

“HABLA CON PODER: ORATORIA Y NEUROCOMUNICACIÓN”

Mgter. Antonio Ezequiel Di Génova

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

WORKSHOP ORGANIZA **acn eventos**

**HABLA CON PODER:
ORATORIA Y
NEUROCOMUNICACIÓN**

**+ CAFÉ Y COMUNICACIÓN
ESTRATÉGICA**

UNA TARDE CON ANTONIO DI GÉNOVA
- BUENOS AIRES LLEGA A TUCUMÁN -

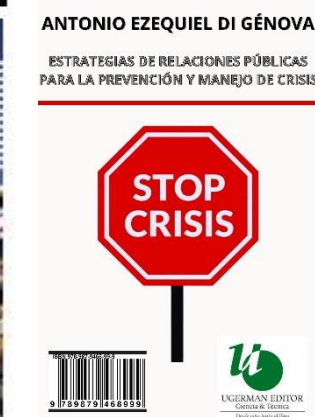
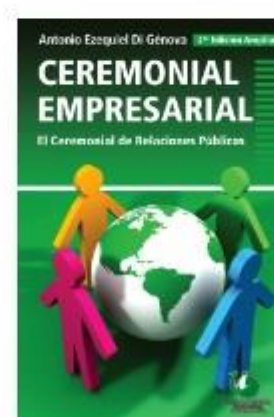
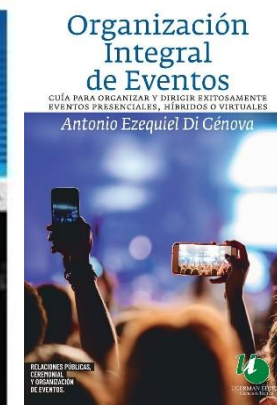
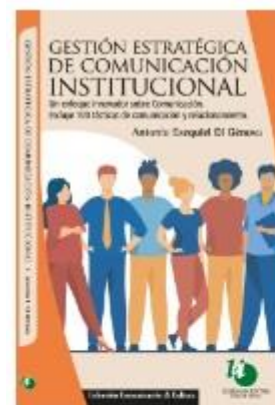
17 JULIO 26

17:30 - 20:30 HS
FEDERACIÓN ECONÓMICA
DE TUCUMÁN

Mgter. ANTONIO DI GÉNOVA
PRESIDENTE DE REDIRP

AUSPICIAN: **REDIRP** EMPRESARIOS ARGENTINOS

INFORMES: 381-5643656 - ACNEVENTOSYRRPP@GMAIL.COM



LAS 3 “C” DEL DESARROLLO PROFESIONAL

- **CONOCIMIENTO**
- **COMUNICACIÓN**
- **CONEXIONES**



NEUROCOMUNICACIÓN



- La neurocomunicación es el estudio de cómo el cerebro procesa la información y cómo esto afecta la comunicación. Combina neurociencia, psicología y comunicación.

Su objetivo es mejorar la comunicación para crear conexiones más efectivas.

La Comunicación Neuroexperiencial se desarrolla a través de un proceso que le permite al individuo construir su propio conocimiento, desarrollar habilidades y reforzar sus valores directamente desde sus vivencias.

El modelo cognitivo Neuroexperiencial es un proceso de enseñanza que involucra a los participantes en una experiencia de aprendizaje que tendrá consecuencias reales en sus vidas. Su diferencia más radical respecto del modelo de asimilación de información de la educación tradicional, donde se parte de la teoría y se pasa a la práctica, radica en el hecho de que aquí el grupo o coachee parte de la práctica para luego construir desde el análisis crítico de la experiencia, la teoría.



El ser convocado a hacer uso de la palabra en el escenario, ante un determinado público, vivenciar el silencio que se produce en el instante anterior a comenzar la alocución, advertir que los ojos de los asistentes se posan expectantes en nosotros mismos, inferir una actitud fría y distante que por lo general se observa al comenzar toda comunicación verbal, ser conscientes que no podremos salir de allí hasta haber terminado nuestro trabajo, lidiar con posibles interrupciones o distracciones que desde el afuera pueden interferir nuestro discurso; son algunas de las razones por las que, por lo general, rehuimos esta oportunidad.



MARCADORES SOMÁTICOS



- Nuestras experiencias afectan directamente nuestro comportamiento. Y los responsables de eso son los marcadores somáticos, como lo muestra el autor Martin Lindstrom.
- Siempre que estamos a punto de tomar una decisión, nuestro cerebro revisa nuestra inmensa cantidad de recuerdos y experiencias, para encontrar momentos en los que decisiones similares fueron necesarias y qué respuestas fueron tomadas. Así, el cerebro tiende a repetir esas respuestas.
- Los responsables de esto son los atajos de nuestra mente, estos marcadores somáticos, que facilitan el acceso a esa información y hacen que el proceso de decisión sea mucho más rápido.

HUELLA MNÉMICA



- Una huella mnémica es una «impresión» o «rastro» que un acontecimiento vivido deja en el aparato psíquico, quedando almacenada, a menudo en el inconsciente, para influir en pensamientos, emociones y comportamientos futuros sin que la persona sea necesariamente consciente de su origen.
- Estas huellas no son recuerdos literales, sino que pueden ser alteradas, reorganizadas y reactivadas por situaciones presentes, manifestándose a través de reacciones emocionales o síntomas sin una causa aparente.
- A diferencia de una fotografía, la huella mnémica no es un registro inmutable; se puede modificar, reorganizar y "reescribir" a lo largo del tiempo.

Comunicación Neuroexperiencial

Modelos de intervención comunicacional que se originan en las primeras etapas de instrucción formal.

Introspectivo - Racional

Expresivo - Emocional

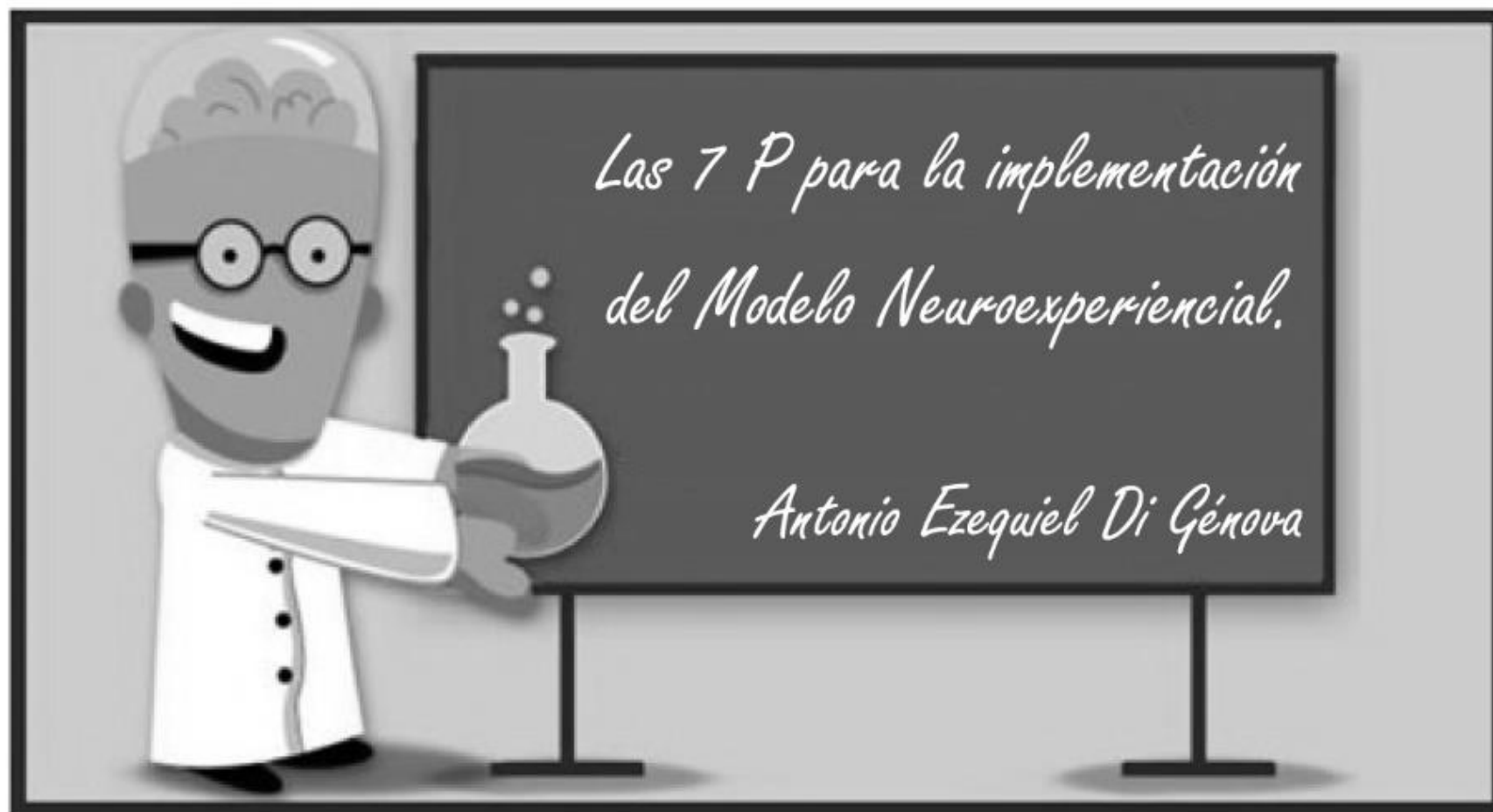
Habilidad: Asesorar

Habilidad: Persuadir

Sesgo de Confirmación

Asertivo - Cooperativo

Habilidad: Relacionar



Las 7 P para la implementación del Modelo Discursivo Neuroexperiencial:

1 - Preparación

2 - Predisposición

3 - Protocolo de Iniciación

4 - Planteamiento Introductorio

5 - Prescripción

6 - Peroratio

7 - Protocolo de finalización



VI CUMBRE LATINOAMERICANA **DE RELACIONES PÚBLICAS** **Y COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA**

“HAGAMOS CUMBRE”

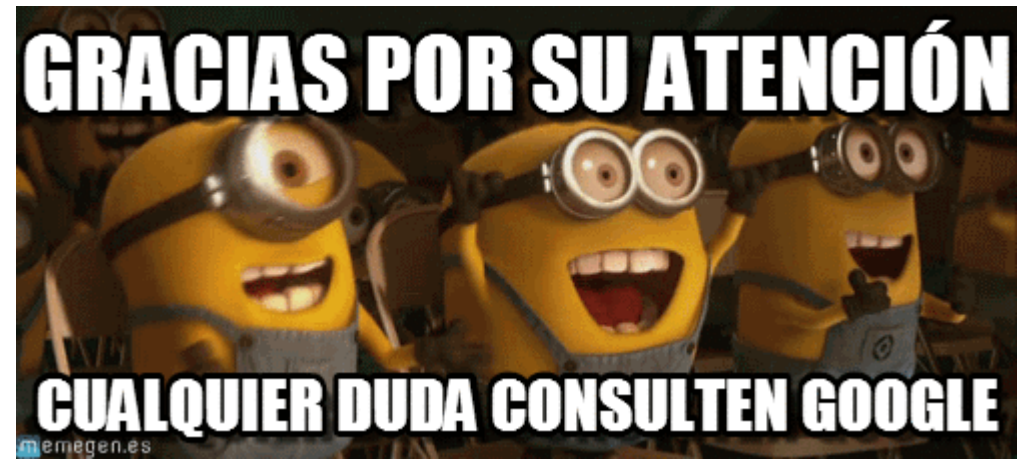


REDIRP

Red Iberoamericana
de Relaciones Públicas

4 y 5 de septiembre • Buenos Aires • Argentina

WWW.CUMBRERRPP.COM.AR



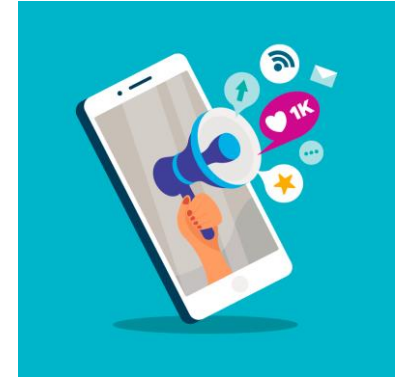
Mgter. Antonio E. Di Génova

E-mail: info@antoniodigenova.com

Móvil: +54-911-5595-9511

www.redirp.com

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”.



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

M
A
P
A



**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**