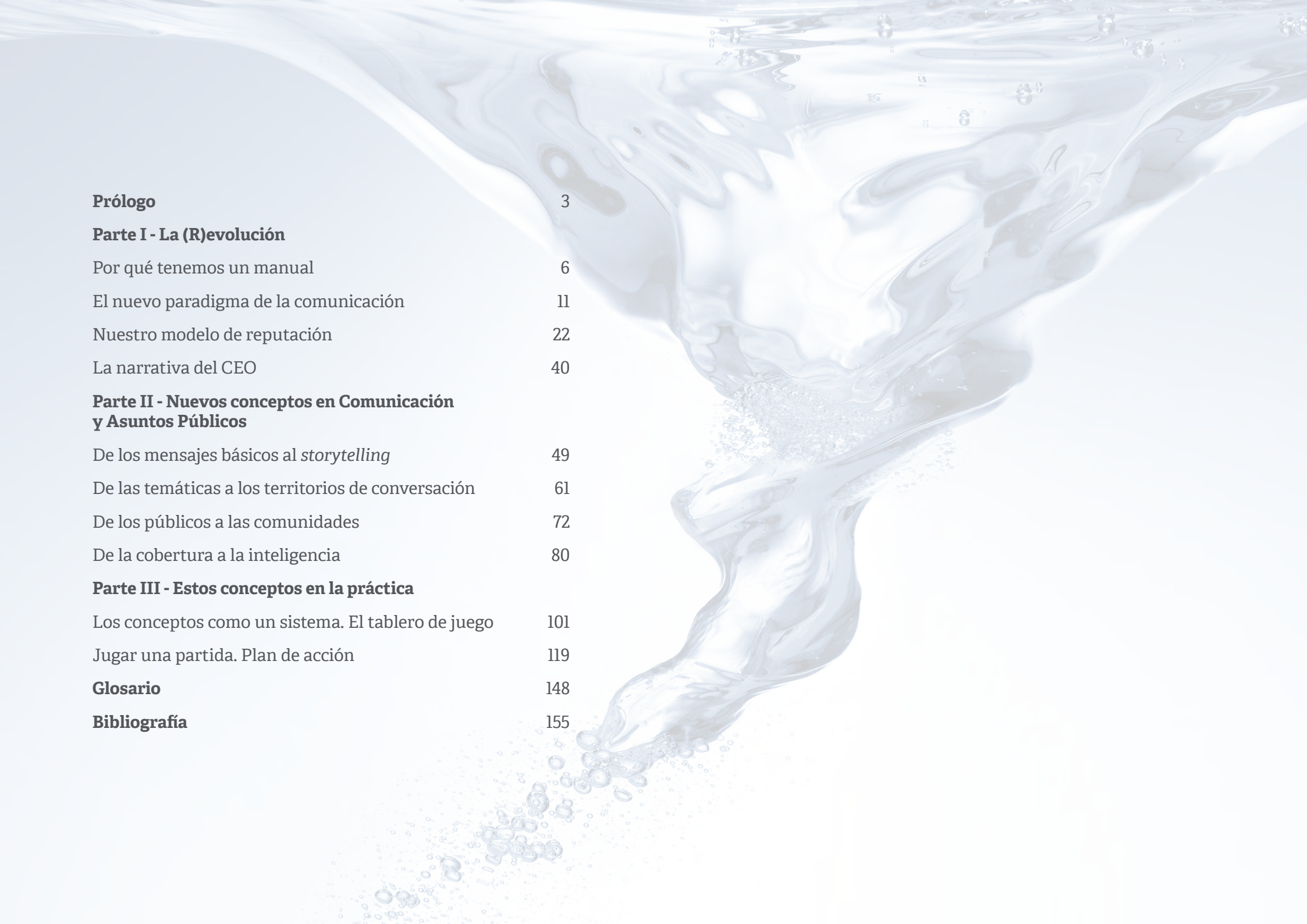


LLORENTE & CUENCA

Manual para hablar una
lengua común

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





Prólogo	3
Parte I - La (R)evolución	
Por qué tenemos un manual	6
El nuevo paradigma de la comunicación	11
Nuestro modelo de reputación	22
La narrativa del CEO	40
Parte II - Nuevos conceptos en Comunicación y Asuntos Públicos	
De los mensajes básicos al <i>storytelling</i>	49
De las temáticas a los territorios de conversación	61
De los públicos a las comunidades	72
De la cobertura a la inteligencia	80
Parte III - Estos conceptos en la práctica	
Los conceptos como un sistema. El tablero de juego	101
Jugar una partida. Plan de acción	119
Glosario	148
Bibliografía	155



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, John (1962). *We choose to 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.

CORTÉS, Sergio y PINO, Iván (2016). *Hacia la Transformación Digital de la Comunicación*. Desarrollando Ideas de LLORENTE & CUENCA. <http://www.desarrollando-ideas.com/2016/03/hacia-la-transformacion-digital-de-la-comunicacion/>

Desarrollando Ideas de LLORENTE & CUENCA (2016). *Revista UNO #24: La transformación digital* (2016). Desarrollando Ideas de LLORENTE & CUENCA. <http://www.revista-uno.com/numero-24/>

VIDAL, Tiago (2016). *Portugal: la crisis de Reputación en el sector de la banca*. Desarrollando Ideas de LLORENTE & CUENCA. <http://www.desarrollando-ideas.com/2016/07/portugal-la-crisis-de-reputacion-en-el-sector-de-la-banca/>

SERRRANO, Luis (2016). *Crisis de Reputación y contagio en red*. Desarrollando Ideas de LLORENTE & CUENCA. <http://www.desarrollando-ideas.com/2016/04/crisis-de-reputacion-y-contagio-en-red/>

PINEDO, Arturo; RUIZ, Carlos y PÉREZ Carolina (2016). *Cuando la empresa está desnuda: el reto de la comunicación corporativa*. Desarrollando Ideas de LLORENTE & CUENCA. <http://www.desarrollando-ideas.com/2016/08/cuando-la-empresa-esta-desnuda-el-reto-de-la-comunicacion-corporativa/>

SABINO, Marco Antonio y CARRETERO, Yeray (2016). *Vuelta a la realidad: el legado, la reputación y el futuro de Brasil después de Río 2016*. Desarrollando Ideas de LLORENTE & CUENCA. <http://www.desarrollando-ideas.com/2016/11/vuelta-a-la-realidad-el-legado-la-reputacion-y-el-futuro-de-brasil-despues-de-rio-2016/>

GIL, Ana (2016). *Porque no todo es Storytelling, ¿Qué lugar ocupan las historias en las organizaciones?*. Desarrollando Ideas de LLORENTE & CUENCA. <http://www.desarrollando-ideas.com/2016/01/porque-no-todo-es-storytelling-que-lugar-ocupan-las-historias-en-las-organizaciones/>

G. NATAL, David (2016). *Entretenimiento Transmedia: la nueva biblioteca de Babel*. Desarrollando Ideas de LLORENTE & CUENCA. <http://www.desarrollando-ideas.com/2016/04/entretenimiento-transmedia-la-nueva-biblioteca-de-babel/>

G. NATAL, David y ALONSO, Julio (2016). *Contenidos Inmersivos o el fin de nuestras aburridas vidas*. Desarrollando Ideas de LLORENTE & CUENCA. <http://www.desarrollando-ideas.com/2016/11/contenidos-inmersivos-o-el-fin-de-nuestras-aburridas-vidas/>

CORUJO, Adolfo; PINO, Iván y G. NATAL, David (2016). *Territorios y comunidades, las nuevas fronteras de la comunicación*. Desarrollando Ideas de LLORENTE & CUENCA. <http://www.desarrollando-ideas.com/2015/12/deconstruyendo-el-territorio-de-marca-de-un-banco-global-narrativa-protagonistas-y-valor-compartido/>

CORUJO, Adolfo y PANADERO, Goyo (2015). *Deconstruyendo el territorio de marca de un banco global: narrativa, protagonistas y valor compartido*. Desarrollando Ideas de LLORENTE & CUENCA. <http://www.desarrollando-ideas.com/2015/12/deconstruyendo-el-territorio-de-marca-de-un-banco-global-narrativa-protagonistas-y-valor-compartido/>

RIVERA, Juan y ARTEAGA, Juan (2016). *Grassroots y astroturfs, movilizándolo a la opinión pública en Internet*. Desarrollando Ideas de LLORENTE & CUENCA. https://www.google.com/url?hl=es&q=http://www.desarrollando-ideas.com/2016/12/grassroots-y-astroturfs-movilizando-a-la-opinion-publica-en-internet/&source=gmail&ust=1498130100892000&usg=AFQjCNG-z3l4xd-mt_nme5MnA0TZahsQw

CORTÉS, Sergio y PEDROL, Eva (2016). *El uso del Big Data en las estrategias de comunicación corporativa*. Desarrollando Ideas de LLORENTE & CUENCA. <https://www.google.com/url?hl=es&q=http://www.desarrollando-ideas.com/2016/11/el-uso-del-big-data-en-las-estrategias-de-comunicacion-corporativa/&source=gmail&ust=1498130100892000&usg=AFQjCNECuU-ttwUzrYydpLzGdCAoHh4hy3Q>

ROMERO, Alejandro y DE LA FUENTE, Erich (2017). *“El Plan de acción”*. LLORENTE & CUENCA. <https://www.youtube.com/watch?v=EZ4Dglj-k-8>

