

Contexto mata
narrativa: cuando
los hechos
cuentan la historia.

CARLOS WIRTH*



UN CASO

UN CONCEPTO

REFLEXIONES
(ACCIÓN + DISEÑO)

CASO

CASO

- FOCO EN EL MENSAJE
- CAMPAÑA DE IMPACTO
- ¿QUÉ ESTABA SUCEDIENDO?
- UNA FUERZA GRAVITACIONAL QUE DISTORSIONABA EL “MENSAJE”
- SE GENERABA “OTRO MENSAJE”
- UN SOCIO ACTIVO EN LA CONSTRUCCIÓN DEL SENTIDO
- **UN SOCIO QUE SIEMPRE GANA**

CONCEPTO

CONTEXTO

- COMPORTAMIENTO PROPIO
- “VERDADES” PREVIAS
- DETERMINA INTERPRETACIONES PROBABLES
- DINÁMICO Y CAMBIANTE
- PODER EMOCIONAL Y COGNITIVO
- CAPAS (cultura, historia, valores, antecedentes...)
- **EL CONTEXTO SIEMPRE GANA**
- MODELABLE ***

MENSAJE

“Estamos
atravesando una
etapa de
transformación”

MENSAJE

- I. EL MENSAJE LITERAL**
(SOY UN MENSAJE,
DECODIFÍCAME)
- II. LA GUÍA DE
DECODIFICACIÓN,**
CULTURA, HISTORIA, ANTECE-
DENTES, REGLAS NO ESCRITAS.
- III. LA INTENCIÓN**
LO PRETENDIDO
POR EL EMISOR

REFLEXIÓN

(Acción 1/2)

- LANZADOS A LA ACCIÓN
- FOCO EN EL MENSAJE
(*“que genere impacto”*)
- ¿DÓNDE Y CÓMO SERÁ INTERPRETADO?
- ¿MEJORAR PROBABILIDADES?
- ESCUCHAR, CONSIDERAR, COMPRENDER...Y DISEÑAR

REFLEXIÓN

(Acción 2/2)

QUÉ PODEMOS EMPEZAR A HACER HOY

- a. MAPEAR EL CONTEXTO
(pequeña escala)
Anticipar interpretaciones, gestionar expectativas, enmarcar, atención a mensajes secundarios.
- b. PILOTOS Y AJUSTAR
- c. FEEDBACK CONSTANTE
(brújulas, porque el territorio ya cambió)
- d. FOCO EN LÍDERES: DEFINEN LOS SIGNIFICADOS

REFLEXIÓN

(Diseño)

- PERFIL, ROL Y HORIZONTE DE LA CI
- MODELADORES DE CONTEXTO
(INCREMENTAR PROBABILIDADES)
- HECHOS COMUNICANTES
(MARCA EMPLEADORA, PVE)
- ESCUCHAR, DIALOGAR, “LEER”
CONSIDERAR, COMPRENDER
- AI: +MENSAJES +SOFISTICACIÓN
- **EL CONTEXTO ES LO PROPIO DE LA CI**
- **EL SENTIDO COMPARTIDO SIGUE
SIENDO EL DESAFÍO**

GRACIAS!