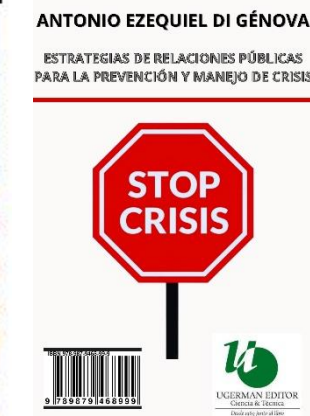
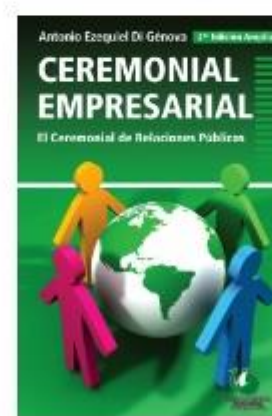
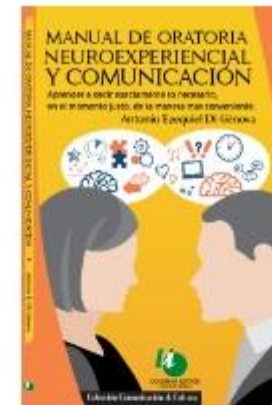
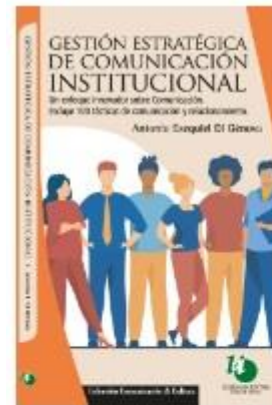
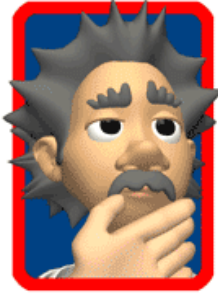


*"Relaciones Públicas y Comunicación Estratégica Institucional"*

Mgter. Antonio Ezequiel Di Génova

- ▶ Presidente de REDIRP: Red Iberoamericana de RR.PP.
- ▶ Rector del ILCE
- ▶ CEO de ADIG Antonio Di Génova Group.
- ▶ Autor:





# REFLEXIONES

- ✓ CRISIS DE CONFIANZA
- ✓ FIN DE LA ERA DE LA IMPOSICIÓN DE LA PERSUASIÓN PUBLICITARIA
- ✓ PRINCIPIO DE LA ERA DE LA COMUNICACIÓN COGNITIVA
- ✓ LA IMPORTANCIA DE LA REPUTACIÓN CORPORATIVA, DE LAS RELACIONES PÚBLICAS DE ATRACCIÓN O ENTRANTES Y DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

# Las 5 claves críticas para una gestión exitosa de Relaciones Públicas



1: Aprendizaje

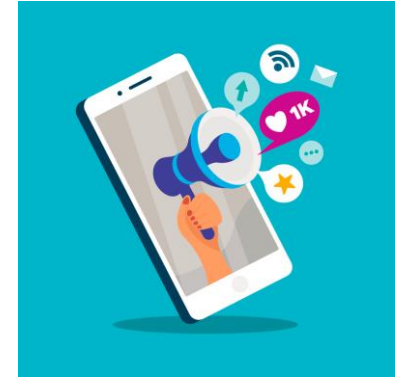
2: Metas

3. Intuición

4: Conexiones

**5: Evitar la negación**

## Definición de Comunicación Estratégica



“La comunicación estratégica es el proceso mediante el cual, una vez definida una estrategia global de la empresa o institución, se identifican aspectos claves de la gestión informativa y relacional para con los públicos internos y externos; y una vez analizados y contextualizados, se establecen criterios de orden general (que conforman lo que denominamos: **Núcleo Estratégico Comunicacional**) que guiarán las acciones de comunicación de todas las áreas de la organización”.

# Las 5 claves críticas para una gestión exitosa de la Comunicación Estratégica



- 1: Empresa/Institución en etapa de desarrollo
- 2: Preminencia de mensajes cognitivos
3. Cultura Organizacional abierta a la Comunicación
- 4: Stakeholders como ecosistema dinámico - Adaptabilidad
- 5: **Gestión del Talento Humano**

## Cómo y dónde operan las Relaciones Públicas y la Comunicación Estratégica



La Comunicación Estratégica sólo es posible en organizaciones que hayan alcanzado cierto grado de madurez en su desarrollo profesional.

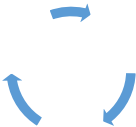
Como ecosistema axiológico y como un modelo de comunicación integrado, opera en el marco de un área delimitada por tres vértices: Identidad (Personalidad), Imagen Proyectada e Imagen Percibida. La sinergia de estos tres factores produce un “capital simbólico”, que no es más ni menos que el reconocimiento del capital económico y cultural de las Instituciones.

# Mapa de las Relaciones Públicas y la Comunicación Estratégica



**Identidad  
A. I. C.  
Personalidad**

**Imagen Proyectada:  
Física – Conceptual e Institucional**



**+**

**Imagen Global Percibida por  
de los Stakeholders:  
Reputación Corporativa**

**=**

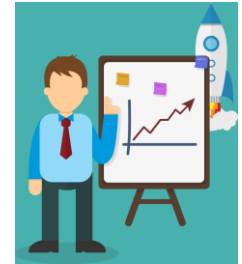
**Capital Simbólico /  
Activo Inmaterial /  
Activos Comunicacionales**

M  
A  
P  
A



## Diferencias entre el Marketing, Relaciones Públicas

**El Marketing aporta feedback o bidireccionalidad, con el afán de mantener el control de la comunicación**



**COMUNICACIÓN = INFORMACIÓN + INFLUENCIA + VENTA + POSVENTA**

**“El Marketing hace que una organización se sostenga o crezca”**

**Las Relaciones Públicas promueven el diálogo y la comprensión de los públicos Internos y Externos.**



**COMUNICACIÓN = INFORMACIÓN + INTERINFLUENCIA + PERCEPCIÓN INTERNA**

**“Las Relaciones Públicas hacen que una organización se desarrolle y sea sustentable”.**



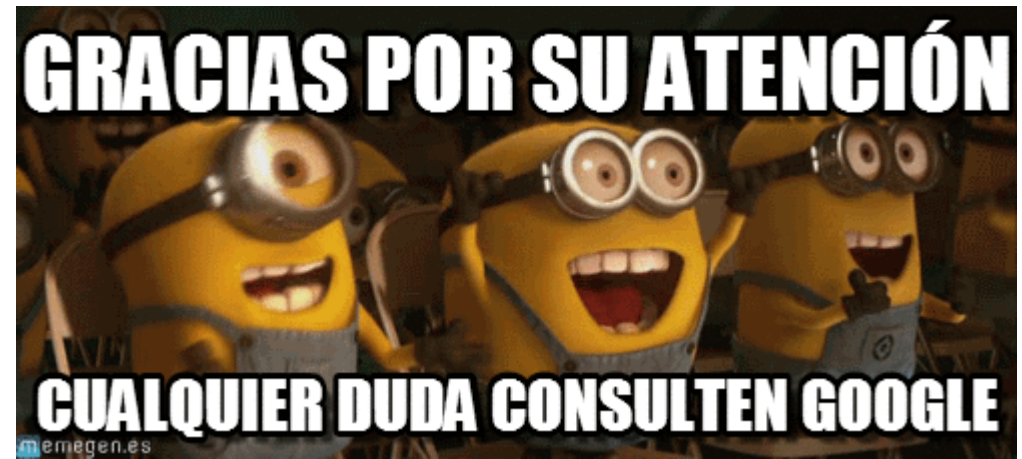
**VI CUMBRE** LATINOAMERICANA  
**DE RELACIONES PÚBLICAS**  
**Y COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA**  
“HAGAMOS CUMBRE”



**REDIRP**  
Red Iberoamericana  
de Relaciones Públicas

**4 y 5 de septiembre • Buenos Aires • Argentina**

[WWW.CUMBRERRPP.COM.AR](http://WWW.CUMBRERRPP.COM.AR)



**Mgter. Antonio E. Di Génova**

**E-mail: [info@antoniodigenova.com](mailto:info@antoniodigenova.com)**

**Móvil: +54-911-5595-9511**

**[www.redirp.com](http://www.redirp.com)**