

INDICE

Prepárese para el futuro	7
Reconocimientos	9
Presentación	13
Comunicación y Empresa	19
Publicidad de producto vs. publicidad institucional	21
Hablando alto y claro	25
Las denominaciones	28
Personalidad	33
Personalizando a la corporación	35
Componentes de la personalidad corporativa	37
Definiendo a la personalidad	38
Centro psíquico	38
Carácter, sistemas y destrezas	42
Cuerpo	47
Evolución y tiempos de la personalidad corporativa	49
Identidad	53
Según pasan los años	55
El campo representacional	61
Parecido y diferente	62
El discurso corporativo	63
La red discursiva	66
Cultura	69
Cultura y aprendizaje	71
La dinámica cultural	76
El mercado de la cultura	80
El poder y la pasión	82
Cultura y comunicación	84
Vínculo Institucional	87
La estructura vincular	89
Conflicto: subjetividad, internalización y opinión	91
Señoras y señores	93
El rol de la empresa	95
El espacio vincular	97
Imagen	101
El imaginario	103
Imaginando a la empresa	104
La imagen corporativa y la realidad	106
La imagen, hoy	108
La semiosis	110
Comunicación Estratégica	113
La semiosis corporativa	115
La estrategia y la táctica	117
Evolución de la teoría de la comunicación	120
Contingencia comunicacional	123
Principios básicos que rigen a los sistemas	124
Modelo de comunicación estratégica	126
La gerencia de comunicación estratégica	133

Conclusión para comenzar	138
Apéndice 1	
Son nada más que rumores... y nada menos	141
Vamos a hablar claro	143
En el límite de lo creíble	145
La ley del deseo	147
Bola de nieve	148
Yo tengo fe, yo creo en el rumor	149
El desmentido, ¿desmiente?	150
Luz, cámara, ... acción. Los actores del rumor	153
La acción antirrumor	154
Apéndice 2.	
La Marca y las Comunicaciones	159
Funciones de la marca	161
Alcances de la marca	163
Las cosas por su nombre	166
¿Nos presentamos en sociedad?	167
Bibliografía	171