

DIRCOM, A 10 AÑOS CON ANALISIS DE CASOS

Empezamos hablando de un caso de la primera dama de Perú en donde ella trato de ocultar información a la prensa o que ellos la eliminaran como parte de una entrevista, estado totalmente consiente de lo que decía y el fin de esta.

En solo 4 semanas se midió el impacto de toda esta situación dentro de Perú, y también a raíz de esto se hizo una investigación amplia sobre la primera dama para conocer su perfil psicológico y demás

Saltaron características dentro de este estudio donde demuestra el rol protagónico que a logrado imprimir desde declaraciones hasta cu actuar en temas políticos e involucrarse en decisiones y así generando una percepción de supremacía y poder y esto demostró por el estudio que elaboro la empresa peruana de investigación DATUM.

“Al aproximarnos a hacer una radiografía de la señora Heredia saltan características que la describen. Destaca visiblemente el rol protagónico que ha buscado y logrado imprimir a partir de sus declaraciones, al referirse a temas de gobierno lo que genera una percepción se supremacía y poder que la ha llevado a tener una alta presencia mediática”¹

siendo esto noticia hablando de temas de gobierno que no le corresponden y dando opiniones sobre temas que siendo primera dama no debe tratar y generando polémica a partir de sus declaraciones pues denotaba estar en contra de ministros de ese gobierno.

Esto, dentro de un enfoque desde la comunicación estratégica y entendiéndolo desde internet, es uno de las fuentes que tiene el hombre respecto a información sobre la realidad, lo relevante de esto dentro de la comunicación es que democratiza al director de marketing mas exigente y cambiante que hay y es el cliente.

Internet disminuye la capacidad del ser humano o usuario activo su capacidad de atención y entrena el cerebro para poder recibir información muy rápido y en pequeñas cantidades, lo necesario y esto afrenta a la comunicación basada en exposición mediática sirviendo para hacernos reflexionar sobre la importancia de algún tipo nuevo de comunicación que se base en fijación de la atención y esto es llamado mindfulness communication.

¹ Imagen y comunicación, la revista oficial del dircom N. 53 mayo 2014

Según estudios realizados y claramente obvio en cierto punto el consumo de contenidos digitales le gana la partida al papel en todo el mundo.

Para entender el desarrollo del DIRCOM a sus 10 años gracias a Joan Costa hablaremos del artículo en la revista citada.

Gracias a la creación de este modelo o el master DIRCOM se han logrado formar centenares de directores de comunicación, profesionales influyentes en la dirección de empresas, estrategias globales etc.²

Se hablo con Joan Costa preguntándole en lo particular que de su evaluación después de crear esto 10 años atrás y menciona que en si no la puede dar así como la pide ya que es necesario ver el panorama en perspectiva y los procesos como fueron.

En sus orígenes el DirCom tenía 3 fases: la primera es que fue el embrión, surgió con práctica profesional y no estaba presionado el autor en la urgencia de ciertos problemas que siendo consultor tenía el reto de solucionar.

Encontrándose en México y contratado por el banco más grande en el momento del país, para realizar un gran cambio que sirviera como estímulo para el sector financiero, aquí tuvo la oportunidad de implementar sus propias ideas sobre construir y controlar la imagen institucional.

Siendo un gran desafío pues el banco no cambaba desde sus orígenes hace 100 años así que empieza con 3 innovaciones estratégicas:

1. Establecer un método matemático para definir, gestionar y medir los atributos que componen la estructura psicológica de la imagen.
2. Elaborar un inventario de los diversos tipos de público, internos y externos que constituyen la audiencia crítica de la empresa.
3. Integrar el conjunto de los medios y soportes humanos, físicos y tecnológicos bajo el principio de "todo comunica"

Este caso, fue publicado en el libro "la imagen de empresa. Métodos de comunicación integral.

² Imagen y comunicación, la revista oficial del dircom N. 53 mayo 2014