



La comunicación de la innovación

Construyendo el futuro.



Monica Muñoz Blanco. PTV Madrid 15 abril 2015

www.mercadosdelvino.com



La comunicación del I+D+i

Ronald Shakespear

Comunicar la
innovación presupone
entender que innovar
es reemplazar
situaciones existentes
por situaciones
preferibles.





La comunicación del I+D+i

Antecedentes

Trasferencia de conocimiento- Difusión del conocimiento:

Investigación, desarrollo e innovación nos habla de generación de conocimiento, crecimiento y transformación, pero sin difusión del conocimiento no hay crecimiento ni transformación por lo tanto sería mejor hablar de I+D+i+d



La comunicación del I+d+i

Distingamos

Comunicar innovaciones o comunicar de manera innovadora (el pensamiento divergente) la creatividad.

Las tecnologías en la comunicación: confundir contenido y continente:

Contenido (cultura)

Continente (tecnología, ciencia)

Las maquinas no comunican solas, son herramientas que necesitan canales y a su vez, contenidos que son creados por personas, respondiendo a una estrategia que debe diseñarse.



La comunicación del I+d+i

El estilo de la comunicación de la innovación:

Comunicar innovación requiere el uso de un estilo específico

Un lenguaje culto y directo, concreto y muy documentado que se adapte al público al que se dirige de manera fiable y moderna

No es lo mismo comunicar a públicos formados e informados que a público final.



La comunicación del I+d+i

Las herramientas de la comunicación de la innovación:

En la comunicación de la innovación es especialmente relevante el uso de tecnologías avanzadas; de las telecomunicaciones.

El uso de internet y las redes sociales está muy estandarizado. El mundo on line y el off line se parecen más de lo que pensamos. En ambos lados de la línea hay segmentos a los que adaptarse y una vez más, el público objetivo es el que determina el uso de una herramienta u otra .

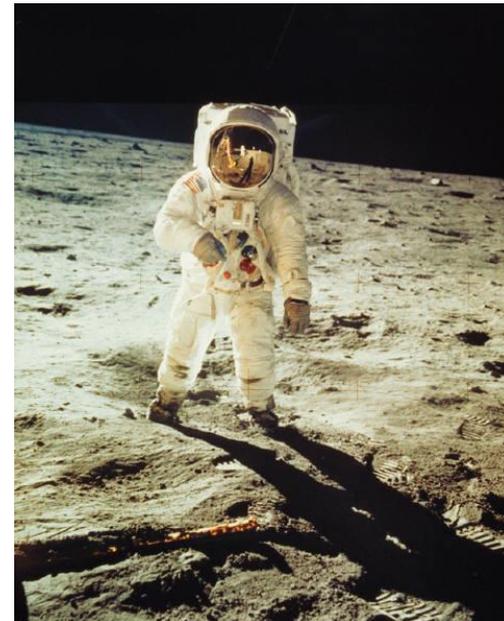
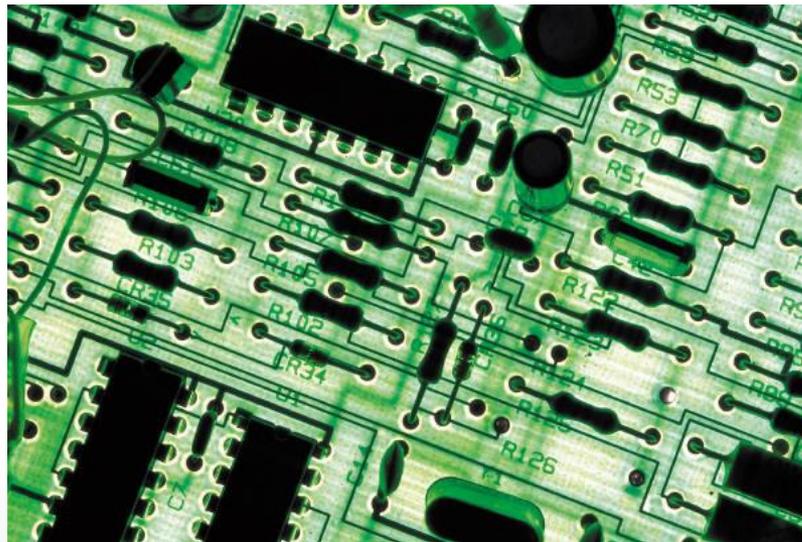
Tratamos con personas y la innovación o el desarrollo también pueden comunicarse con herramientas como las RRPP o los foros de formación



La comunicacion del I+d+i

Siempre emocionar

_Necesitamos provocar respuestas





La comunicación del I+d+i

El cambio constante

El reto de no quedarse obsoleto. El exceso de vanguardia





La comunicación del I+d+i

Simbiosis

Las tecnologías y la comunicación se retroalimentan. La comunicación avanza por la tecnología y la tecnología por la comunicación





Gracias por su atención

Monica Muñoz Blanco

Contenidos Economicos verticales.

www.mercadosdelvino.com

monicamunoz@contenidosev.com