

Comunicación estratégica y construcción del discurso político

#AhoraNosotras

¿Qué es la comunicación?

- La comunicación es el **sistema de comportamiento integrado que regulariza, mantiene y hace posible las relaciones entre personas.**
- Desde el sentido común, entendemos por comunicación humana el **intercambio de ideas, intenciones, sentimientos, entre dos o más personas.**

Conceptos generales

- Comunicación abarca todos los ámbitos de las interacciones humanas.
- Toda acción o no acción aporta una intención comunicativa.
- El proceso requiere de códigos escritos, verbales, de símbolos o gestuales.
- El aporte de la comunicación al cambio social

Construcción del relato

- El relato es la **propuesta política** o **gran lema** que se expresa en:
- ◆ Contenidos de los discursos públicos.
 - ◆ Conjunto de acciones o no acciones enmarcados en la propuesta.
 - ◆ Herramientas comunicacionales, plataformas, lenguaje y acciones coherentes con el relato.

Planos de la comunicación



Comunicación y política

- La comunicación es **una herramienta de la acción política, no la reemplaza ni sustituye.**
- Requiere una **coordinación y comunicación** permanente con las esferas de toma de decisiones.
- Debe ser parte del **plan estratégico institucional.**

¿Qué es una estrategia de comunicación?

Orientaciones, lineamientos, metas, propuestas, decisiones y acciones públicas e instrumentos que usa una organización para lograr que sus objetivos sean conocidos.

Estrategia de comunicación

- Las acciones y discursos deben ser **concordantes con la Visión (largo plazo) y Misión (corto plazo)**.
- Requiere **coordinación** entre las diferentes instancias de la organización.
- Debe considerar las características de los distintos actores.

Estrategia de comunicación

- Construcción del perfil de público en función de sus características personales e intereses.
- Coherencia del personaje con sus discursos y acciones.

Plan de comunicaciones

- Todas las áreas y actores deben **trabajarse comunicacionalmente de manera conjunta**, aunque con acciones y herramientas diferenciadas, mensajes y productos específicos para cada actor y circunstancia.

Plan de comunicaciones

- Da cuenta del detalle de acciones, recursos y resultados esperados en la gestión de nuestra comunicación.
- Es la herramienta principal para poder gestionar, en forma ordenada nuestras acciones, y lograr que sus objetivos sean conocidos.

Plan de comunicaciones

Momento cero
Análisis situacional

Importante conocer y medir el estado inicial para luego comparar

Momento central
Ejecución del Plan de Comunicación

Ejecutar las acciones del plan pero también generar instancias para medirlas.

Momento final
Cierre y evaluación del Plan de Comunicación

Evaluar las acciones, comparar con el momento cero y trabajar colectivamente recomendaciones y posibles mejoras

Plan de comunicaciones

→ Momento cero: Análisis situacional

- ◆ Posición inicial: Diagnóstico
- ◆ Objetivos: Componente más importante. Deben ser realizables y medibles.
- ◆ Metas y plazos: Planificación.
- ◆ Públicos: Definir y conocer a los públicos con los que nos queremos vincular.
- ◆ Mensajes: ¿Qué queremos decir y cómo lo decimos?
- ◆ Canales a usar

Elementos del plan

- Análisis de los públicos: **Protagonistas y aliados; Contraparte y sus aliados.**
- Evaluación del **espacio geográfico y temporal** que actuarán.
- **Datos objetivos:** encuestas, índices, estudios.
- Información desde la **imagen y las percepciones.**

Gestión de prensa

- Debe ser “noticia” para que los medios de comunicación quieran publicarlo.
- Para que un relato se transforme en noticia debe:
 - ◆ Ser reciente.
 - ◆ Ser una “novedad”, es decir, un hecho no común o atípico
 - ◆ Relevancia social
 - ◆ Un conocimiento nuevo
 - ◆ Verificable, esto es, puede ser contrastada y verificada
 - ◆ Clara y concisa

Análisis de resultado ¿Cómo nos está yendo?

**Analítica de
redes sociales**

Alcance

Interacciones

Análisis
cualitativo

**Evaluación de
aparición en
prensa**

Cualitativa

Cuantitativa