

LLORENTE & CUENCA

Manual para hablar una
lengua común

La **(R)evolución** de la **Comunicación** y de los **Asuntos Públicos**



Prólogo	03
Parte I - La (R)evolución	
Por qué tenemos un Manual	06
El nuevo paradigma de la comunicación	11
Nuestro modelo de reputación	22
La narrativa del CEO	40
Parte II - Nuevos Conceptos en Comunicación	
Términos y conceptos básicos	49
De los Mensajes Básicos al <i>Storytelling</i>	49
De las Temáticas a los Territorios de Conversación	61
De los Públicos a las Comunidades	71
De la Cobertura a la Inteligencia	78
Parte III - Estos Conceptos en la Práctica	
Los conceptos como un sistema. El tablero de juego	98
El Plan de Acción. Jugar la Partida	116
Glosario	146
Bibliografía	153



Bibliografía

BERNAYS, Edward (1923). *Crystallizing Public Opinion*. New York. (Existe edición española. *Cristalizando la opinión pública*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000, 1998).

GUEVARA de, Antonio (1539). *Menosprecio de corte y alabanza de aldea*. Valladolid.

FISHER, Walter (1987). *Human Communication as narration: toward a philosophy of reason, value and creation*. Columbia University of South Carolina.

LASSWELL, Harold (1927). *Propaganda in the World War*.

HAMEL, Gary (2012). *What matters now*. Jossey-Bass.

Ocean Tomo LL (2015). *2015 Annual Study of Intangible Asset Market Value*. Chicago.

KENNEDY, Jonh (1962). *We choose go to the moon*. Texas. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=ouRbkBAOGew>

LICKLIDER, J.C.R. (1960). *Man Computer symbiosis*. IRE (ahora IEEE)

KAHNEMAN, Daniel (2011). *Thinking, Fast and Slow*. Farrar, Straus and Giroux. New York. (Existe edición española. *Pensar rápido, pensar despacio*. Editorial Debate, 2012).

PAKULA, Alan J. y MULLIGAN, Robert. (1962) *To Kill a Mockingbird* (en español *Matar a un ruiseñor*). Estados Unidos, Universal Pictures.

SINEK, Simon (2009, Abril 18). Simon Sinek: *Cómo los grandes líderes inspiran la acción*. Recuperado de: https://www.ted.com/talks/simon_sinek_how_great_leaders_inspire_action?language=es

SINEK, Simon (2009). *Start with why: how great leaders inspire everyone to take action*. Estados Unidos, Penguin Group.

LLORENTE & CUENCA (2014). *TRUST*. Madrid

JENKINS, Henry (2008). *La cultura de la convergencia en los medios de comunicación*. Ed. Paidós.

NIELSEN, Jakob. (2006). *Participation Inequality: Encouraging More Users to Contribute*. Jakob Nielsens Alertbox.

TANCER, Bill (2008). *Click: What Millions of People Are Doing Online and Why it Matters*. Hyperion Books.

PANADERO, Goyo y G.NATAL, David. (2015). *Los 6+1 mandamientos del Storytelling*. Desarrollando Ideas LLORENTE & CUENCA.

ABRAMS, J.J. (2008). *The mystery Box*. Ted Talk. Rescatado de: <https://www.youtube.com/watch?v=vpjVgF5JDq8>

STANTON, Andrew (2012). *Las claves de una gran historia*. Ted Talk. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=KxDwieKpawg>

DRUCKER, Peter. (1954). *The practice of management*. Harper & Brothers (1954). (Existe edición española. *La práctica del management*. Diario Expansión, 2011).

HAMEL, Gary. (2012). *What Matters Now: How to Win in a World of Relentless Change, Ferocious Competition, and Unstoppable Innovation*. John Wiley & Sons (2012). (Edición española. *Lo que ahora importa*. Barcelona: Ediciones Deusto, 2012).

CARNEGIE, Dale. (1936). *How to win Friends and influence people*. Magdalene Press.

CHARAM, Ram y BOSSIDY, Larry (2002). *Execution: the discipline of getting things done*. Crown Business.

COLLINS, Jim C. (2001). *Good to great: Why some companies make the leap...and others don't*. Harper Business. Estados Unidos.

