



Comunicación estratégica para directores(as) y docentes (Ciclo): Análisis de situación

Wanda Reyes Velázquez, Ph.D., Facultad de Comunicación e Información

Fecha: 3 de septiembre de 2021





Requisitos para la Comunicación Estratégica



- ¿Cuál es la razón de ser o el propósito de la organización o del programa que dirijo?



Imagen

- ¿Cómo las personas o grupos ven o perciben la organización?
- Tommy Hilfiger (Banks, W. B. A., 2019, March 7)
 - En 1996 surgieron rumores de que Tommy Hilfiger hizo comentarios racistas en el programa de Oprah Winfrey.
 - En 2007, Oprah Winfrey lo invitó a su show y ambos probaron que todo era mentira, pero el daño estaba hecho.





Reputación

- ¿Cómo se comporta la organización según sea su propósito de existir?





¿Cómo puedo lograr el propósito organizacional?

Ben & Jerry's

“We believe that ice cream can change the world.”

We love making ice cream—but using our business to make the world a better place gives our work its meaning. Guided by our Core Values, we seek in all we do, at every level of our business, to advance human rights and dignity, support social and economic justice for historically marginalized communities, and protect and restore the Earth's natural systems. In other words: we use ice cream to change the world.



Human Rights & Dignity

We are committed to honoring the rights of all people to live with liberty, security, self-esteem, and freedom of expression and protest, and to have the opportunity to provide for their own needs and contribute to society.



Social & Economic Justice

We are committed to achieving equity, opportunity, and justice for communities across the globe that have been historically marginalized, recognizing that this is tied to fair livelihoods that enable individuals, families, and communities to thrive.



Environmental Protection, Restoration, & Regeneration

We are committed to a positive, life-giving environmental impact that restores degraded natural environments and enables increased diversity and abundance of ecosystems.



Our Product Mission drives us to make fantastic ice cream—for its own sake.

To make, distribute, and sell the finest-quality ice cream and euphoric concoctions with a continued commitment to incorporating wholesome, natural ingredients and promoting business practices that respect the Earth and the Environment.



Our Economic Mission asks us to manage our Company for sustainable financial growth.

To operate the Company on a sustainable financial basis of profitable growth, increasing value for our stakeholders, and expanding opportunities for development and career growth for our employees.



Our Social Mission compels us to use our Company in innovative ways to make the world a better place.

To operate the Company in a way that actively recognizes the central role that business plays in society by initiating innovative ways to improve the quality of life locally, nationally, and internationally.

Ben & Jerry's. (n.d.).



Comunicación Estratégica

- Relaciones públicas
 - “Las relaciones públicas son una **función táctica** en la que un equipo produce una variedad de **herramientas de comunicación** para lograr los **objetivos organizacionales**. A un nivel más alto, las relaciones públicas son consideradas una **función gerencial** que **supervisa la opinión pública** y **asesora** a la alta gerencia sobre **cómo desarrollar relaciones positivas con varias audiencias [o públicos] para manejar efectivamente la imagen de la organización y su reputación** (Wells, Muriarty, & Burnett, 2006).”



Mejor que memorizar una definición

- **Deliberada**
 - Se debe tener un propósito.
- **Planficada**
 - Se debe seguir un proceso que muestre resultados.
- **Acciones**
 - La organización tiene que ser receptiva a las preocupaciones de los públicos, sin perder de cuenta su razón de ser.
- **Mantiene el interés de los públicos en mente**
 - Se debe forjar relaciones mutuamente beneficiosas con los públicos.
- **Comunicación de dos vías**
 - Es necesario mantener un diálogo en el que se enfatice la retrocomunicación.
- **Función gerencial**
 - Asesora y se enfoca en resolver problemas

(Wilcox, Cameron & Reber, 2015)



¿Cómo puedo lograr el propósito organizacional?

- En este ciclo hablaremos sobre el modelo “ROPE” (Wilcox, Cameron & Reber (2015))*
 - Investigación (*Research*)
 - Objetivos (*Objectives*)
 - Planificación (*Planning*)
 - Evaluación (*Evaluation*)

*También se le conoce como “RACE”.





Caso: *Chocolate Milk Study's News Release Brings Unwanted Attention*



Dairy Maid Dairy. (n.d.)

- Situación que ocurrió en la Universidad de Maryland (Swann, P. 2019)
 - Se indica en un comunicado de prensa que la bebida de chocolate mejora la función cognitiva y motora de jugadores escolares de *football* americano.
 - *HealthNewsReview* blog evaluó el comunicado de prensa y solicitó información a la Universidad.
 - La Universidad no respondió inmediatamente.
 - Varios noticieros nacionales cubrieron la historia.



¿Cómo puedo lograr el propósito organizacional?

- Antes de implementar cualquier actividad de relaciones públicas, debe:
 - Identificar la situación
 - ¿Cuál es el trasfondo de la organización con relación a la situación?
 - ¿La situación es un obstáculo o una oportunidad?
 - ¿Qué tan importante es esta situación para la misión de la organización?
 - ¿Cómo podría impactar a la organización?
 - ¿Qué o quién causó la situación?
 - ¿Cuáles son los hechos importantes relacionados con la situación?
 - ¿Quién o qué se ve afectado por la situación?

(Wilcox, Cameron & Reber (2015))



¿Cómo puedo lograr el propósito organizacional?

- Antes de implementar cualquier actividad de relaciones públicas, debe:
 - Contestar las siguientes preguntas
 - ¿Qué tipo de información necesita para trabajar con la situación?
 - ¿Cuánto costará la investigación?
 - ¿Cuánto tiempo tiene para investigar?
 - ¿Quién analizará los resultados de la investigación?
 - ¿Cómo usará los resultados?

(Wilcox, Cameron & Reber, 2015)





Ejercicio de práctica

- Identifica la misión o razón de ser del departamento o el programa que diriges.
 - ¿Qué propósito tiene el programa o departamento?
- Selecciona una situación y contesta las preguntas que aparecen en las laminillas 10 y 11 o en la hoja de ejercicio.



Referencias

- Banks, W. B. A. (2019, March 7). *Digging deeper: The RACISM scandal that rocked Tommy Hilfiger*. Highsnobiety.
<https://www.highsnobiety.com/p/tommy-hilfiger-racism-scandal/>.
- Ben & Jerry's. (n.d.). *Values*. <https://www.benjerry.com>. <https://www.benjerry.com/values>.
- Dairy Maid Dairy. (n.d.). *Fifth Quarter Fresh*. Dairy Maid Dairy. <https://dairymaiddairy.com/products/fifth-quarter-fresh/>.
- Swann, P. (2019). *Cases in Public Relations Management* (Kindle). Taylor and Francis.
- Wells, W., Moriarty, S. E., & Burnett, J. (2006). *Advertising: Principles and practice* (7ma ed.). Prentice-Hall International.
- Wilcox, D., Cameron, G. T., & Reber, B. H. (2015). *Public Relations Strategies and Tactics Global Edition* (11ma ed.). Pearson. ISBN-13: 978-1-292-06626-4 (PDF) https://dinhtienminh.net/wp-content/uploads/2020/07/PR_-_Strategies-and-Tactics-11th-Global-Edition-2015-by-Wilcox-Cameron-Reber.pdf