

# Acerca de la comunicación institucional

Un recorrido conceptual



# Formación de estados democráticos

- ▶ Nace con un rol político
- ▶ El “cuarto poder” que controla a los otros poderes
- ▶ Vocación de indagar y develar lo oculto
- ▶ Es fundamentalmente de carácter partidario

PERIODISMO

# Aparece la publicidad

- ▶ Incipientes empresas de periodismo
- ▶ Con la publicidad nace un primer modo de comunicación de mercado
- ▶ Intención de difundir lo propio, dar a conocer la existencia de un bien o servicio, buscar adhesión y clientes.

El periodismo

Las empresas

# Aparecen las Relaciones Públicas

- ▶ Se consolida la empresa periodística y los medios partidarios llegan sólo a afiliados y especialistas
- ▶ Las grandes empresas buscan imágenes favorables en la opinión pública.
- ▶ Una de sus objetivos es resolver las relaciones con el personal.

Periodismo

Las empresas

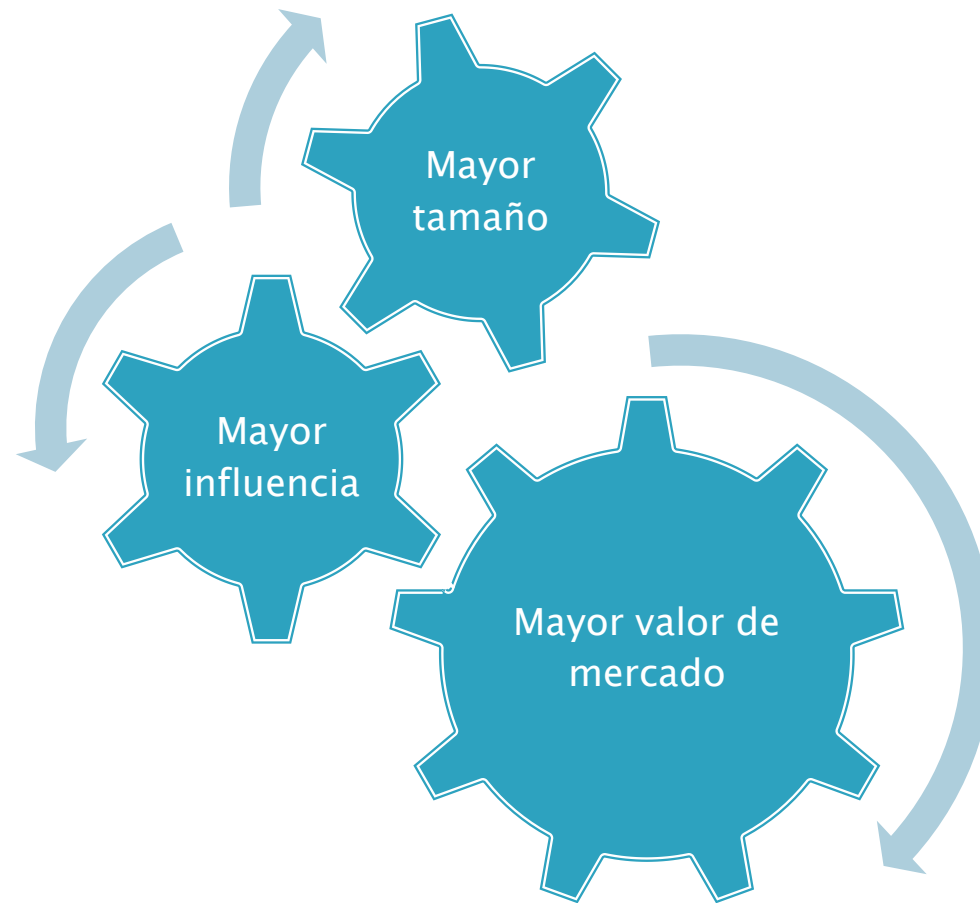
# Comunicación Política

- ▶ Se consolidan las empresas periodísticas
- ▶ Adquieren cuotas de poder más significativas por su influencia en la opinión pública y eso las vuelve más fuertes económicamente
- ▶ El estado incorpora a las relaciones públicas como parte de su estrategia de comunicación gubernamental y a la propaganda como forma específica de publicidad

Periodismo

Estado

# Construcción del poder de las empresas periodísticas



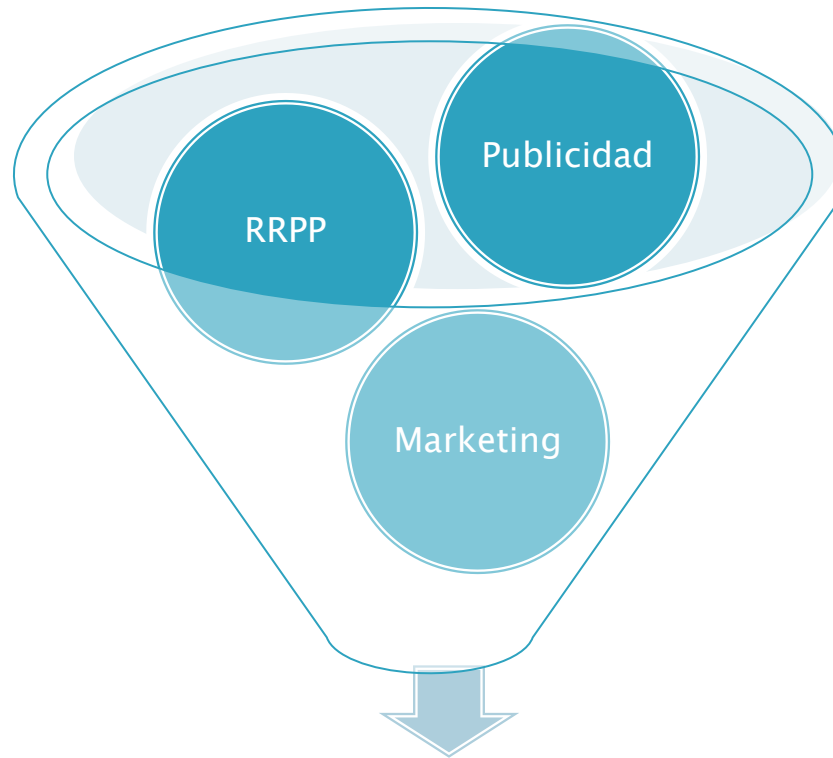
# Aparecen las Comunicaciones de Marketing

- ▶ Mayor nivel de especialización dentro de las comunicaciones periodísticas: más publicaciones y programas definidas para segmentos específicos
- ▶ Las empresas integran a las comunicaciones en sus estrategias de distribución y venta.
- ▶ Comienzan a usar herramientas de comercialización más sofisticadas para vender productos diferentes para las mismas necesidades.

Periodismo

Empresas

# Conformación de la comunicación institucional



Comunicación Institucional



# Aparece la Comunicación Comunitaria

- ▶ Hay nuevas búsquedas: desde lo informativo: aparece el nuevo periodismo.
- ▶ Nuevos esquemas publicitarios para fidelizar clientes, por ejemplo concursos y bases de datos.
- ▶ Aumenta la influencia de organizaciones “de la sociedad civil” o “no gubernamentales” o “del tercer sector”.
- ▶ Una parte de estas organizaciones son las denominadas “comunitarias”.

Periodismo

Organizaciones

# Comunicación Comunitaria

- ▶ Continúan las búsquedas desde lo informativo, el periodismo cívico se liga a la opinión pública desde lo político y a lo comunitario.
- ▶ Desde lo comercial: ampliación y segmentación de públicos. Productos asociados ajenos a lo periodístico (segmentos de tecnología en noticieros).
- ▶ La comunicación institucional atraviesa todo tipo de organizaciones: empresas, gobierno y de la sociedad civil
- ▶ Dividir la televisión en tres sectores es un modo de hacer que esa comunicación se vea reflejada en los medios audiovisuales

Periodismo

Organizaciones