

Qué es la imagen

La imagen es percepción. Todas las entidades pueden ser percibidas de forma buena, regular o mala. La imagen está vinculada con los términos de capacidad, honestidad, responsabilidad. Una buena imagen también se asocia con la eficiencia y ésta se relaciona automáticamente con calidad y seriedad. La imagen pública es la imagen colectiva que de una entidad se tiene en un tiempo y lugar determinado.

La imagen y la comunicación tienen una doble dimensión, interna y externa. Se podría pensar que la orientación principal de la comunicación debería ir dirigida de manera prioritaria hacia el exterior de la entidad, pero la experiencia demuestra que la dimensión interna de la comunicación es muy relevante que es, posiblemente, la mejor manera de proyectarse al exterior.

La comunicación externa facilita a la entidad su relación con el exterior para dar a conocer su identidad, sus servicios..., también permite actuar sobre los diferentes públicos. Puede plantearse de manera individualizada o colectiva. La individualizada es la que se establece entre algún miembro de la entidad, con alguna persona de los colectivos “clave” con los que se relaciona la entidad. La comunicación externa colectiva es la que se realiza de forma más o menos masiva, y pretende hacer que una información fluya de manera rápida a los diferentes públicos objetivos.

La comunicación interna hace posible el intercambio de ideas, opiniones, da a conocer objetivos, estrategias... y permite que la información clave llegue a todas las personas que participan en la entidad, facilita la consolidación de una cultura organizacional. Es, probablemente, donde más valor añadido puede generar una entidad, ya que una buena cultura organizacional alcanzada -entre otros elementos- a través de una buena comunicación interna, se transmite al exterior y genera buena imagen de la entidad.