



IMAGEN PÚBLICA

**LICENCIATURA EN
IMAGOLOGÍA®**

Fundamentos de Imagología®

¿Ingeniería en Imagen Pública?



INGENIERÍA EN IMAGEN PÚBLICA

- **Ingeniería:** Estudio y aplicación, por especialistas, de las diversas ramas del saber.
- Proceso de coordinación y aplicación del conocimiento para lograr un objetivo.

DEFINICIÓN DE: INGENIERÍA EN IMAGEN PÚBLICA

“CONJUNTO DE CONOCIMIENTOS Y
TÉCNICAS QUE PERMITEN
APLICAR EL **SABER CIENTÍFICO** A LA
EMISIÓN DE LOS **ESTÍMULOS**
QUE CREARÁN O MODIFICARÁN LA
PERCEPCIÓN HACIA UNA PERSONA O
INSTITUCIÓN”

IMAGOLOGÍA

“CONJUNTO DE CONOCIMIENTOS Y TÉCNICAS QUE PERMITEN
APLICAR EL **SABER CIENTÍFICO** A LA EMISIÓN DE LOS
ESTÍMULOS
QUE CREARÁN O MODIFICARÁN LA PERCEPCIÓN HACIA UNA
PERSONA O INSTITUCIÓN”

IMAGO LOGÍA

Imagen ↔ *Tratado o estudio*

El **saber científico** necesario para
crear, desarrollar y mantener una
imagen pública

ES LA CIENCIA DE LA IMAGEN

Diferencia entre Ingeniería en Imagen Pública e Imagología

IMAGOLOGÍA = SABER

LA INGENIERÍA EN IMAGEN PÚBLICA = PROCESO

CONDICIONES PARA PODER HACER UNA IMAGEN

- CONOCIMIENTOS
- CREATIVIDAD
- SENSIBILIDAD
- REQUISITO INDISPENSABLE:
RESPECTO DE LA ESENCIA

METODOLOGÍA

METODOLOGÍA: SISTEMA ÍNTIMA

- Enfoque holístico: **Imagen Integral**
- Alude a la **esencia**
- Conjunto de procesos a manera de etapas múltiples y subsecuentes que tienen objetivos particulares cuyo conjunto produce el **objetivo final**

ETAPAS DEL SISTEMA ÍNTIMA

INVESTIGACIÓN
DISEÑO
PRODUCCIÓN
EVALUACIÓN

CÍRCULO METODOLÓGICO



TIPOLOGÍA DE LA IMAGEN PÚBLICA

- La Ingeniería en Imagen Pública sirve para construir **dos** grandes grupos de imágenes:

**IMAGEN
PERSONAL**



**IMAGEN
INSTITUCIONAL**

En su nombre lleva cada cual su descripción

IMÁGENES SUBORDINADAS

- Son un sistema de **catalogación y clasificación** de los **estímulos**
- Imagen Personal es más que la moda y el vestuario e Imagen Institucional más que el logotipo y papelería. Son una gran cantidad de estímulos que generarán la percepción
- Las **Imágenes Subordinadas** nos ayudan a **ordenar** el proceso de trabajar con estímulos.
- Se dividen en **6**:

**IMAGEN
PERSONAL**

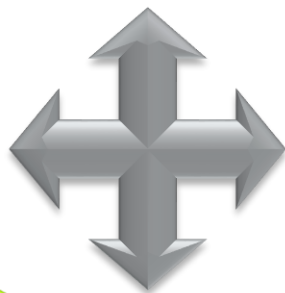


**IMAGEN
INSTITUCIONAL**

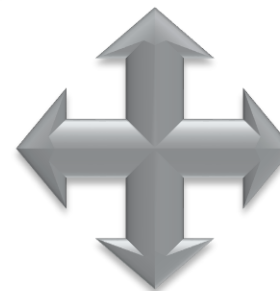
**IMAGEN
FÍSICA**

**IMAGEN
VERBAL**

**IMAGEN
AUDIOVISUAL**

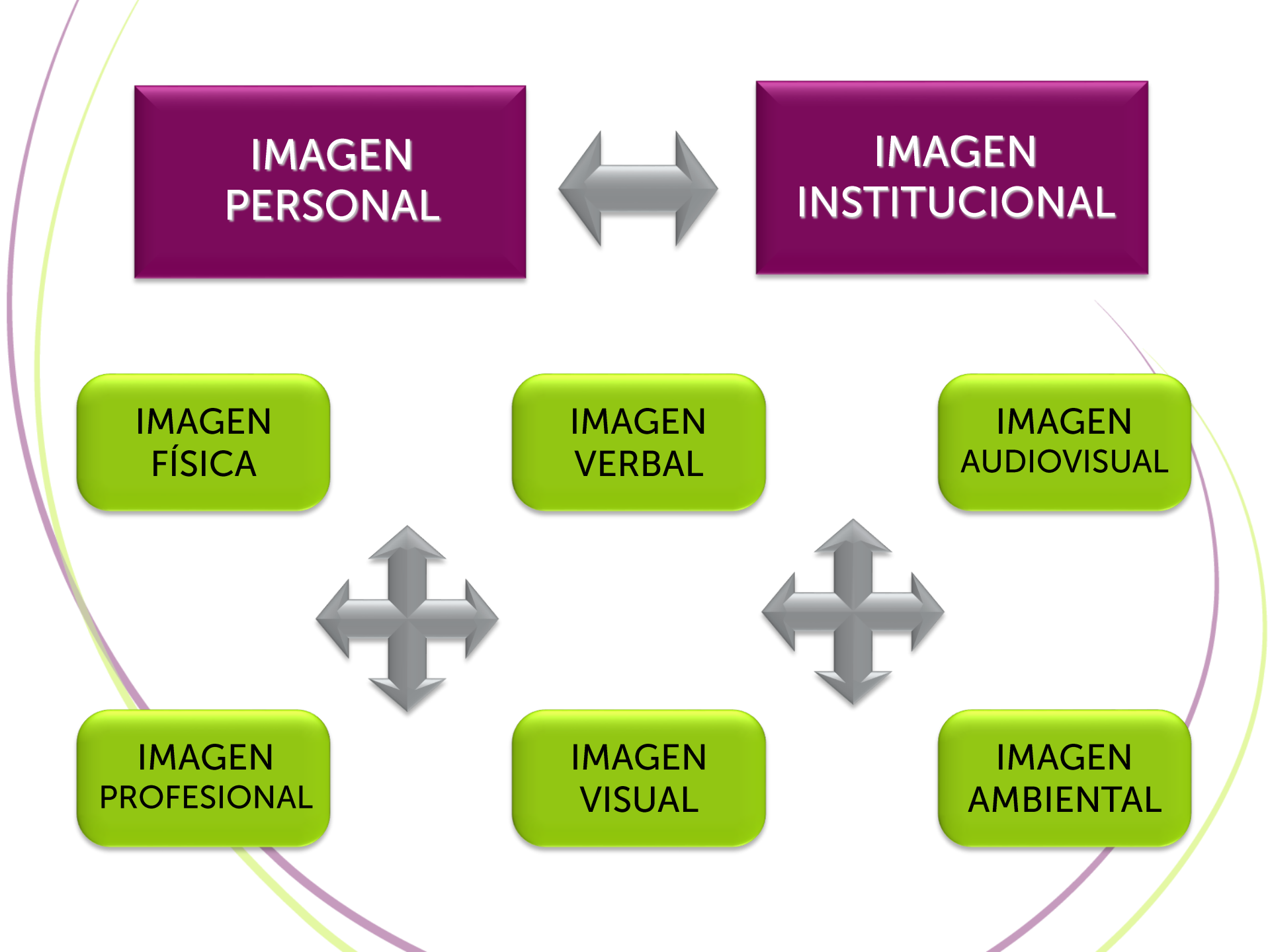


**IMAGEN
PROFESIONAL**



**IMAGEN
VISUAL**

**IMAGEN
AMBIENTAL**



INVESTIGACIÓN

- Es el **origen** del trabajo
- Base de apoyo del resto de la metodología
- Prescindir de ella sería como navegar sin **brújula**
- Se investiga de 2 maneras: **Interna y Externa**
- Proporciona toda la información sobre la **esencia** (Interna), la **percepción** del cliente y las **necesidades** de su audiencia (Externa)
- Minimiza la posibilidad de fracaso



Investigación Interna

Imagen Personal:

- **Esencia**
- Viaje al interior del individuo
- **Imagen Interna**

Imagen Institucional:

- Esencia Institucional
- **Manual de fundamentos**
- Percepción de los miembros hacia su institución y el titular

Investigación Externa

- Propósito: Conocer la **percepción** de fuera.
- Se identifican las **necesidades** de la audiencia.
- Se investiga al **público objetivo** donde se desea **posicionarse**.

TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

- Investigación **Cualitativa**
- Investigación **Cuantitativa**
- Entrevista **individual** a profundidad
- **Auditoría Presencial** de Imagen

Investigación Cualitativa:

- Descubre **cualidades**
- Profundiza en las causas de la opinión
- **Grupos de Foco**

Investigación Cuantitativa:

- Descubre **cantidades**
- Profundiza más en el "Cuántos" que en el "Porqué"
- **Encuestas**

El complemento perfecto es realizar ambas para saber el **cuántos** y el **porqué**

Entrevistas Individuales:

- Modalidad **cuantitativa**
- Personal cara a cara
- Opinión de personas claramente identificadas

Auditoría Presencial de Imagen:

- **Observación** de un Consultor en Imagen Pública
- Descansa en la Imagología
- Análisis de las 6 **Imágenes Subordinadas**

Las técnicas no son **excluyentes** sino **complementarias**

Objetivo:

Diagnóstico de Imagen Pública

- La información recabada se **estudia e interpreta**
- Se sacan conclusiones que clarifiquen la **problemática** de imagen
- A partir del diagnóstico creamos las soluciones
- Con él se cierra la primera etapa de la metodología

INVESTIGACIÓN

INTERNA/EXTERNA

DIAGNÓSTICO

DISEÑO

- Etapa más creativa
- Creación de **estrategias** de estimulación
- Posibles soluciones
- Culminan en el **PLAN MAESTRO DE IMAGEN PÚBLICA**
- Las propuestas deben ser **viables**:



VIABILIDAD ESTRATÉGICA

Las estrategias deben de ser viables desde tres puntos de vista:

- El **Esencial**
- El **Temporal**
- El **Económico**

Objetivo:

Plan Maestro de Imagen Pública

- **Documento Rector** que contiene las **estrategias** de imagen diseñadas para crear o modificar la percepción de una persona o institución
- Se diseña abarcando las **6 Imágenes Subordinadas**
- **Objetivo:**



COHERENCIA

DISEÑO

ESTRATEGIAS

**PLAN MAESTRO DE
IMAGEN PÚBLICA**

PRODUCCIÓN

- Etapa donde las ideas se convierten en realidad
- Donde **viven los estímulos**
- El Imagólogo no es "todólogo", debe rodearse de especialistas
- Recurso de producción: **Outsourcing**



ANÁLISIS DE PROVEEDORES

- **Conocimiento**
- Recursos **humanos**
- Calidad de **equipo e instalaciones**
- **Antigüedad y Experiencia**
- **Eficiencia comprobada**
- Capacidad **Financiera**
- **Flexibilidad contractual**

Ejemplos de Proveedores

- Agencia de Investigación
- Agencia de publicidad
- Agencia de RRPP
- Agencia de Promoción
- Diseñador gráfico
- Estudio Fotográfico
- Productora de Video
- Marketing Digital
- Diseño de Interiores
- Productora de Eventos
- Audio e Iluminación
- Salón de Estética y Maquillaje
- Cosmetólogo Dental
- Cirujano Plástico
- Psicólogo
- Etc...

- Exige una gran capacidad de **coordinación** y **supervisión** de diferentes especialidades
- **DEBEMOS** conocer sobre esas especialidades
- Para lograr **coherencia**, todos los proveedores deben registrarse por el **PMIP**



- Esta etapa pone a prueba a los verdaderos **consultores**, que son los que recomiendan y después **ejecutan**, porque tienen la capacidad, saben cómo y con quién.



PRODUCCIÓN

COORDINACIÓN

ESTÍMULOS

EVALUACIÓN

- Etapa de **revisión** de las decisiones tomadas
- Es una **nueva investigación**
- Medimos los efectos y consecuencias de la etapa de producción
- **Demuestra** al cliente los buenos resultados de su inversión
- Da **seguimiento** al PMIP
- Tenemos el proceso bajo **CONTROL**

EVALUACIÓN

SEGUIMIENTO

CONTROL