

Comunicación estratégica

Jaime de Althaus, agosto 2018

Comunicación estratégica

- Comunicación orientada a generar una opinión pública que facilite el logro de los objetivos de la institución.
 - Condición e instrumento de la comunicación estratégica: tener objetivos y metas (qué cambios se quiere producir en la realidad), gestión por resultados, evaluación de desempeño.
 - Meritocracia
- Entidades patrimonialistas giran en torno a intereses propios: no pueden hacer comunicación estratégica.

Comunicación estratégica

- Objetivo: generar un clima social y político que favorezca el logro de los objetivos.
 - Los empleados son los primeros militantes
 - Opinión pública que se identifica con objetivos y aprueba los resultados
 - Eliminar o reducir resistencias
 - Conseguir apoyos
 - Generar demandas y fiscalización

¿Cómo?

- Análisis de actores e intereses para identificar aliados, posibles opositores, y estrategias para cada uno. Considerar como actores a las autoridades del sector o la entidad y a otras entidades públicas
- Este mismo análisis debe aplicarse a los medios y periodistas, para tener estrategias específicas

Estrategia

- Esos análisis y otros sirven de insumos para:
 - Analizar posibles escenarios futuros
 - Elaborar una estrategia general de comunicación
 - Presentaciones en entidades, universidades, gremios y medios y ante actores clave
 - Espacios de discusión pública en los que participe la sociedad civil
 - Alianzas con actores clave
 - Estrategia de medios
 - Publicidad