



**Relevancia de una nueva forma de
comunicar estratégicamente.**



IMPLOSIÓN FRAGMENTACIÓN

- **Banalización** del hecho noticioso.
(Información climática se desvaloriza).
- **Disminución** de la fuerza de los lazos de compromiso con personas y acontecimientos de valor humano.
(Pérdida)
- **Desplazamiento** del impacto de los hechos: de lo global, a lo muy personal.
(Interesa sólo lo que me afecta)
- **Traslado** de la responsabilidad de informar de los medios a los sujetos.
(Competencia desigual)
- **Reducción** del área de interés al núcleo de los amigos “a los que les gusta esto”.
(Redes Sociales como fuente)

Guerra entre gigantes de la comunicación



Los conocidos como agregadores de contenido, no pagan ni un centavo, por la producción de noticias y/o informaciones. Sus usuarios acceden gratis y ellos cobran publicidad.

Google™

You Tube

YAHOO!



Un artículo publicado por un diario en Estados Unidos es copiado 4.4 veces.
De 15 grandes diarios sus contenidos fueron usados sin autorización 15 veces.
Google reporta que tiene ganancias del 53% en publicidad. Yahoo 19%.

La carretera más grande del mundo



En tan solo 1 minuto en la red
Intel® Graph Builder 2013


- **204.000.000** de correos electrónicos.
- **20.000.000** de fotos enviadas.
- **6.000.000** visitas a Facebook.
- **2.000.000** búsquedas en internet.
- **1.300.000** de descargas en YouTube.
- **100.000** tweets se escriben.
- **83.000** dólares en compras en línea.
- **61.141** horas de música escuchadas
- **135** virus letales
- **20** robos de identidad.

Ejes comunicativos

INFORMAR

POSICIONAR

CONSTRUIR



No sólo divulgar;
apegarnos a
una estrategia.

Se responde a
un usuario y
ciudadanía
exigentes y
reticentes.

Respuesta y
actitud activa
que tiene
relación con
interactuar.



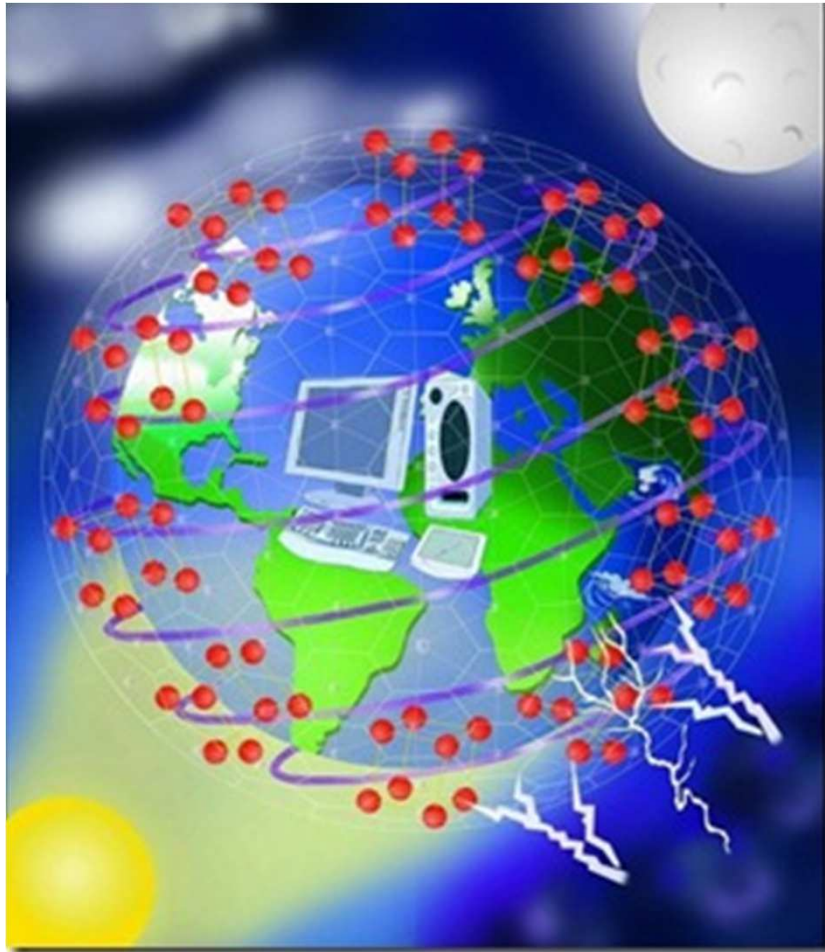
“Por verdadera que sea una información, carecerá de valor si no está en condiciones de interesar a un público meta que, por otro lado, es crecientemente caprichoso ”.

Ryszard Kapuscinski

Visión por armonizar



Por lo pronto...



Acciones coordinadas entre instituciones; aprovechar espacios diversos para comunicar la información estratégica; ser activos y no reactivos dentro de un sistema de difusión e intercambio que transmita de manera clara, directa y permanente .

¿Boletines o Estrategia Formal?





Muchas Gracias