

Fundamentos de Comunicación Estratégica

Dr. Octavio Islas C.

Cátedra de comunicación estratégica y
cibercultura-Proyecto Internet

octavio.islas@itesm.mx

Identidad

proyEcto INTERNET

Fundamento

Esencia (el ser).

Identidad es el reconocimiento de nuestra intrahistoria (Octavio Paz, *El laberinto de la Soledad*).

La identidad puede desarrollarse como afirmación cultural, en términos de resistencia (Carlos Fuentes, *El espejo enterrado*).

Dra. Octavio Islas

Con el psicoanálisis aprendimos a dudar de
la certeza de nuestro ser

“The lunatic is in my head.

The lunatic is in my head

You raise the blade, you make the change

You re-arrange me'till I'm sane

You lock the door

And throw away the key

There's someone in my head but it's not me”.

Pink Floyd: “Brain Damage”, *The dark side of the Moon*.

Imagen

proyEcto INTERNET

- Apariencia
- Reflejo
- Forma
- Accidente
- Percepción



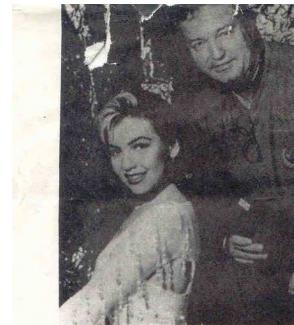
Sobre mi, podria decir miles de paranoias... Soy una gothica reformada, q solo le gusta la musica gothica melodica, o eso me han dicho, el newmetal, algo de punk y heavy metal en general, y si ademas digo que antes era bakala, ya se puede figurar cualkiera el conflicto interior en el que vivo... Basicamente, soy una niña de 20 añitos, traumatizada por la vida, despechada por los hombres, frustada por mis estudios y mis pluriempleos basura. Vamos, lo que viene a ser una chica normal muy muy rarita...

<http://www.lacocotelera.com/betelgeuseysustsnr>

proyEcto INTERNET

En años recientes han proliferado los arquitectos de la industria del consentimiento...

Dr. Octavio Islas



Imparte:
TONY BREHTON

ESPAÑOL, MAQUILLISTA
INTERNACIONAL Y ASESOR DE
IMAGEN DE LAS ESTRELLAS

Y OTROS RECONOCIDOS
EXPERTOS INTERNACIONALES

Apara tu lugar en el
11-00-90
11-00-53
71-51-00



Compra de boletos:

Restaurant "Antares"
Blvd. López Mateos 2504-A Ote.
Jardines de Jerez León, Gto.



ESTE ES UN EVENTO PARA
TODO PUBLICO, NO IMPORTA
EDAD NI SEXO.

"La primera impresión es la llave maestra que abre las puertas del éxito!!
SE TE ENTREGARA DIPLOMA CON VALOR CURRICULAR DE ESPAÑA!"

BELLEZA, IMAGEN Y PERSONALIDAD

DOMINGO 15 DE NOVIEMBRE

DE 11:00 A 18:00 HRS.

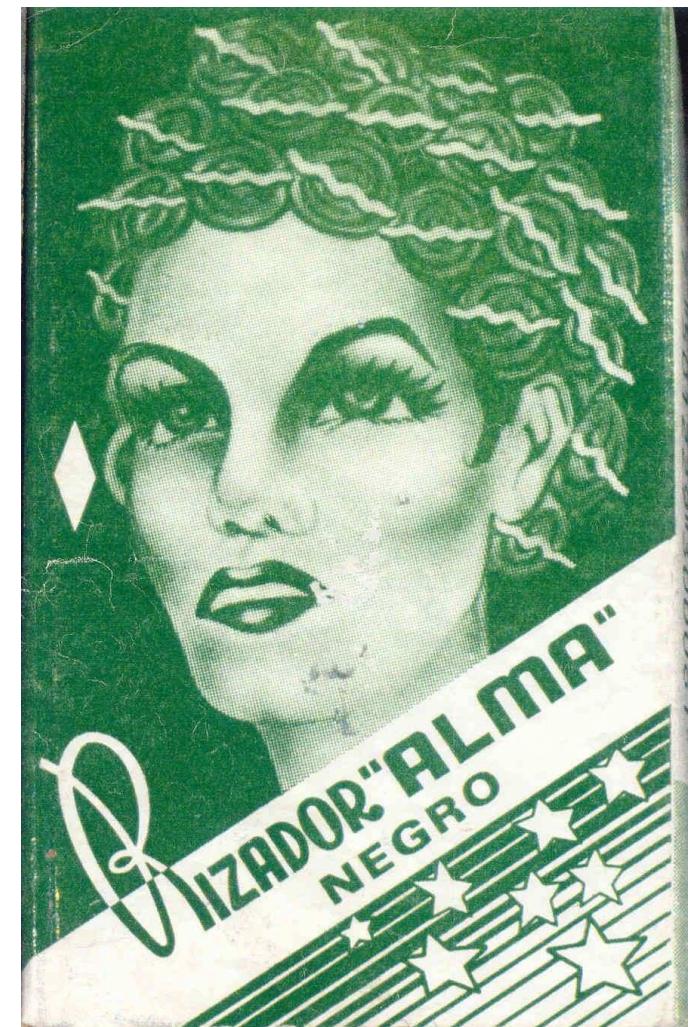
RESTAURANT
"ANTARES"
LEON, GTO.

COSTO \$170.00

PROGRAMA

- * Motivación Personal
- * Auto-Estimma
- * Conoce tu propio rostro
(Auto-Maquillaje)
- * La Piel y sus cuidados.
- * La Moda Hoy.
- * Imagen, Personalidad y
Comportamiento.
- * Actitudes y Modales.
- * Etiqueta Social Hoy.
- * Cómo Caminar Correctamente.
- * Consejos sobre el Cabello.
- * Nutrición (una Alimentación
Balanceada).
- * Diccción.

Desafortunadamente los empresarios mexicanos no han reparado en la importancia de la imagen que presentan muchos de sus productos y servicios. Una positiva imagen representa una importante ventaja competitiva.



proyEcto INTERNET

No hay productos
despreciables.

Con el tiempo la positiva
imagen puede convertirse en
buena reputación.



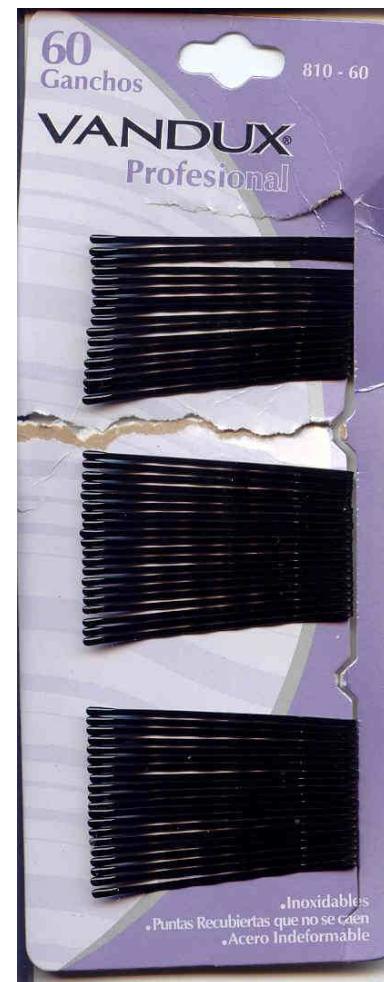
Dr. Octavio Islas

proyEcTo INTERNET



Dr. Octavio Islas

proyEcto INTERNET



Dr. Octavio Islas

projEcTo INTERNET



Dr. Octavio Islas

“Uno de los dioses menores del panteón indígena, un puck oscuro y eternamente joven llamado Tezcatlipoca, cuyo nombre significa “El espejo humeante”, les dijo a los otros demonios. “Visitemos a Quetzalcóatl, y llevémosle un regalo”. Se dirigieron al palacio del dios en la ciudad de Tula y le entregaron el regalo, envuelto en algodón. ¿Qué es”, se preguntó Quetzalcóatl mientras desenvolvía el obsequio. Era un espejo. El dios se vio reflejado y gritó. Creía que siendo un dios carecía de rostro. Ahora, reflejado en el espejo enterrado, vio su propio rostro. Era, después de todo, la cara de un hombre, la cara de la criatura de dios. Así, Quetzalcóatl se dio cuenta que al tener un rostro humano, debía, también, tener un destino humano”.

Carlos Fuentes: *El espejo enterrado*.

Imagen punto de partida

Es indispensable establecerla y para ello debemos investigar distinguiendo la autopercepción de la mirada de los otros.

El referente fundamental es la identidad, la cual también debemos poner en duda.

Nuestras acciones comunicativas deben afirmar y expresar nuestra identidad.

La imagen de una organización se expresa a través de acciones comunicativas voluntarias e involuntarias.

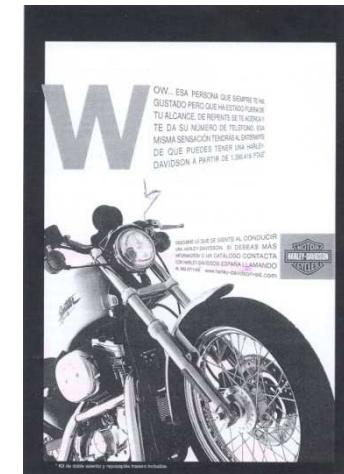
La intencionalidad supone estrategia. De la no intencionalidad se desprenden percepciones difusas y contradictorias.

Importancia de la imagen de primer contacto o primer encuentro.

La estandarización de expectativas representa una ventaja competitiva (Mc Donalds).



Visión integral –la imagen de marca, Joan Costa-, inclusive puede extenderse al sonido (imágenes sonoras, Harley Davidson).



La imagen puede diferir de nuestra identidad.

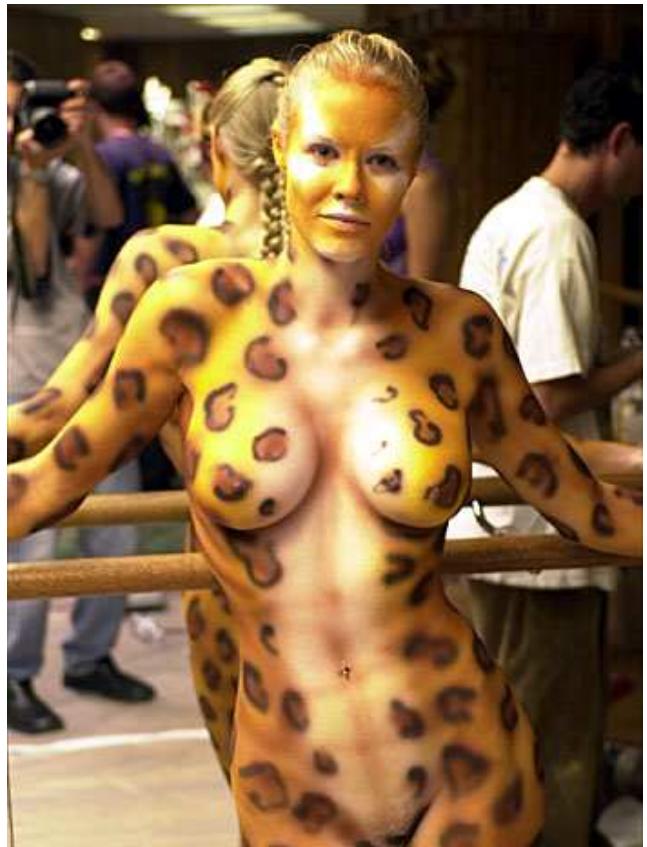


Cultura e imagen observan una estrecha y compleja relación.



El cuerpo
admite ser
comprendido
como medio
de expresión

projEcTo inTERnET



Dr. Octavio Islas



El cuerpo, enigma cultural, ausencia, vergüenza o posible principio de nuestra afirmación.

Imagen deseable

Distinguir qué deseo lograr y qué efectivamente puedo lograr

Supone la necesidad de definir objetivos mesurables en nuestras acciones comunicativas.

Entender que los cambios son graduales y en ocasiones es indispensable vencer inercias y profundas resistencias culturales.

projEcTo intErnEt



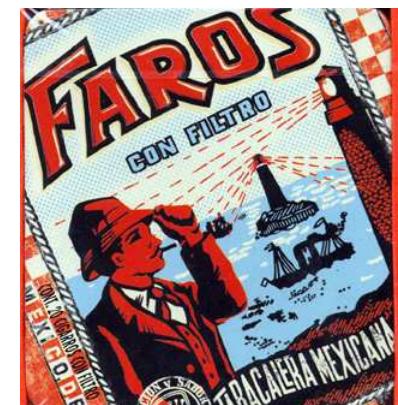
Dr. Octavio Islas

Cuando la situación imagen punto de partida es negativa (-)

Nuestro objetivo fundamental es asegurar la conversión.

Representa el escenario comunicativo más complicado, supone enormes inversiones y mucha paciencia.

Partir de la necesidad de modificar estereotipos.



Situación imagen punto de partida	Objetivo Fundamental
---	-------------------------

(-)

Reconversión

Cuando la situación imagen punto de partida es de indiferencia o desconocimiento (¿?)

Nuestro objetivo fundamental es informar.

Seleccionar los medios idóneos, instalarse en la “mente universal” del destinatario, pensar como él o ella. La comunicación efectiva parte de entender las necesidades del receptor.

Situación imagen punto de partida	Objetivo Fundamental
(¿?)	Informar

Cuando la situación imagen punto de partida es positiva (+)

Nuestro objetivo fundamental es reforzar.

Identificar oportunidades de mejora.

Situación imagen punto de partida	Objetivo Fundamental
---	-------------------------

(+)

Reforzar

Cuando la situación imagen punto de partida es óptima (++)

Nuestro objetivo fundamental es mantenimiento.

Situación delicada, elevadísimas expectativas.

Situación
imagen punto de
partida

(++)

Objetivo
Fundamental

Mantenimiento

¿Qué conseguí?

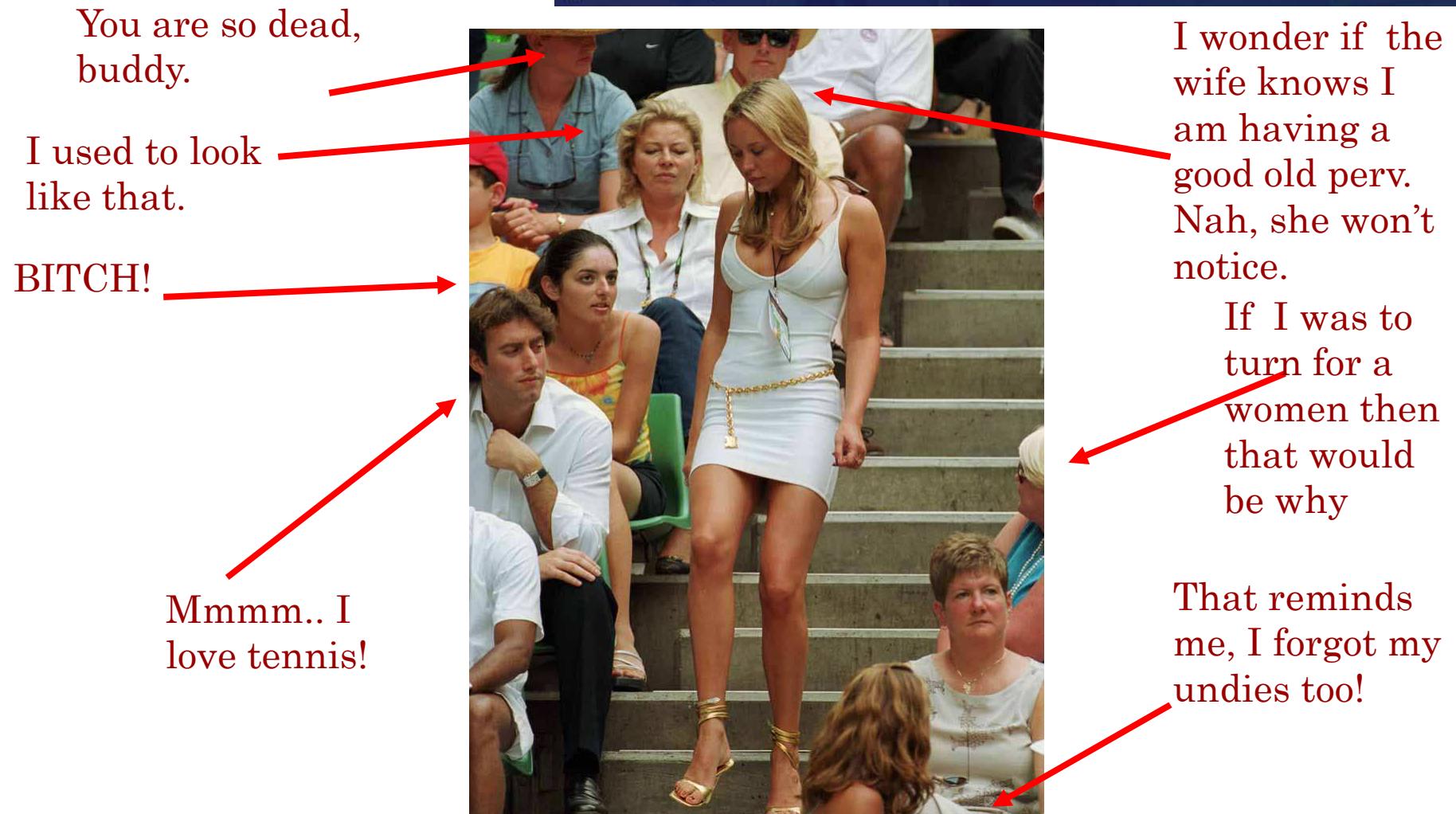
¿En qué medida la imagen resultante reduce la brecha que me aparta de mi imagen deseable? -la cual he establecido a partir del reconocimiento de mi identidad-.

projEcTo INTERNET



Dr. Octavio Islas

projEcTo INTERNET



Dr. Octavio Islas

- I've got this weird
feeling that people
are staring at me...



Dr. Octavio Islas

La comunicación estratégica en la dialéctica de la identidad y la imagen

La identidad es el principio y fundamento de la imagen.

La imagen de una organización no se agota en su esfuerzo publicitario.

La gestión estratégica de la comunicación institucional debe ser entendida como función permanente.

La expresividad institucional es condicionante de la reputación.

Las comunicaciones institucionales son uno de los trabajos más exigentes.

En un considerable número de casos, la alta dirección de las organizaciones carece de una clara comprensión de su identidad.

Muchas compañías no comprenden cuan graves pueden resultar sus problemas de identidad, así como del costo que están pagando por tener una imagen imprecisa.

Al contrario de lo que sucede con la identidad, la imagen es relativamente fácil de cambiar.

proyEcto INTERNET

Una imagen positiva puede convertirse con
aterradora rapidez en negativa.



Dr. Octavio Islas

La identidad de una organización es algo único, incluye historia, creencias, filosofía, el tipo de tecnología que utiliza, sus propietarios, la gente que en ella trabaja, la personalidad de sus dirigentes, sus valores éticos y culturales, sus estrategias.

Puede proyectarse o comunicarse mediante programas de identidad corporativa. La identidad es muy difícil de cambiar ya que constituye el fundamento de una organización.

La identidad corporativa
trasciende a la publicidad y
las relaciones públicas.

Comprende todas las
expresiones comunicativas
y representacionales de la
empresa, desde la manera
de contestar el teléfono
hasta la publicidad de sus
productos.



De acuerdo con Cees Van Riel, las formas básicas de comunicación son:

- comunicación de dirección
- comunicación de marketing
- comunicación organizativa.

Además es indispensable reparar en la comunicación financiera y las comunicaciones digitales.

La gente suele asociar atributos positivos a las representaciones que le resultan familiares. Lo desconocido suele producirle temor y desconfianza.

Una buena reputación siempre facilita las ventas.

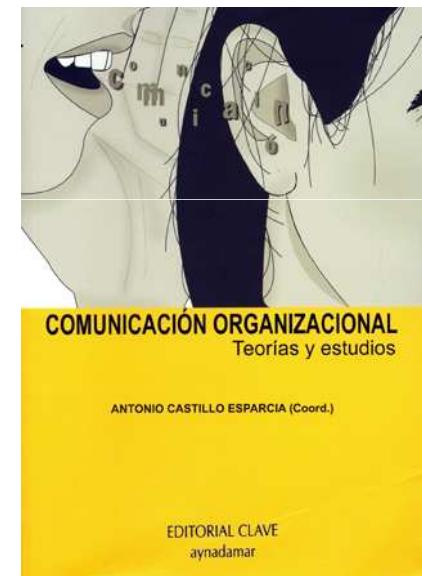
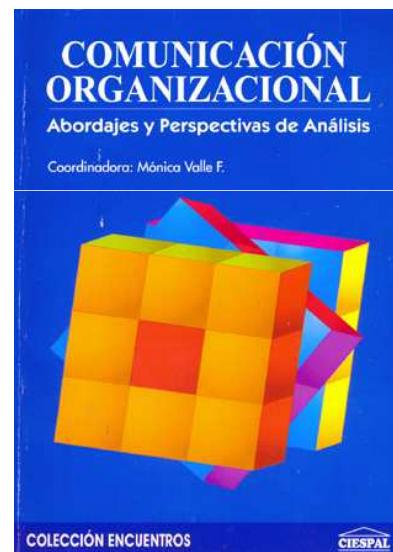
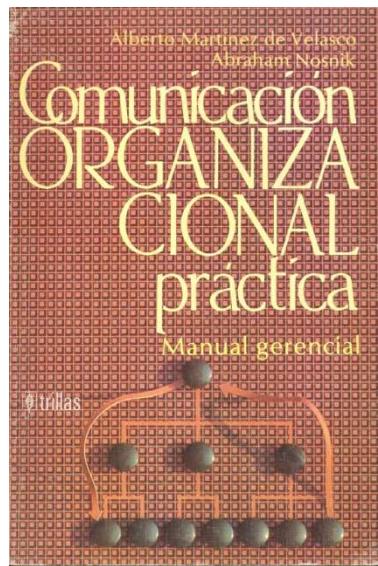
Las audiencias cambian, crecen, enfrentan nuevas experiencias, conocen nuevos satisfactores, transforman sus estilos de vida, modificando expectativas y experiencias. La imagen de marca debe evolucionar con cada cambio.



Del “gran rechazo” al gran mercado

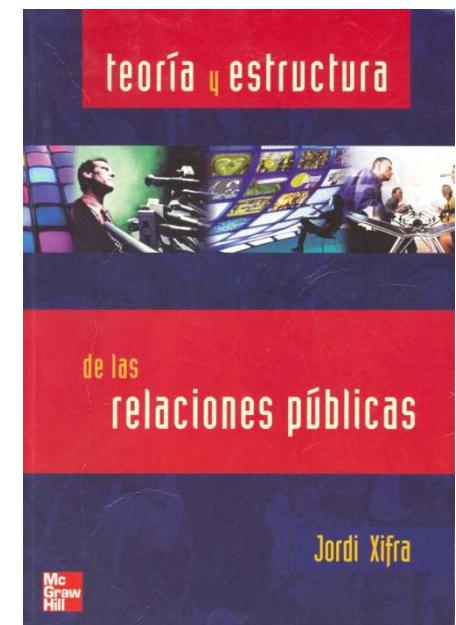
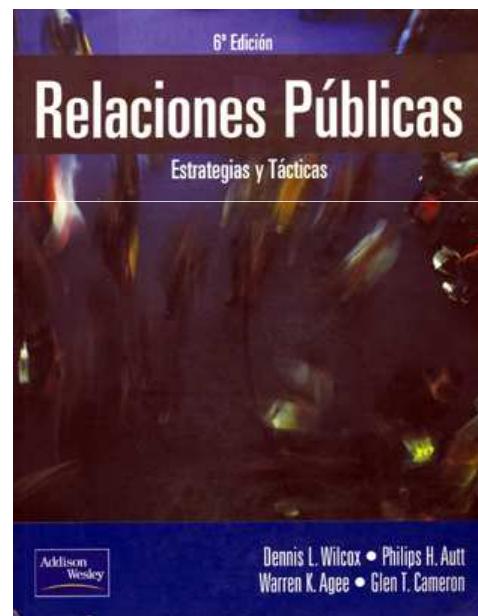
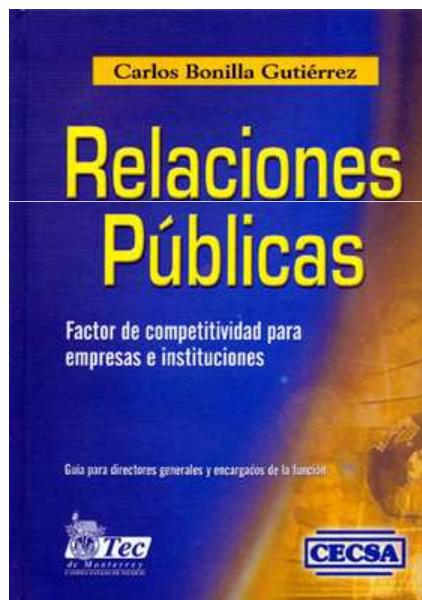
Escenario Precomunicativo	Establecer situación imagen punto de partida	Antes
Escenario Comunicativo	Ejecutar programas de comunicaciones para acceder a la imagen deseable	Durante
Escenario Postcomunicativo	Evaluar congruencia de la imagen resultante respecto a la identidad	Después

Referencias



Dr. Octavio Islas

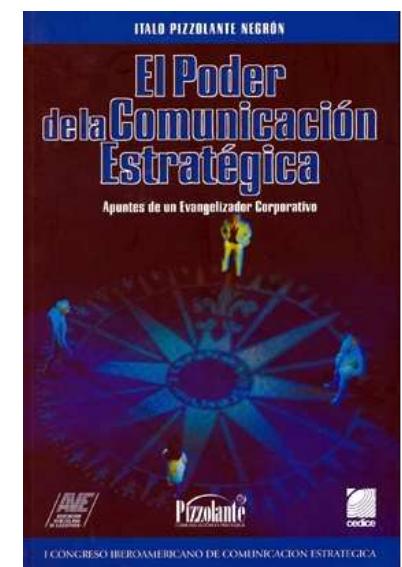
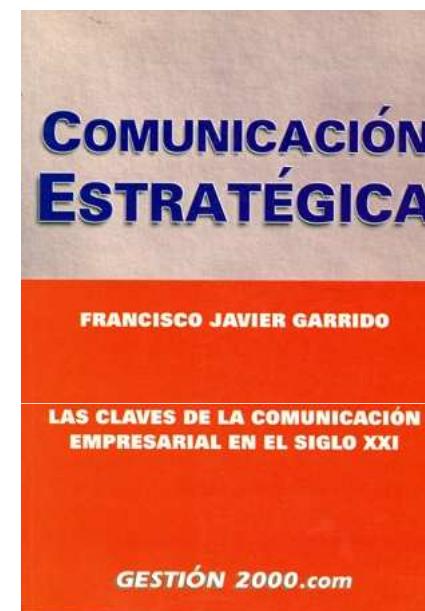
proyEcTo INTERNET



Dr. Octavio Islas



proyEcto INTERNET



Dr. Octavio Islas

Comunicación corporativa estratégica

De la persuasión
a la construcción
de realidades compartidas



Marcelo Manucci



Atrapados en el *T* presente

Marcelo Manucci



La comunicación, una herramienta
para construir el *futuro corporativo*

MANUALES DIDÁCTICOS



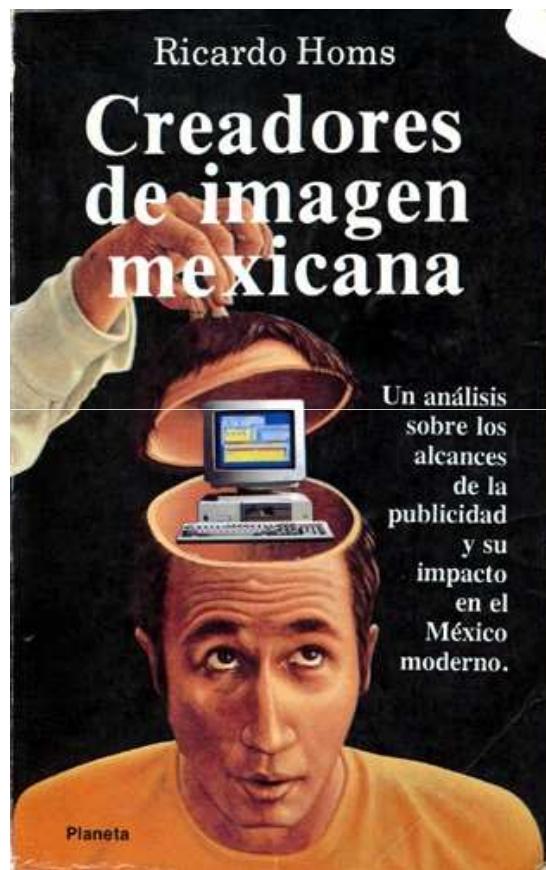
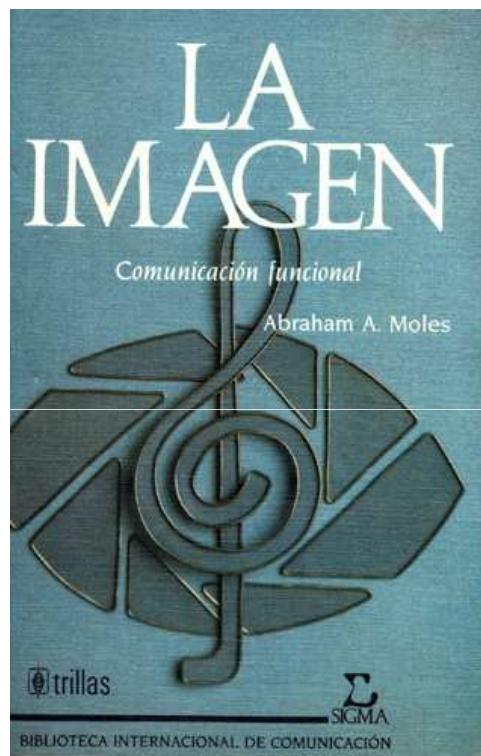
Dra. Octavio Islas

proyEcTo INTERNET



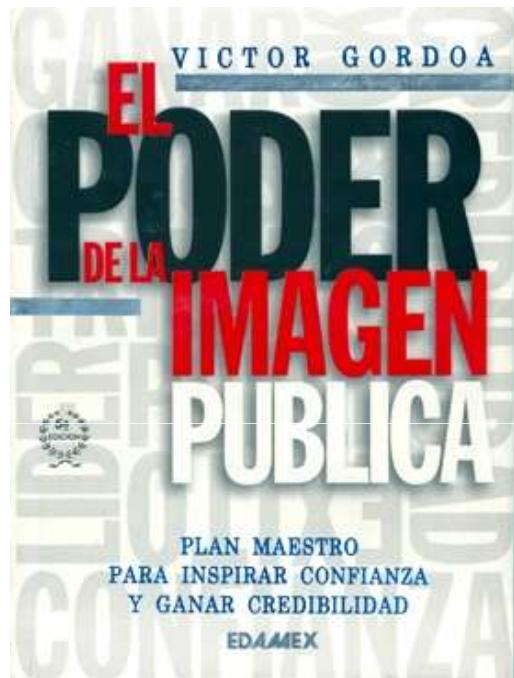
Dr. Octavio Islas

proyEcTo INTERNET



Dr. Octavio Islas

proyEcTo INTERNET



Dra. Octavio Islas

proyEcTo INTERNET



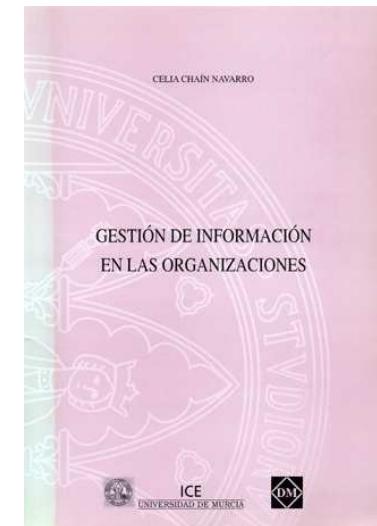
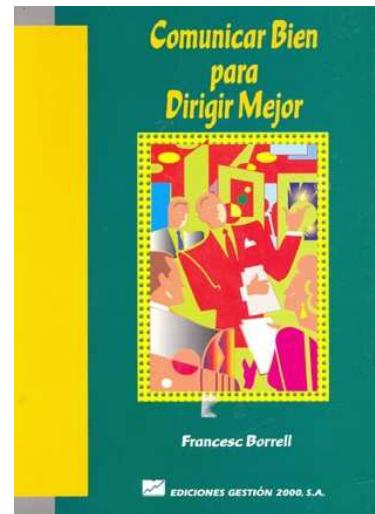
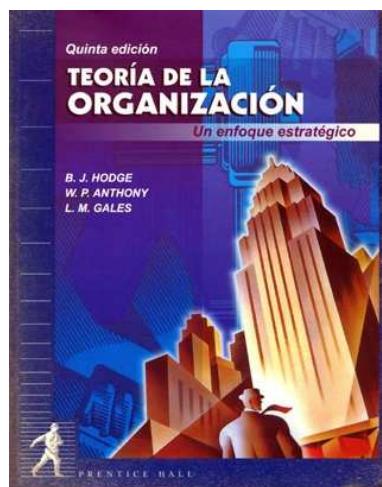
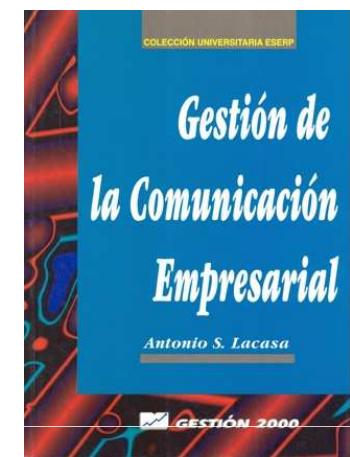
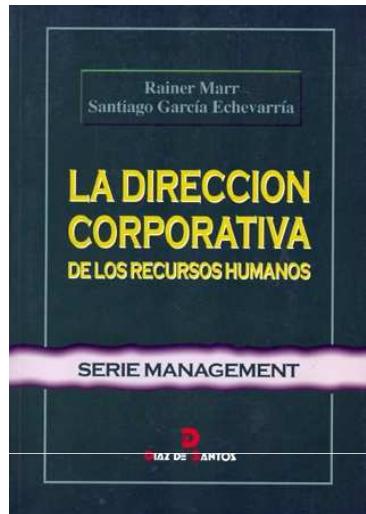
Joan Costa
La comunicación en acción
Informe sobre la nueva cultura de la gestión

Palídos Papelería de Comunicación 26



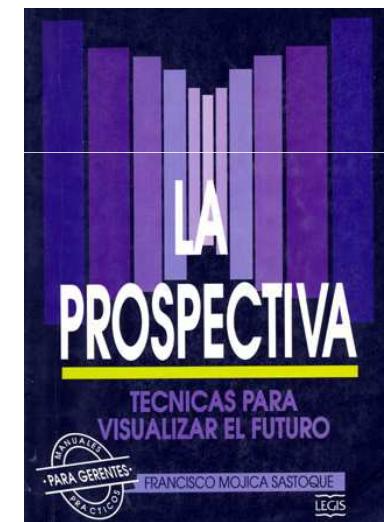
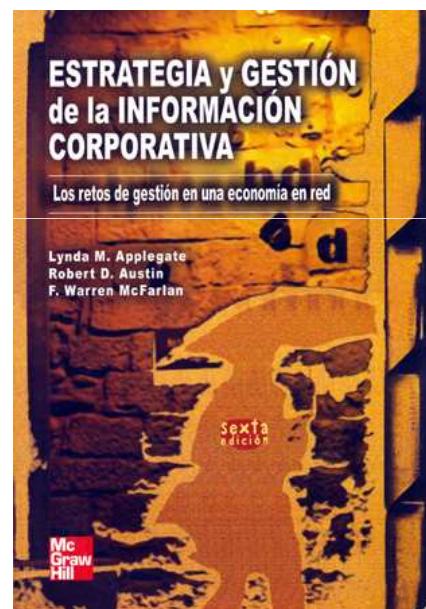
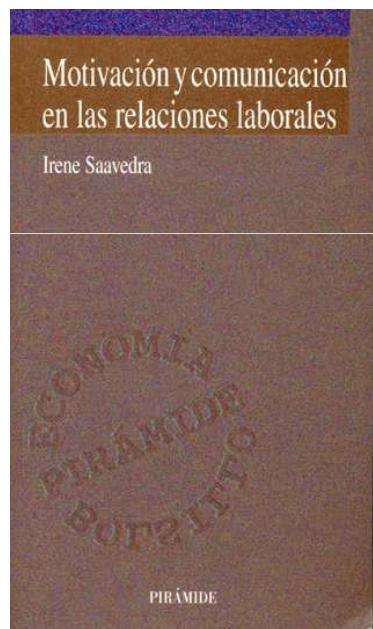
Dra. Octavio Islas

proyecto INTERNET



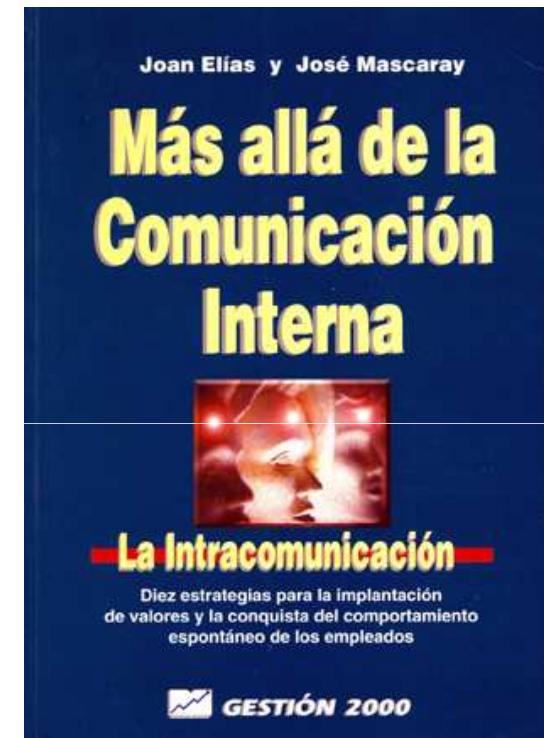
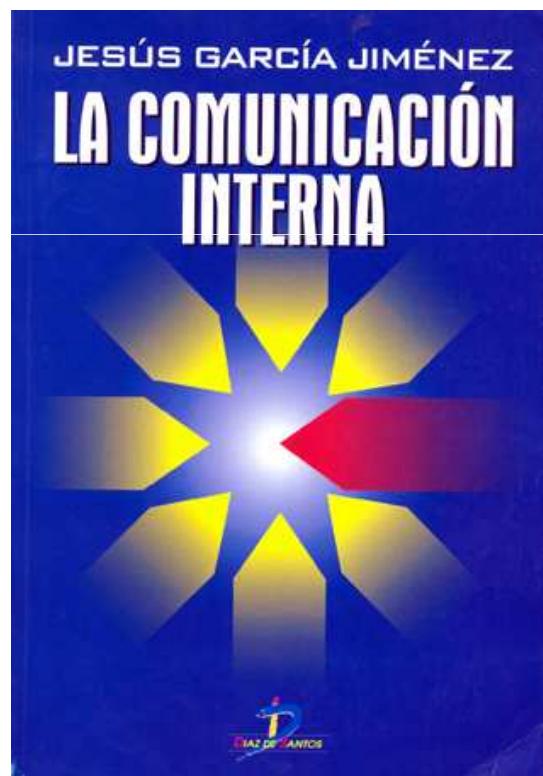
Dr. Octavio Islas

proyecto INTERNET



Dr. Octavio Islas

proyEcto INTERNET



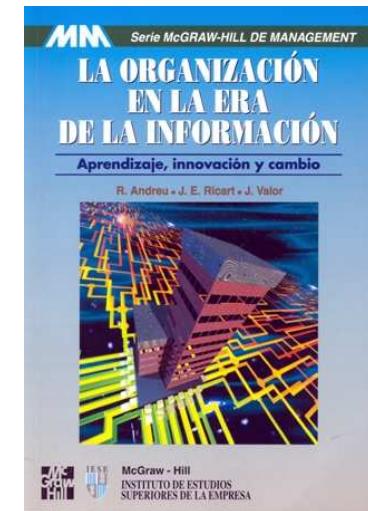
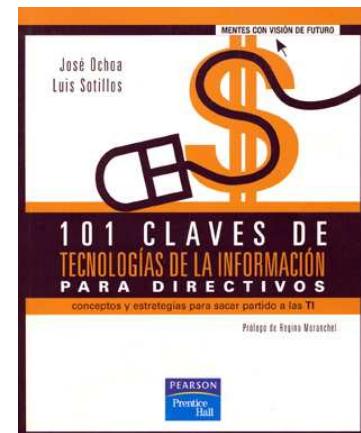
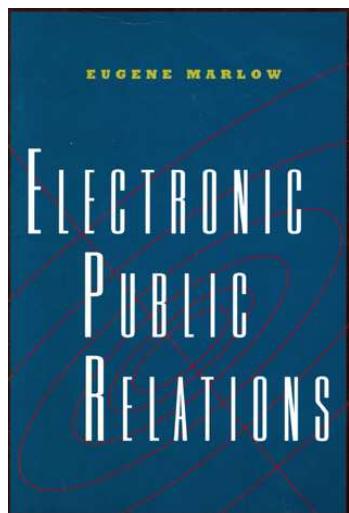
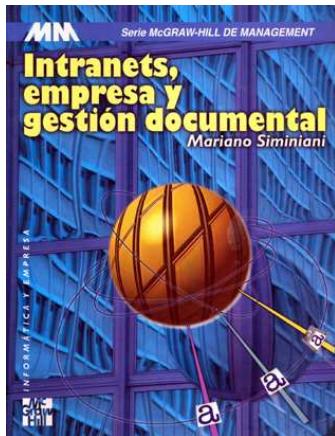
Dra. Octavio Islas

proyEcto intErnEt



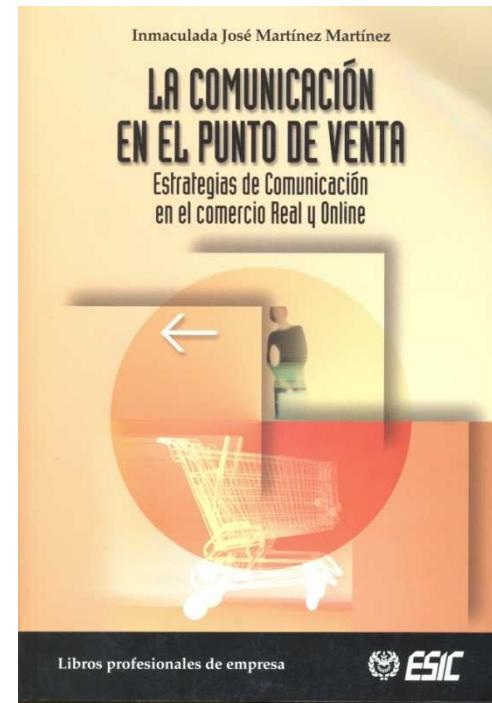
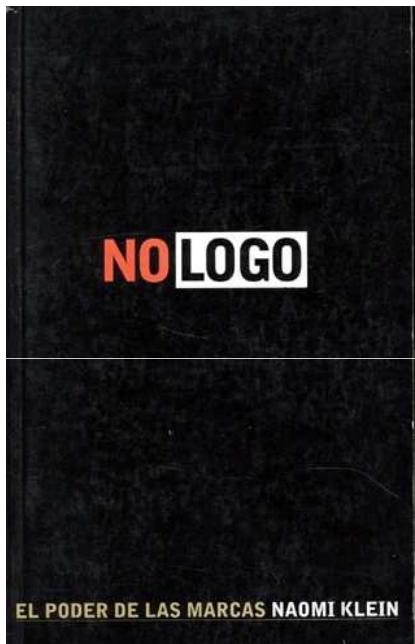
Dr. Octavio Islas

proyecto INTERNET

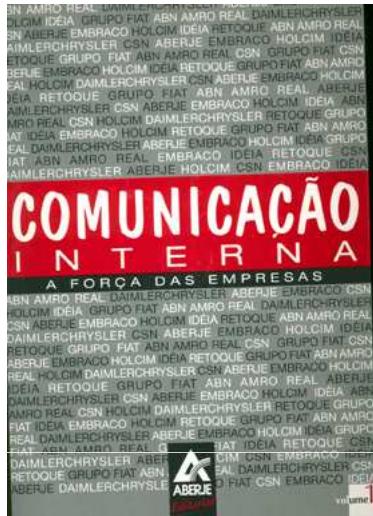


Dr. Octavio Islas

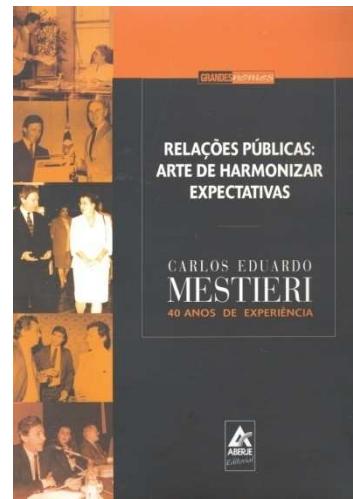
proyEcto INTERNET



Dra. Octavio Islas



projEcto intErnEt



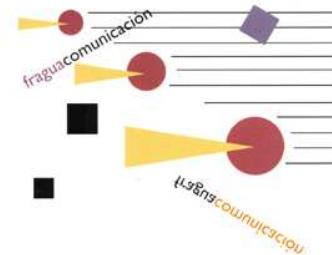
Dr. Octavio Islas

proyEcto INTERNET



Jesús Flores Vivar
Alberto Miguel Arruti

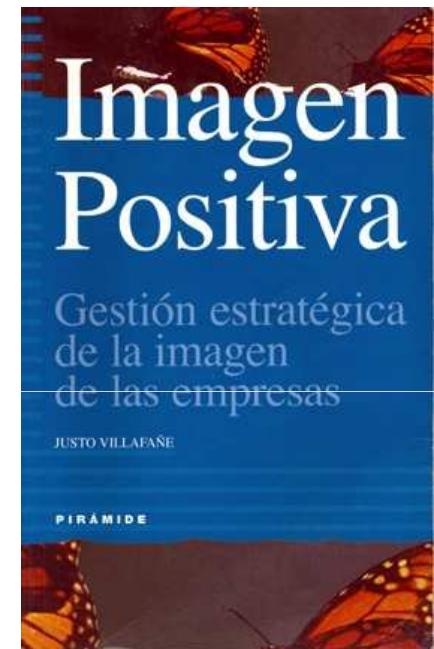
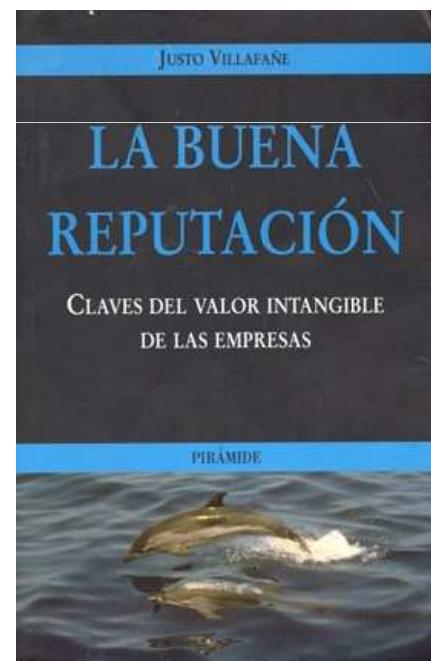
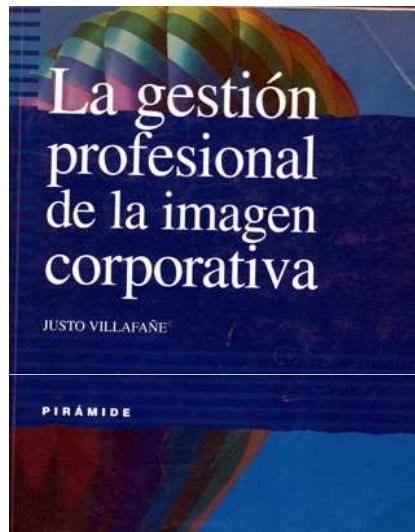
Gestión del conocimiento en
los medios de comunicación



EDITORIAL
Fragua

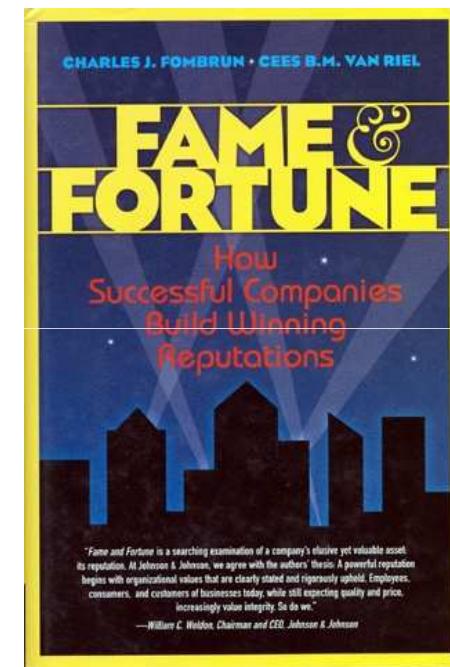
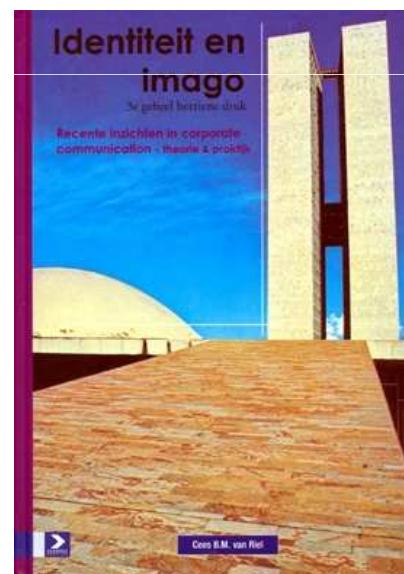
Dra. Octavio Islas

proyEcTo INTERNET



Dr. Octavio Islas

proyEcto INTERNET



Dr. Octavio Islas