

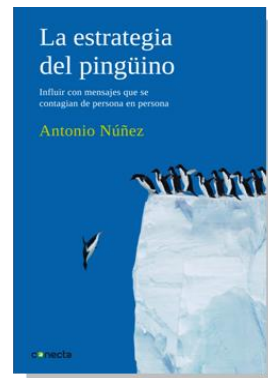


con una nueva forma de leer los negocios y la vida

LA ESTRATEGIA DEL PINGÜINO

Influir con mensajes que se contagian de persona en persona

Antonio Núñez



Todas las claves para influir en el nuevo entorno de las comunicaciones en cadena, a tiempo real y de persona en persona.

El declive de la comunicación de masas y el triunfo de las tecnologías de comunicación de persona en persona han provocado una explosión de información que crece de manera vertiginosa y fragmenta la opinión pública.

Comunicar hoy es propagar. Las espirales irracionales, los rumores en cadena y los pronósticos impulsivos terminan por hacer mella en la confianza de clientes, socios, expertos, líderes de opinión y medios de comunicación.

La estrategia del pingüino revela las claves de la comunicación de persona en persona, su lectura permitirá influir en cómo los demás perciben sus mensajes y, lo más importante, en cómo estos los transmiten a su red de personas de confianza.

Web: www.laestrategiadelpinguino.com

Facebook: La estrategia del pingüino

Sala de prensa virtual:

www.ingeniodecomunicacion.com/conecta-la-estrategia-del-pinguino.php

«Con el nervio de un *thriller*, **Antonio Núñez** disecciona las contradicciones que genera un mundo de comunicaciones fuera de control. Una trepidante detonación de consejos prácticos y optimismo.» **Jordi Montaña**, ESADE.

«Esta es la época del fin del intermediario: en la comunicación, en el comercio, en la moda o en la política. El tú a tú teje la red que lo cubre todo y este libro sirve para conocer cabalmente cómo se hila el nuevo mundo.» **Vicente Verdú**.

Sara Gutiérrez (+ 34) 680 99 73 85

Eva Orúe (+ 34) 629 28 09 54

info@ingeniodecomunicacion.com

Teléfono: (+ 34) 91 523 93 59

Cavanilles, 25 – 7º D 28007 Madrid (España)

ingenio
de comunicación

El autor



Antonio Núñez (Jerez, 1970) es Licenciado en Administración y Dirección de Empresas y MBA por ESADE.

Miembro de la National Storytelling Network, en la actualidad trabaja en Story and Strategy, asesorando a candidatos y partidos políticos, celebridades, medios de comunicación y empresas y marcas como BBVA, ENDESA, NOVARTIS, REPSOL YPF, TELEFÓNICA o VODAFONE.

Con anterioridad fue Socio Director de Estrategia de SCPF-WPP e invitado de honor del Comité Mundial de Estrategia de SAATCHI & SAATCHI.

Como profesor de Storytelling y conferenciante ha impartido cientos de cursos y conferencias y colabora con diversos medios de comunicación.

Es autor de *¡Será mejor que lo cuentes! Los relatos como herramientas de comunicación (Storytelling)*.

Su web

<http://antonionunez.com/>

Su twitter

<http://twitter.com/#!/AntonNunez>

Su blog

<http://antonionunez.com/el-blog>

De qué hablamos cuando hablamos de pingüinos

¿Por qué somos pingüinos? ¿Nos tiene que parecer bien?

Nos comunicamos como pingüinos porque gracias a la comunicación de persona en persona somos más gregarios, vivimos más «juntos» en menos espacio e interconectados en colonias que graznan de manera ensordecedora. Ante la incertidumbre buscamos el calor y la confianza de la colonia. Por puro instinto nos zambullimos de cabeza en cada mensaje o noticia en cuanto vemos que los demás se lanzan. La gran ventaja es que a la hora de comunicar ya no hay «machos alfa», como tampoco existen en las colonias de pingüinos. La comunicación se ha democratizado: cualquier individuo anónimo puede comunicar su mensaje a escala planetaria. Los inconvenientes son la saturación de mensajes, una manera de comunicar de boca en boca más impulsiva e irracional, los peligros de confiar en íntimos desconocidos y el riesgo de colaborar con malentendidos y rumores en cadena sin pretenderlo.

¿La comunicación evoluciona como las playas?

Progresivamente nuestra forma de disfrutar la playa se ha ido fragmentando, a la vez que ha ido disminuyendo la credibilidad y la atención que prestamos a los mensajes de los medios masivos. Durante mi infancia retozábamos todos juntos en las playas, compartiendo horarios, costumbres y consumos, siempre atentos a los mensajes y avisos masivos del sistema de megafonía playero. La comunicación en las playas de hoy en día se produce en oleadas y de persona en persona, ya nadie presta atención a la megafonía.

¿Comunicar ya no es lo que era?

Nos comunicamos con un mayor número de personas que antes, con más frecuencia que antes y con menos barreras y limitaciones que antes, aunque quizá de manera más superficial e impulsiva. Pero no hay que confundir comunicar con compartir información.

¿De dónde sacamos tiempo para digerir la información que se nos viene encima?

De nuestras horas de sueño y de nuestra tranquilidad. Pese a que declaramos disponer de menos tiempo dedicamos más tiempo diario al consumo de medios de comunicación que nunca. Para ello nos servimos cada vez menos de la labor profesional de filtrado, selección y comprobación de fuentes del periodismo tradicional. Para ahorrar tiempo y esfuerzo imitamos los patrones de consumo de las personas de nuestros círculos de confianza. Las adicciones y patologías relacionadas con la comunicación van en aumento... A la larga opino que volveremos a confiar en el periodismo profesional y remitirán estas fiebres. Se irán consolidando protocolos, usos y costumbres de comunicación mucho más racionales.

Comunicar de persona en persona sin ver ni conocer a las personas. Paradójico, ¿no?

Sí que lo es. Sin embargo es más probable que tengas más afinidad, empatía y confianza con un desconocido durante un proceso de comunicación de persona en persona que seleccionando al azar a una persona de la cola en la panadería de tu barrio. En un proceso de comunicación de persona en persona hay filtros y mecanismos de construcción de reputación previos a la comunicación que privilegian al primer tipo de desconocido, el que nos encontramos mediante una red.

La comunicación de persona en persona es menos transparente. ¿Verdadero o falso?

Es el uso que hacemos de ella el que enturbia la comunicación. Si la información proviene de nuestro círculo de confianza tendemos a dar por hecho de que es de fiar... ¡error! La fuente informativa original no siempre es fácil de identificar. En un proceso de comunicación en red el 10% de las personas genera el 90% del contenido...

¿Cómo evitar ser manipulados?

Negándonos a ser interrumpidos por asalto en nuestra vida cotidiana, exigiendo siempre saber la fuente de una información y tratando de no sucumbir a la vorágine de la aceleración y la saturación. Si aceptamos recibir y responder 60 correos electrónicos al día es más fácil ser manipulados, dispondremos de menos tiempo para la reflexión y la crítica. Estoy seguro de que se irá produciendo un «downshifting informativo», querremos comunicarnos e informarnos menos pero mejor.

«Sea femenino», nos recomienda. Mi socio pregunta que para qué.

Jaja, las mujeres sois unos especímenes neuronalmente mejor dotados para la comunicación, registráis más olores, sonidos y comunicación no verbal. Los hombres comunicamos sólo cuando aparece un problema, las mujeres *dejáis* de comunicar sólo si aparece un problema. Es la mentalidad cavernícola del grupo silencioso de cazadores frente a la del grupo cantarín de recolectoras. La comunicación de persona en persona premia al espécimen que comunica de manera constante, usando todos los canales posibles y que sabe prestar atención a los estados de ánimo y aspectos no verbales de la comunicación del interlocutor...

Su libro también se lee (y se amplía) en la web.

Tenía que predicar con el ejemplo, ja, ja. Confío en que las tecnologías de comunicación de persona en persona atraerán a personas que saben mucho más que yo de comunicación y de perfiles diferentes y complementarios al mío. Estoy deseando escuchar a los etólogos y amantes de los pingüinos. Los lectores en la red podrán acceder a contenidos creados en un tono más íntimo, fotos y vídeos. Podrán participar en un debate abierto a todos y conocer a personas interesadas en el mundo de la comunicación... y de los pingüinos.

Sara Gutiérrez (+ 34) 680 99 73 85

Eva Orúe (+ 34) 629 28 09 54

info@ingeniodecomunicacion.com

Teléfono: (+ 34) 91 523 93 59

Cavanilles, 25 – 7º D 28007 Madrid (España)

Otros títulos de Conecta



BUEN JEFE, MAL JEFE

Cómo ser el mejor y aprender de los peores

Robert I. Sutton

¿Cómo saber si soy un buen jefe? Es la pregunta que todo líder debe plantearse, junto con otras: si mis empleados pudieran escoger, ¿seguirían trabajando para mí? Y sobre todo, ¿tengo idea de cómo se siente mi equipo? Sutton plantea lo que todo jefe debería aprender de los mejores... y de los peores.

Sala de prensa virtual:

<http://www.ingeniodecomunicacion.com/conecta-buen-jefe-mal-jefe.php>

CONSIGA EL TRABAJO QUE EN VERDAD DESEA

Ver la oportunidad, destacar en la entrevista y ser el elegido

James Caan

Todo lo que se necesita saber para encontrar las verdaderas oportunidades, destacar y conseguir el trabajo soñado de la mano de uno de los mayores expertos en selección de equipos.



Sala de prensa virtual:

www.ingeniodecomunicacion.com/conecta-consiga-el-trabajo-que-en-verdad-desea.php

Y EN JUNIO

- **YO 2.0**, de Dan Schawbel. Guía completa para aprovechar el potencial de los medios sociales en la promoción personal.
- **BUENOS EQUIPOS, PROYECTOS IMBATIBLES**, de Adrian Gostick y Chester Elton. Equipos capaces de transformar una empresa.

Sala de prensa virtual de CONECTA: www.ingeniodecomunicacion.com/conecta.php

Web de CONECTA: <http://editorialconecta.com>

Sara Gutiérrez (+ 34) 680 99 73 85

Eva Orúe (+ 34) 629 28 09 54

info@ingeniodecomunicacion.com

Teléfono: (+ 34) 91 523 93 59

Cavanilles, 25 – 7º D 28007 Madrid (España)