitamos que los jóvenes... Igual que en nuestro momento, cuando leíamos un periódico, mirábamos una cabecera y sabíamos qué filtro ponerle, ahora tenemos que enseñar a los niños a poner el prisma, el filtro de la desinformación antes de creerse y compartir una noticia que reciben en las redes sociales. Esto es un trabajo que creo que es un gran reto, es una de las cosas que estamos haciendo y tenemos mucho trabajo por delante.

Locutora:

No son *tips*.

Carlota Martí Niubò:

Sí que me gustaría compartir con vosotros un consejo que a mí me dieron y que me sirvió mucho y que pienso muchas veces en él. Yo cuando estudiaba, cuando hacía bachillerato, era muy buena estudiante y, como os he dicho al principio, me quería dedicar a algo que tuviera que ver con la comunicación; pero como sacaba muy buenas

notas, mis profesores me dijeron: “No, pero tú tendrías que hacer una carrera de ciencias, una carrera que tenga salida”. Entonces, pues claro, yo me quedé como dudando, pensando: “A lo mejor yo desperdicio mi supuesto talento haciendo comunicación y después mi vida no va bien”. Y hablé con una persona a quien le tenía mucha confianza y que considero muy inteligente y me dijo: “Mira, Carlota. Si estudias algo para encontrar salida, el riesgo es que encuentres la salida. Porque vas a ser infeliz siempre, no te va a gustar el trabajo y no lo harás bien. En cambio, si tú estudias una cosa que te gusta, que te apasiona, aunque parezca que no tenga salida, como lo harás tan bien, porque cuando te gusta una cosa es cuando le dedicas el tiempo y lo haces bien, serás muy buena en esto, serás feliz en el trabajo y te va a ir bien”. Y le hice caso. Y me acuerdo muchas veces, porque realmente yo ahora tengo un trabajo que me encanta, que me hace feliz y que voy a trabajar cada día con ganas de aportar nuevas ideas, de pensar en nuevas cosas, etcétera. Yo hace diez años que estoy ya en la misma institución y cinco años que estoy en mi puesto y me sigo levantando cada día con ganas.

Y el otro consejo es que yo sé que algunos de vosotros venís del mundo de la comunicación, quizá también del periodismo y ahora os queréis pasar a la comunicación corporativa, o de otros mundos y tenéis un *knowledge* y un conocimiento muy concreto en algún ámbito y queréis aprovechar y ser capaces de comunicarlo y por eso estáis haciendo estos estudios. Este es un poco el caso de una compañera mía. Comunicación Audiovisual es muy amplio y mis amigos de mi carrera y yo estamos haciendo cosas superdistintas. Una de mis mejores amigas cuando terminó la carrera empezó haciendo realización en televisión, era becaria, la cogieron de auxiliar de realización, después pasó a ayudante y terminó siendo realizadora de televisión. Un poco así como por inercia. Un día, con 35 años, se dio cuenta de que esto a ella no le gustaba, que le iba bien, tenía un buen sueldo, pero que no le llenaba. Y me dijo: “¿Tú cómo ves, Carlota, si hiciera un máster de comunicación corporativa y me reorientara?”. Y yo le dije: “Pues adelante, claro que sí”. Y lo hizo, me hizo caso. Y justo ayer fuimos a cenar y me dijo que la habían hecho indefinida en un trabajo como jefa de comunicación de una asociación de vivienda social. Desde que terminó el máster, ha tenido algunos trabajos más esporádicos, algunas sustituciones, pero justo ahora ya tiene un trabajo en el mundo de la comunicación. Es decir, que ya está en el ámbito y que ya está ganando experiencia. Esto es simplemente para daros un mensaje de esperanza. Es un mundo donde hay oportunidades y todos mis ánimos para que todos os podáis dedicar a ello y os vaya muy bien.