

167039
3334

Libros

Publimark
nº 41 año. dic. 1988
p. 45

"Gestión de la Imagen Corporativa. Creación y Transmisión de la Identidad de la Empresa"

Luis Tejada Palacios
Editorial Norma
204 páginas
Precio observado: \$ 2.900
(Feria del Libro)

Luis Tejada refiere un amplio currículum como periodista en el tema y como profesor de comunicaciones en diversas universidades colombianas. Periodista y licenciado en Ciencias de la Información en la Universidad de Navarra (España), nos presenta en su libro una visión interesante de la Imagen Corporativa de la empresa como activo de ésta.

En esta perspectiva plantea entonces la urgente necesidad de gestionar esta Imagen, como se gestionan las Finanzas o el Personal, en cualquier firma. Revelador resulta que nos habla de la Cultura al interior de la empresa, tema sobre el cual hace muy poco el alcance del lector en lengua española. Y nos resulta revelador, porque el tema de la Cultura le permite introducirnos a una novedosa aplicación de la lingüística chomskiana como técnica circuladora de lo que él denomina la "Gramática Corporativa", instrumento que le permitirá diseñar en forma rigurosa tanto los contenidos latentes como los contenidos expuestos de la Imagen Corporativa de una empresa.

El libro de Tejada es muy didáctico y por ende de muy fácil accesibilidad. Cada idea o concepto de importancia va acompañado de un gráfico que permite visualizar de manera clínica los deseos del autor.

Recomendamos muy especialmente el libro a todas aquellas personas que, ya sea por su trabajo en agencias, oficinas de diseño o empresas, estén relacionadas con la problemática de la imagen en sus diversos aspectos.

Existe muy poco material en español sobre el tema, y este libro va mucho más allá de ser una "Introducción", ya que toca a fondo la materia.

Sabíamos también que el libro había sido escrito desde una perspectiva antropológica. Y ya sea por los ejemplos

que va comentando o por la casuística que nos va proponiendo, nos parece que las ideas y conclusiones reflejan muy a las claras la situación de las empresas de nuestra economía.

Un detalle, por último. En las conclusiones, el autor realiza una suerte de proyección de la libre empresa en Amé-

rica Latina, e indica que el auge de la Imagen se convertirá, a poco andar, en un elemento fundamental de la competitividad de nuestras empresas frente a producciones de otras latitudes. Posiblemente muchas empresas extranjeras estén de acuerdo con el Sr. Luis Tejada.

"Gestión de la imagen corporativa", creación y transmisión de la identidad de la empresa [artículo].

Libros y documentos

FECHA DE PUBLICACIÓN

1988

FORMATO

Artículo

DATOS DE PUBLICACIÓN

"Gestión de la imagen corporativa", creación y transmisión de la identidad de la empresa [artículo].

FUENTE DE INFORMACIÓN

[Biblioteca Nacional Digital](#)

INSTITUCIÓN

[Biblioteca Nacional](#)

UBICACIÓN

Avenida Libertador Bernardo O'Higgins 651, Santiago, Región Metropolitana, Chile

Mapa