



Fundamentos de comunicación estratégica

Octavio Islas
Proyecto Internet-Cátedra de
Comunicaciones Digitales Estratégicas
Tecnológico de Monterrey, Campus Estado
de México

octavio.islas@itesm.mx
<http://www.octavio.islas@wordpress.com>



- 3.1 Identidad.
- 3.2 Imagen.
- 3.3 Imagen punto de partida.
- 3.4 Imagen deseable.
- 3.5 Imagen resultante.
- 3.6 La comunicación estratégica en la dialéctica de la identidad y de la imagen.
- 3.7 Contradicción, normalidad, neurosis y esquizofrenia institucional.
- 3.8 La personalidad y cultura institucional resultante.
- 3.9 Esfera Pública, esfera privada y la dimensión “internetacional”.

3.1 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*).





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.*



3.2 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 BRETHON

ESPAÑOL, MAQUILLISTA
INTERNACIONAL Y ASESOR DE
IMAGEN DE LAS ESTRELLAS

**Y OTROS RECONOCIDOS
EXPERTOS INTERNACIONALES**

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



Compra de boletos:

Restaurant "Antares"

Bvd. López Mateos 2504-A Ote.
Jardines de Jerez León, Gto.



ESTE ES UN EVENTO PARA
TODO PÚBLICO, 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

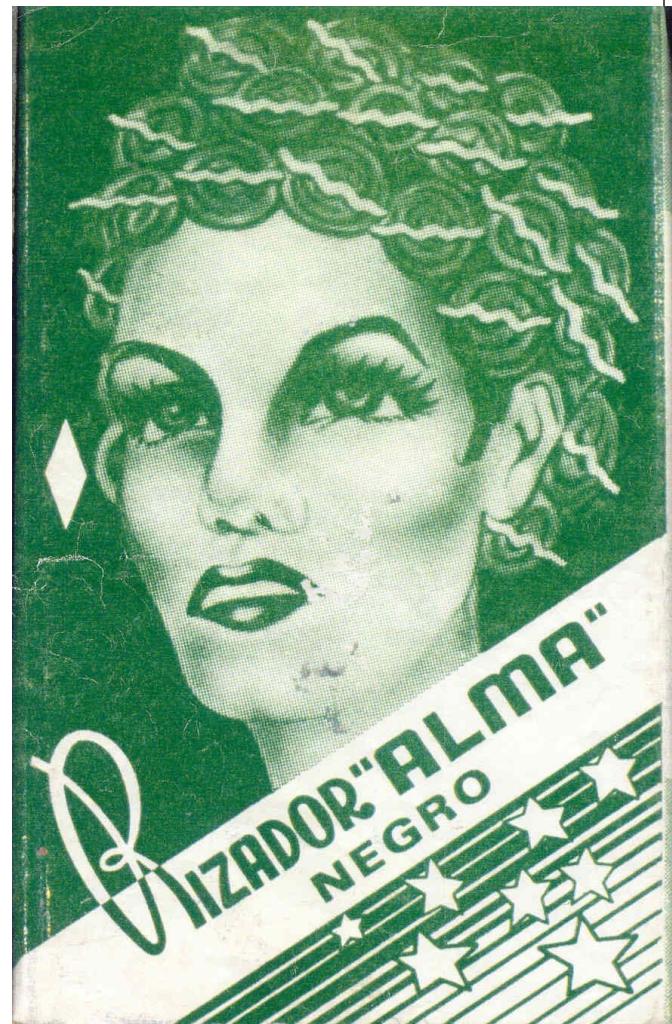
PROGRAMA

- * Motivación Personal
- * Auto-Estimación
- * 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).
- * Dicción.

proyEcto INTERNET

Desafortunadamente pocos empresarios en América Latina 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.





proyEcto INTERNET





proyEcto INTERNET



Dr. Octavio Islas



proyEcto 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.*

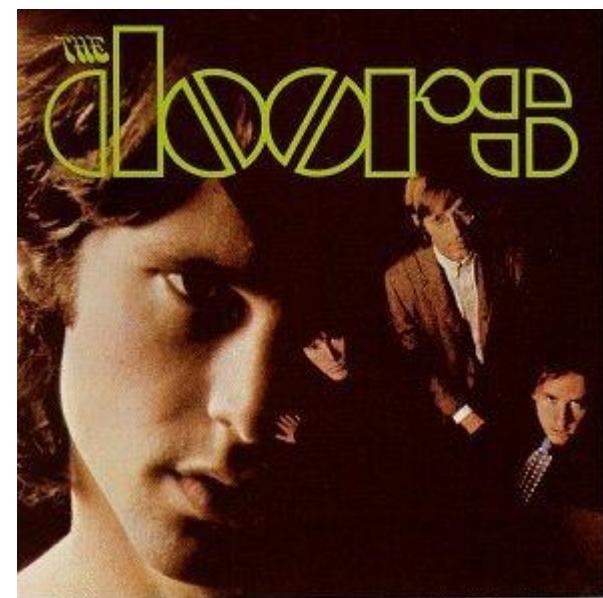
3.3 Imagen punto de partida

proyEcto INTERNET

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.

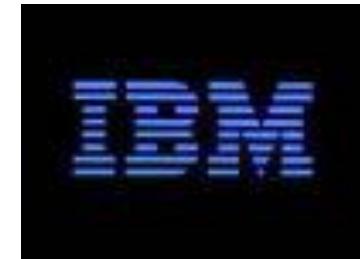
Nuestras acciones comunicativas deben afirmar y expresar nuestra **identidad**.





proyECTo INTERNET

- La imagen de una organización se expresa a través de acciones y paisajes comunicativos voluntarias e involuntarias.
- La intencionalidad supone estrategia. De la no intencionalidad se desprenden percepciones difusas y contradictorias.
- Importancia de la imagen del primer contacto o primer encuentro.

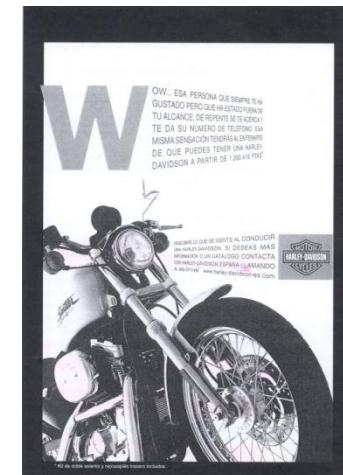


proyecto INTERNET

- La estandarización de expectativas representa una ventaja competitiva



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



La imagen puede diferir de nuestra identidad.



Cultura e imagen observan una estrecha y compleja relación.

proyEcto INTERNET



El **cuerpo**
admite ser
comprendido
como **medio de**
expresión



proyEcto INTERNET



Dr. Octavio Islas



El cuerpo...

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



3.4 Imagen deseable

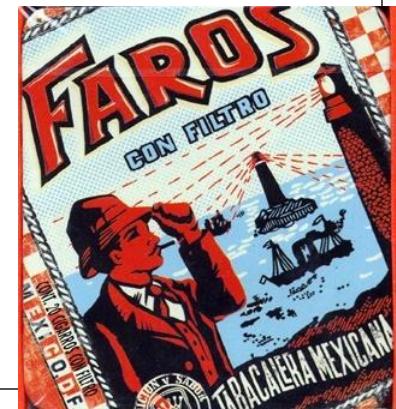
- Distinguir qué deseo lograr y qué efectivamente puedo lograr
- Supone la necesidad de definir objetivos mesurables en nuestras acciones comunicativas.
- Entender que **los cambios son graduales** y en ocasiones es indispensable vencer inercias y profundas resistencias culturales.

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.





proyEcto INTERNET

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.



proyEcto INTERNET

Situación imagen punto de partida	Objetivo Fundamental
(?)	Informar



proyEcto INTERNET

- Cuando la **situación** **imagen** punto de partida es **positiva** (+)
- Nuestro objetivo fundamental es **reforzar**.
- Identificar oportunidades de mejora.



proyEcto INTERNET

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.



proyecto internet

Situación imagen punto de partida	Objetivo Fundamental
(++)	Mantenimiento

3.5 Imagen resultante

proyEcto INTERNET

¿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-.



proyEcto INTERNET

You are so dead,
buddy.

Ohhhh I used to
look like that.

BITCH!

Mmmm.. I
love tennis!



I wonder if the
wife knows I am
having a good
old perv. Nah,
she won't
notice.

If I was to
turn for a
woman then
that would
be why

That reminds
me, I forgot my
undies too!

proyEcto INTERNET

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



3.6 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.

proyECTo INTERNET



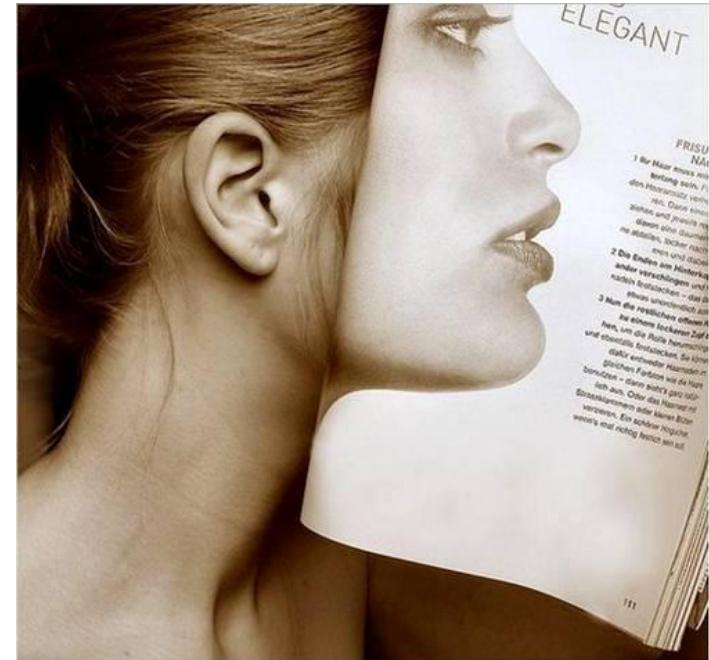
proyEcto INTERNET

- 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.



proyEcto INTERNET

- Muchas organizaciones no son conscientes de lo grave que pueden resultar sus problemas de identidad, así como del costo que están pagando por su imagen imprecisa.
- Al contrario de lo que sucede con la **identidad**, la **imagen** es relativamente fácil de cambiar.

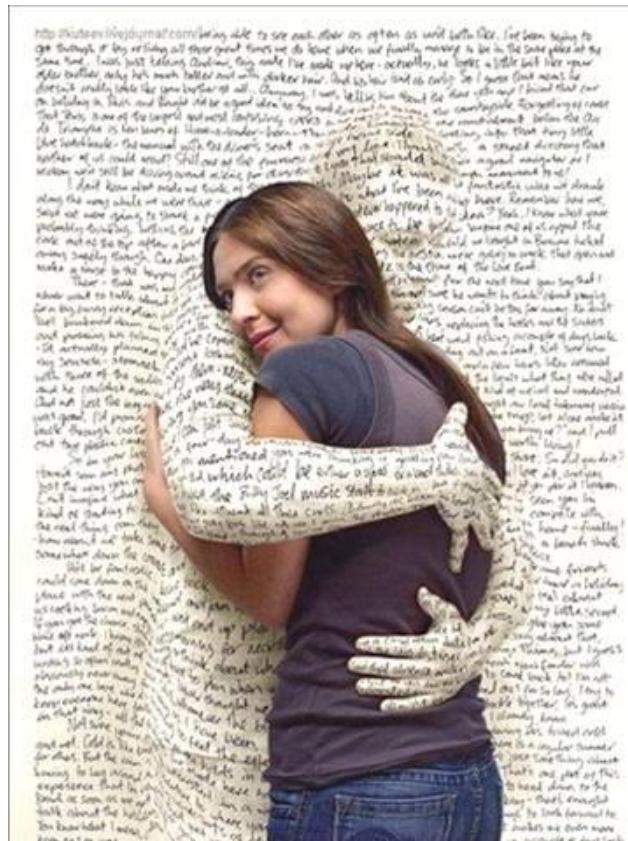


- Una **imagen positiva** puede convertirse con aterradora rapidez en negativa.



proyecto INTERNET

- 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.



Comunicación corporativa es el proceso que convierte la identidad corporativa en imagen corporativa.

La identidad corporativa sólo tiene valor si se comunica a empleados, accionistas y clientes. Sin comunicación, los valores y estrategias de la organización no se entenderán ni se adoptarán y la empresa carecerá de un claro sentido de su identidad (Ind).



proyEcTo INTERNET

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.





Garbett afirma que la imagen de toda compañía es gobernada por seis factores:

1. La realidad de la compañía.
2. La medida en la cual sus actividades hagan noticia (noticiabilidad).
3. Su diversidad.
4. Su esfuerzo de comunicaciones.
5. Tiempo.
6. Desvanecimiento en la memoria.

NO TE CALLES.
ALZA LA VOZ.

projEcto INTERNET

- La gente suele asociar atributos positivos a las representaciones que le resultan familiares. Lo desconocido suele producir temor y desconfianza.
 - Una buena reputación siempre facilita las ventas.



proyEcto INTERNET

- 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.





proyEcTo INTERNET

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

3.7 Contradicción, normalidad, neurosis y esquizofrenia

En buena medida la neurosis y la esquizofrenia institucional son resultado de contradicciones expresivas.

proyECTo INTERNET



YA GANAMOS

VOTA FOX PRESIDENTE



“Quien abandona la congruencia
renuncia a la verdad”
Imre Lakatos

Las contradicciones son sanas,
necesarias e inevitables. Sin embargo,
es indispensable establecer un margen
de sana congruencia.



3.8 La personalidad y cultura institucional resultantes

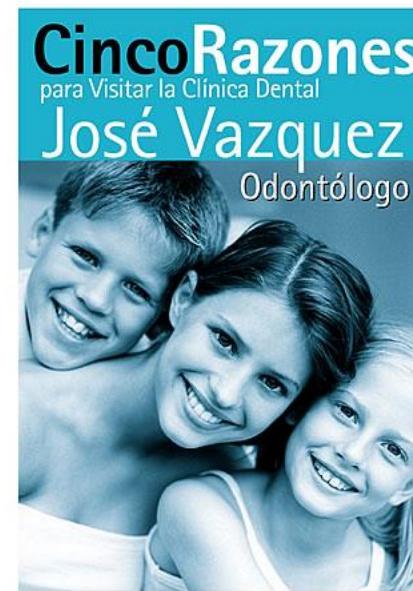
proyEcTo INTERNET

La personalidad de individuos como de instituciones es consecuencia de experiencias, realizaciones, fracasos, proezas, promesas rotas, de acciones como también de omisiones.

En la “literatura heroica de las organizaciones” suelen ser consignados solo hechos positivos. Fracasos -sucesos definitorios-, suelen ser omitidos.



La adecuada intervención del consultor en comunicaciones estratégicas debe trascender las máscaras organizacionales para acceder al encuentro con la *identidad real* de la organización, y de ninguna manera limitarse a aspectos cosméticos.

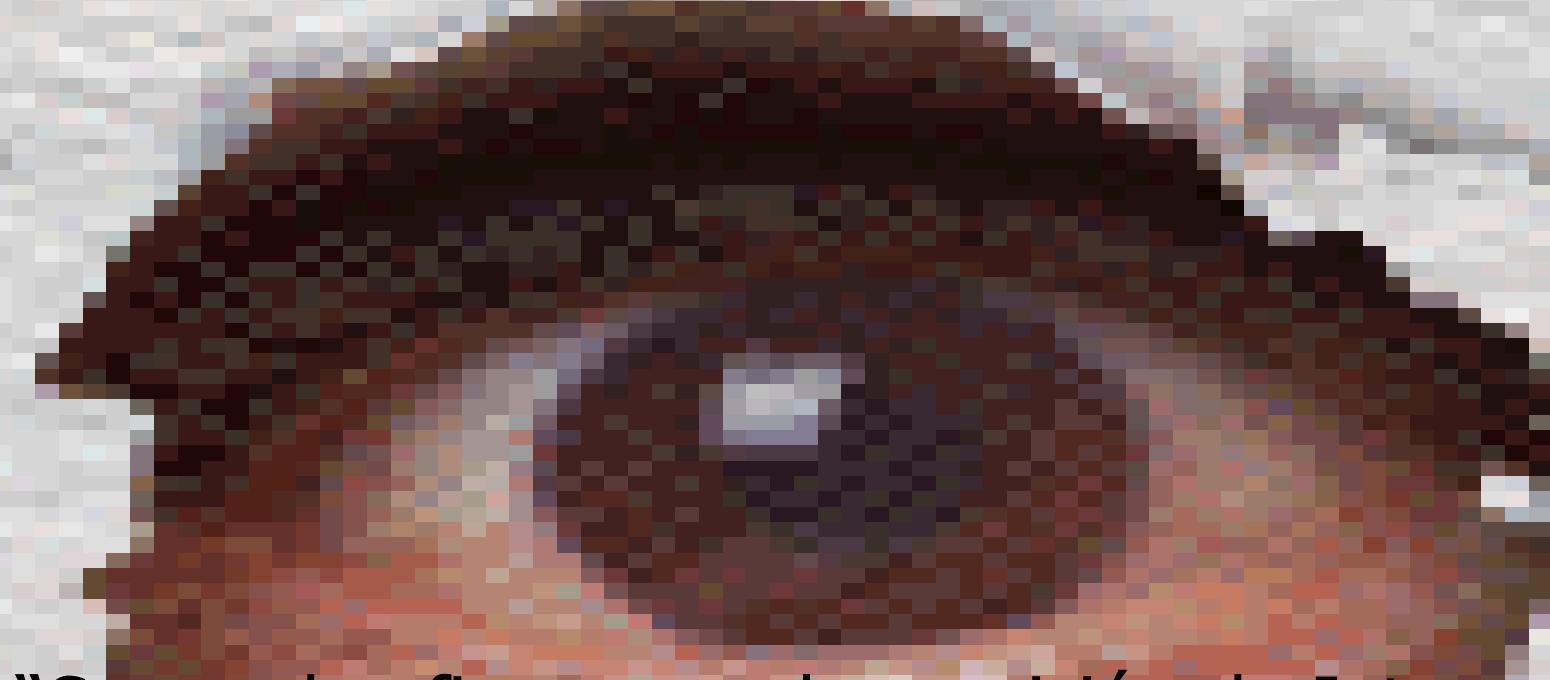


- | | |
|----------|---|
| 1 | 1ª Consulta Gratis
Pase por nuestra consulta y sin ningún compromiso le ayudaremos a tener una boca sana y unos dientes fuertes. |
| 2 | Descuentos a familias
Estando 2 o más miembros de su familia en tratamiento, ahora ya no le crea problemas económicos la salud dental de los suyos. |
| 3 | Limpieza bucal Gratis
El servicio básico de la atención dental, sin ningún coste para Usted, es garantía para su salud dental. |
| 4 | Servicios Integrales
En nuestra clínica dental le atendemos todas sus necesidades y solucionamos sus problemas. Usted es lo más importante. |
| 5 | Confianza y Calidad
La calidad en el trato y la relación con Usted es nuestra norma y confianza de saberle escuchar. |
- Av. Reina Victoria 5 29400 Ronda (Málaga)
95 287 15 75

3.9 Esfera pública, esfera privada y dimensión internetacional

Antes del advenimiento de Internet, investigadores de las ciencias sociales –como J. Habermas-, sólo reconocían la existencia de las esferas pública y privada.





“Se puede afirmar que la aparición de Internet constituye un parteaguas histórico que divide la comunicación humana, entre antes y después de Internet”.

Ernesto Villanueva