

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
COMUNICACION ESTRATEGICA®	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 COMUNICACION ESTRATEGICA®	126
La Dirección de COMUNICACION ESTRATEGICA®	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, ...cción. 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