

COMUNICACION

la estrategia

La acción comunicativa

1. **Política / Proyecto:** la comunicación en la actuación de la institución en la sociedad
2. **Estrategia:** proceso estructurado de actividades comunicativas
3. **Campaña:** momento práctico de producción de mensajes
4. **Producto:** resultado más concreto y visible de una campaña o estrategia

IDENTIDAD INSTITUCIONAL

1. ¿Cómo es la personalidad de la organización?
2. ¿Cuáles son los atributos, cualidades y características de la organización?
3. ¿Cuál es el rol que se quiere cumplir en las luchas de sentido público?
4. ¿Cuál es el mensaje que se quiere comunicar?
5. ¿Qué se busca con la comunicación?
(sensibilizar, identificación, movilización)



Criterios de Marca

- > ¿Tipo de discurso? (concretos, cortos, claros y afectivos)
- > ¿Tipo de mensaje? (experiencias concretas, prácticas reales o ejemplos precisos / testimonial)
- > ¿Argumentos? (datos contundentes, transparencia)
- > ¿Medios? (televisión, escritos, web, prensa)
- > ¿Estética? (colores, texturas, diseño, gráfica)
- > ¿Tono? (juvenil, urbano, optimista)
- > ¿Impacto? (identificación y personalización)



La ESTRATEGIA de comunicación

❖ VALORACIÓN DE LA SITUACIÓN

1. Definición e investigación sobre el tema
2. Evaluar escenarios [Comunicativo, político, social]
3. Definir argumentos y mensajes [Significar]

La ESTRATEGIA de comunicación

❖ DISEÑO DEL MENSAJE

1. Formulación de la meta / objetivo
2. Definición de la población meta
3. Diseño de mensajes
4. Estrategia de medios
5. Validación de las estrategias y mensajes
6. Elaboración estrategias y mensajes

La ESTRATEGIA de comunicación

❖ SOCIALIZACIÓN

1. Oportunidad: Intervenir la agenda
2. Selección de medios
3. Evaluación [Seguimiento y adecuación]

¡Gracias!

C3 Centro de
Competencia en
Comunicación para América Latina