

cátedra/a

### La comunicación en las bibliotecas como herramienta de gestión estratégica

III Jornada de las Bibliotecas y Centros de Documentación de la UBA

UBA Facultad de Ingeniería- 8 de agosto de 2007

Lic. Adriana Amado Suárez  
www.catedraa.com.ar

---

---

---

---

---

---

---

---

cátedra/a

### Es posible no comunicar

- La comunicación, para producirse, debe vencer tres barreras de improbabilidad (Niklas Luhmann):
  - **Es improbable** que alguien **comprenda** lo que otra persona quiere decir.
  - **Es improbable** que la comunicación **se extienda espacial y temporalmente**, es decir, que llegue más allá del círculo de los presentes.
  - **Es improbable** que se obtenga el **resultado** buscado.

---

---

---

---

---

---

---

---

cátedra/a

### La comunicación en acción

- Las acciones de comunicación se concretan en dos únicas formas:
  - Actos energéticos fuertes, realizados en series de comportamientos de carácter operacional, pragmático;
  - Mensajes, o informaciones sensoriales de débil energía y de carácter simbólico.

Joan Costa, *La comunicación en acción*, 1999.

---

---

---

---

---

---

---

---

**La comunicación es acción**

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Producto</li> <li>• Servicio             <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gestión operativa</li> <li>▪ Relación humana</li> </ul> </li> <li>• Transacciones             <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Acciones comerciales</li> <li>▪ Incentivos</li> </ul> </li> <li>• Acciones institucionales             <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nivel económico</li> <li>▪ Nivel político</li> <li>▪ Nivel socio-cultural</li> </ul> </li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mensajes             <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Intercambio</li> <li>▪ Información</li> <li>▪ Vínculos personales</li> </ul> </li> <li>• Contexto             <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ambiente, instalaciones</li> <li>▪ Tecnología</li> </ul> </li> <li>• Mensajes institucionales             <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Noticias</li> <li>▪ Información</li> <li>▪ Publicidad</li> </ul> </li> </ul>
--	--	---

AcciónComunicación

---

---

---

---

---

---

---

---

**Realidad, identidad, comunicación e imagen**

<p><b>Condiciones objetivas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Lugar físico, ubicación</li> <li>•Características</li> <li>•Calidad de la organización</li> <li>•Participantes</li> <li>•Personal a cargo</li> </ul> <p><b>Discurso identificatorio:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Nombre, eslogan</li> <li>•Colores identificatorios</li> <li>•Arquitectura</li> <li>•Señalética</li> </ul>		<p><b>Conjunto de mensajes:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Papelería</li> <li>•Instructivos</li> <li>•Folleto y publicidad</li> <li>•Prensa</li> <li>•Comunicación electrónica</li> <li>•Cartelera</li> </ul> <p><b>Registro público:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Reputación</li> <li>•Comentarios</li> <li>•Referencias personales</li> <li>•Asistencia de público</li> </ul>
---	--	---

---

---

---

---

---

---

---

---

**La comunicación ES pública**

- La comunicación es un fenómeno público.
- El resultado de la comunicación lo deciden los públicos: es el público el que decide asignar una buena o una mala imagen.
- La comunicación no es una variable controlada: la imagen es la resultante de todos los mensajes que les llegan a las audiencias.

---

---

---

---

---

---

---

---




---

---

---

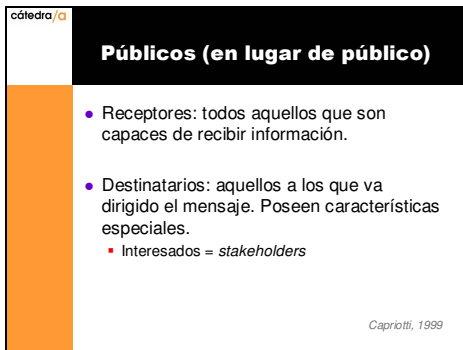
---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

---

---

---




---

---

---

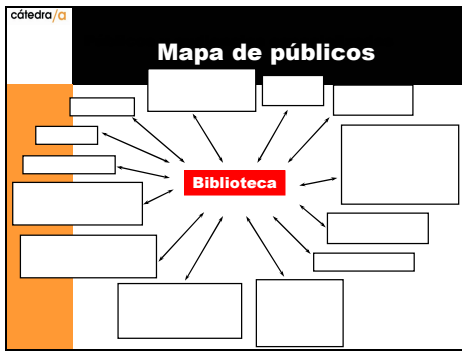
---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

---

---

---

**Matriz de planificación**

Públicos	OBJETIVOS de COMUNICACION				
	1°	2°	3°	4°	5°
Directivos de la empresa	*	**	*	**	***
Funcionarios públicos	**	*	**	**	***
Líderes de opinión	*	***	*	**	*
Medios de comunicación locales	*	**	***	*	***
Poder legislativo nacional	*	**	***	*	*
Asociaciones Profesionales	***	*	*	*	**
Estudiantes Universitarios	*	*	**	***	*

---

---

---

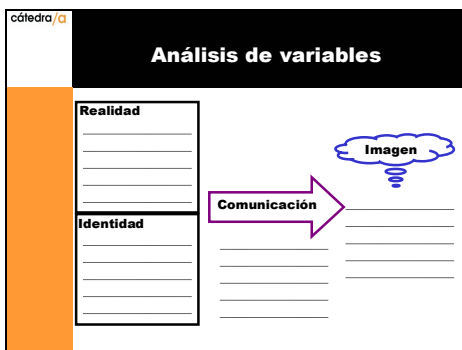
---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

---

---

---