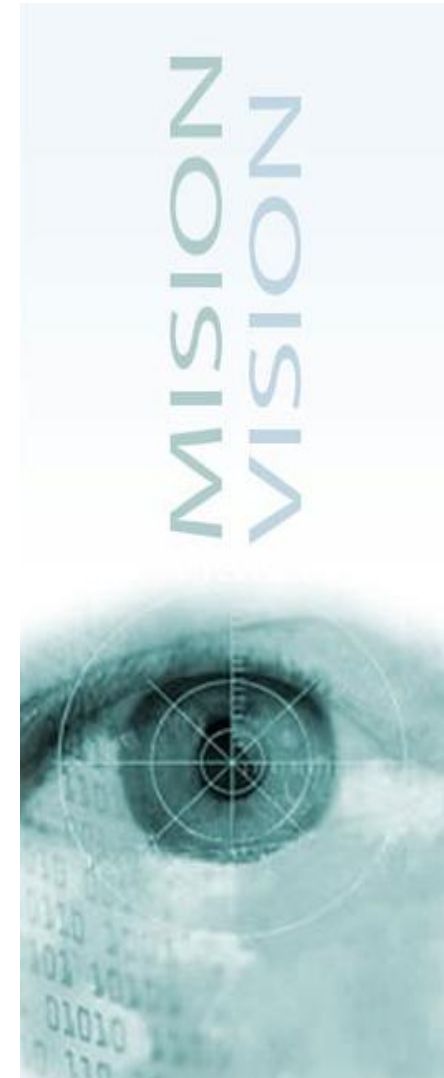
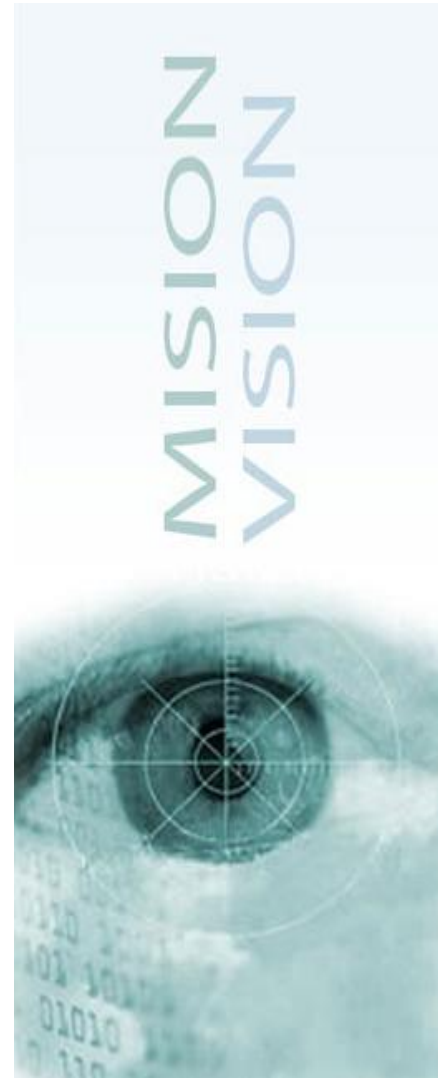


**La unión de la inteligencia y la  
tecnología al servicio del mercadeo.**

- Es algo que usamos a diario y cómo el respirar, lo hacemos automáticamente.
- Sin embargo tenemos que entender que es un proceso básico de la sociedad.
- Sin comunicación, no existe sociedad.



- Existen distintas escuelas dentro del campo de las comunicaciones, que en algunos casos se definen como comunicación social (en forma errónea, porque los únicos que no comparten código son los autistas, de modo que la comunicación no puede ser nada que no sea social).
- En general se espera que para que exista comunicación debe existir un emisor, un canal, un mensaje y un receptor.
- Al menos en la definición clásica.
- Pero que pasa si filtramos esa definición en nuestro mundo interconectado.



¿Qué moldea nuestra sociedad?

- En 1964, Marshall Mc Luhan escribía que los medios de comunicación son extensiones del hombre y por tanto, un cambio en los medios implicaba un cambio en la sociedad entera.
- Al implicar que el medio es el mensaje, indicaba que la forma de comunicarnos moldeaba la sociedad.
- ¿Qué significa esto en nuestros días??



○ El postulado es sencillo, cuando analizamos el contenido de un medio, creemos que lo importante es lo que dice Y no observamos que lo que moldea nuestra forma de hacer o ver las cosas es el canal, la herramienta que usamos.

- Por ejemplo, en la cultura de la imprenta, para poder comunicarnos, debemos fragmentar el discurso en unidades y ordenar estas unidades linealmente, para poder leerlas.
- Esto nos lleva a pensar y a producir linealmente.



- Al cambiar las estructuras de comunicación, cambiamos la organización mental por ende, la organización social.
- De ahí, que al cambiar nuestras formas de comunicación debemos innovar todas las otras formas alrededor.
- De cierta forma podemos asimilar el concepto de comunicación y tecnología, cuando avanzamos tecnológicamente, avanza nuestra comunicación y cambia nuestra sociedad.
- Este es un proceso muchas veces doloroso y siempre confuso.



## Comunicación antes y comunicación después

- Entonces si seguimos esta regla, nos explicamos que la comunicación es lo que hace que evolucione nuestro ser social y nuestras formas de intercambio.



- Hasta ahora veíamos la comunicación con un hecho fraccionado, sin embargo debemos entender que es un proceso holístico y general.

# Comunicación y organización

Así como cambian las nociones de comunicación, también el concepto de organización y en especial de organización productiva va cambiando.

La organización tradicional era una organización segmentada y piramidal con características verticales.

Las organizaciones actuales tienden a invertir la pirámide o bien achatarla y el fundamento de este cambio es el nivel de cambio en su comunicación y en la aplicación de tecnología.

Fronteras tradicionales entre comunicación interna y externa se pierden.

El tema secretividad se mediatiza en ciertos círculos y se expande en otros.



## Comunicación y resultados

- El objetivo último de una empresa es:
- GANAR
- El concepto de comunicación empresarial del siglo XX ha sido el push y su máxima expresión la publicidad en medios masivos.
- El concepto actual es el pull y su máxima expresión la formación de redes sociales.
- Veamos [la evolución](#)



- Fraccionada ≠ continua
- Unidireccional ≠ multidireccional
- Masiva ≠ glocal
- Departamentizada ≠ universalizada
- Generalizada ≠ personalizada
- Promover ≠ crear relaciones
- Competir ≠ asociarse
- Secretividad ≠ apertura
- precio ≠ valor
- CONOCIMIENTO ≠ INFORMACIÓN

- Entonces al aplicar tecnología aceptamos que no dominamos la comunicación, sino que estamos inversos en un proceso continuo, dónde modificamos nuestra conducta, nuestra organización y nuestra oferta en base a una interacción que no tiene principio y no tiene fin.
- El éxito de nuestra comunicación radica en comprender que no controlamos ni nos controlan, sino que estamos en un cambio constante y una adecuación a un mercado dinámico.



## Muchas Gracias



- [www.plnegocios.com](http://www.plnegocios.com)
- [patricia.lucki@plnegocios.com](mailto:patricia.lucki@plnegocios.com)
- TEL: (502) 2367 0913-2426 0466