



ÍNDICE

Prólogo	
<i>Leonardo Ortiz Villacorta Ramírez</i>	7
Prefacio.....	13
Introducción: “La figura del DirCom: reflejo, resonancia y protector”	17

PARTE PRIMERA. LA FUNCIÓN REFLEJO

Capítulo 1. La captura de información	27
1.1. Ignorancia y aprendizaje	27
1.2. Tipos de información en la organización	33
1.3. Reducción de la incertidumbre en la acción directiva	34
Capítulo 2. La “organización inteligente”	37
2.1. La “organización inteligente” o cómo navegar en el espacio del conocimiento	37
2.2. La información sobre el entorno	43
2.3. El “Síndrome de Funes” en las empresas.....	44

PARTE SEGUNDA.
LA FUNCIÓN RESONANCIA

Capítulo 3. Las Relaciones Públicas.	
función del management	53
3.1. Relaciones públicas: entre la estrategia y la táctica.....	53
3.2. Gestión de <i>issues</i> : prevención de crisis y oportunidad de negocio	63
3.3. Ocho consideraciones finales acerca de la gestión de <i>issues</i> y los Asuntos Públicos	80
Capítulo 4. La Reputación Corporativa.....	83
4.1. Identidad, Imagen y Reputación	83
4.2. Responsabilidad social empresaria. Entre el pragmatismo y las buenas intenciones.....	97
Capítulo 5. La comunicación interna: “construyendo confianza”	107
5.1. La comunicación interna eficaz	107
5.2. El Factor Emocional en la empresa. Una mirada desde la comunicación.....	121
5.3. Liderazgo y comunicación	126
Epílogo. El DirCom protector de la imagen global de la organización	141
Bibliografía	143