

10 LECCIONES
A PARTIR DE

.....

LOS
ACONTECIMIENTOS

.....

QUE MARCARON
NUESTRO 2023

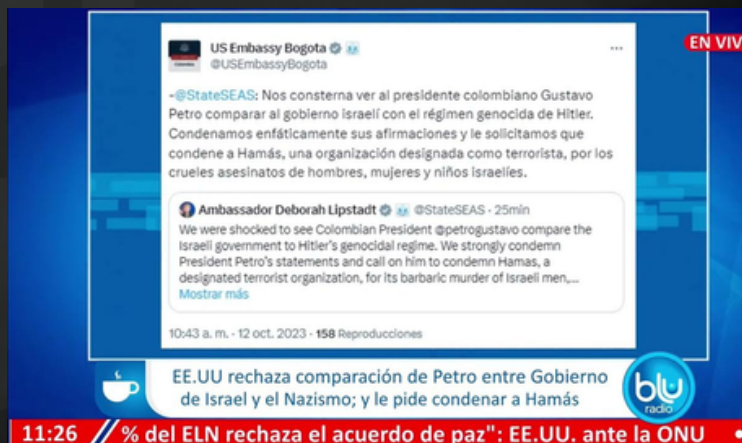
Jaramillo Luján
ESTRATEGIA & COMUNICACIÓN SAS

LA REPUTACIÓN NO ES SOLO DEL GOBERNANTE, SINO DEL TERRITORIO



Las relaciones diplomáticas de Petro han sido imprudentes y vía X.

Restableció relaciones con Venezuela y se acercó a China, pero generó caos con Israel, Rusia y El Salvador. ¿Qué sigue para el 2024?



Cada acción debe considerar no solo los intereses inmediatos, sino también el impacto a largo plazo en la reputación del gobernante y su territorio. Mantener un equilibrio entre las alianzas y cuidado de la imagen es esencial para construir una reputación sólida.

LA COMUNICACIÓN VA LIGADA A LA ACCIÓN

El caso de cambio de marca de Avianca "el símbolo de algo más grande", careció de claridad y generó críticas por banalidad al cambia una A mayúscula por una minúscula, sin claridad en el mensaje o la intención: presentarse como una aerolínea de bajo costo.



La comunicación y las acciones deben estar estrechamente vinculadas en cualquier proceso de reestructuración de marca. La falta de coherencia entre la promoción del cambio y la realidad subyacente puede generar confusión y desconfianza en los consumidores de la misma.

DE LA CRISIS, LA OPORTUNIDAD



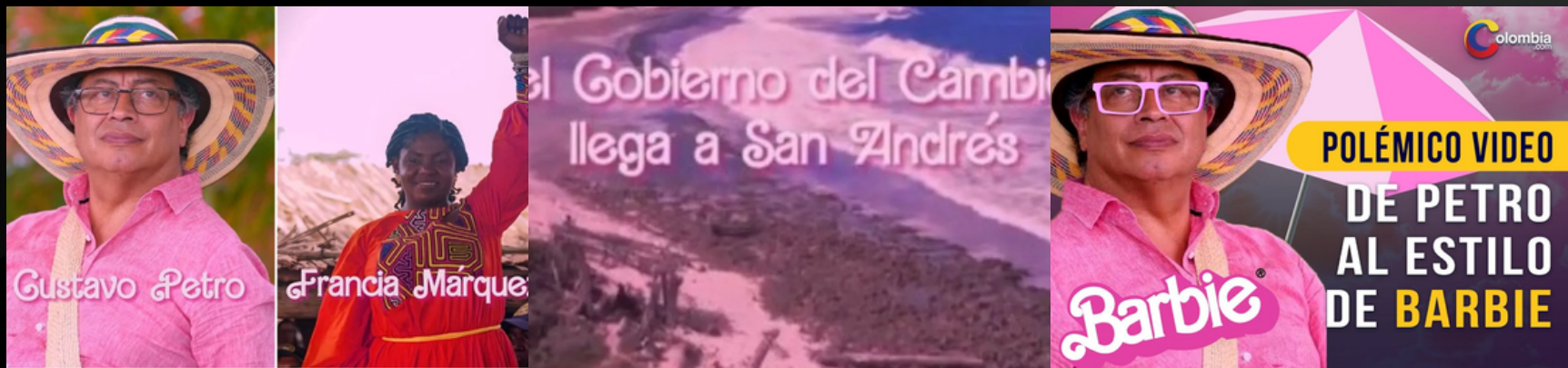
La escultura que por decisión de la alcaldía de Sincelejo debió ser desmontada, fue requerida por el municipio de Sincé para ser inaugurada con bombos y

platillos en el Encuentro Cultural de la Pollera Colorá, con un resignificado que hoy se considera un atractivo turístico.



Pocos son los líderes que tienen la capacidad de convertir crisis en oportunidades mediante la adaptación creativa y la resignificación, aprovechando el contexto local para generar valor en sus comunidades.

TENDENCIAS SÍ PERO NO ASÍ



El mandatario Gustavo Petro, como si fuera Ken, y la vicepresidenta Francia Márquez, en su papel de Barbie, aparecieron en un video utilizando la imagen de la película Barbie para convocar a la celebración del 20 de julio en San Andrés.

Toda tendencia o referencia cultural utilizada por líderes gubernamentales debe estar cuidadosamente alineada con la narrativa de gobierno. La falta de conexión entre la imagen de Barbie y la narrativa gubernamental sugiere la importancia de la coherencia y la claridad en el uso de elementos populares en comunicación política.

CONTRASTE EN CAMPAÑAS POLÍTICAS

La mención de "contraste exitoso" destaca la eficacia de campañas políticas que se centraron en resaltar diferencias evitando el tono negativo y de desprestigio personal. Además, la capacidad de superar las reglas comunitarias en plataformas digitales sugiere una cuidadosa estrategia de publicidad en línea



El contraste debe responder al humor social, canales de consumo y contenido que tenga como foco, no es desprestigio sino la exposición de fortalezas del oponente susceptibles de convertirse en debilidades.

INTELIGENCIA ARTIFICIAL



El reconocimiento de que la inteligencia artificial (IA) va más allá de la generación de contenidos sugiere la creciente importancia de esta tecnología en campañas políticas.



Nuestra firma ha demostrado que la IA puede desempeñar un papel clave en la comprensión de la audiencia, la personalización de mensajes y la automatización de tareas, proporcionando una ventaja competitiva en los procesos que acompañamos, adaptándonos rápidamente a las dinámicas cambiantes del panorama político.

HOY LAS MENTIRAS TIENEN MENOS VIDA

La oficina de comunicaciones de la Presidencia confirmó que sí hubo montaje en la retransmisión del discurso de Petro ante la Asamblea General de las Naciones Unidas. Los aplausos que se oyen en la retransmisión del discurso fueron los aplausos que recibió Joe Biden.



En un contexto de prosumidores, donde las noticias viajan a una velocidad sin precedentes, la transparencia se convierte en un pilar crucial en la comunicación política. La conexión inmediata entre la comunicación y las acciones gubernamentales es esencial para evitar la confusión y desconfianza entre la ciudadanía.

PIONEROS EN LA COMUNICACIÓN PARA EL CUIDADO



El contexto de la reforma a la salud ✨ propuesta por Petro, con obstáculos en el Congreso y la narrativa gubernamental de crisis, destaca la necesidad crítica de estrategias de comunicación efectivas para hospitales y centros de salud.

La habilidad para contrarrestar narrativas negativas y transmitir mensajes claros sobre la calidad de los servicios de salud se convierte en una prioridad. Somos pioneros en formular estrategias de comunicación para el cuidado y gestión de la reputación en el sector de la salud.

A LA VOZ DE SANCIONES, AUMENTAN LAS ARENGAS CONTRA PETRO

Los eventos deportivos y conciertos se han convertido en el epicentro de las arengas en contra del presidente, Gustavo Petro. No sin amenazas de sanciones a los estados y clubes de fútbol que lo permitan.



En un escenario donde los eventos masivos se convierten en foco de tensiones políticas, la comunicación se vuelve una herramienta clave para mitigar conflictos y preservar la integridad de los eventos. La habilidad para anticipar, abordar y gestionar las reacciones negativas, sin coartar la libertad de expresión, es crucial.

¿A QUIÉN LE ESTÁS HABLANDO?





La estrategia publicitaria del candidato Gustavo Bolívar, presentando un mensaje en inglés en la localidad de Usaqué, resalta la relevancia de entender a la audiencia a la que se dirige.



Un disparador de campaña funcionará en la medida que se entienda por el público objetivo. En este caso, el voto duro de Gustavo Bolívar no iba a entender el mensaje de lanzamiento de su candidatura, en inglés, por lo que fue un mensaje desaprovechado, visto desde el embudo electoral que debe tener cada campaña electoral. La ubicación de la valla (usaqué) resultó ser un contramensaje para posibles votantes.

LO QUE DEMOSTRÓ ESTAR OBSOLETO ESTE 2023



- **Medios de comunicación masivos:** los usuarios prefieren medios digitales y personalizados.
 - **Sedes políticas físicas:** hoy el ciudadano busca acción en la política, en la calle y que sea el líder quien lo busca.
 - **Mítines o reuniones masivas:** no sirven para captar nuevos votantes, sino para animar a los propios.
 - **Rendiciones de cuentas tradicionales** y sin involucrar al ciudadano.
- 

Confiamos en que las valiosas lecciones extraídas de este informe se conviertan en guías estratégicas para líderes públicos y privados en el 2024. Aquí estaremos, comprometidos a ser su aliado en la construcción de soluciones con #MarcaPoder.



www.jaramillolujan.com



+57 322 585 6787



direccion@jaramillolujan.com

Jaramillo Luján
ESTRATEGIA & COMUNICACIÓN SAS