

- Las Nuevas Responsabilidades del Marketing
- Marketing to believe
- Se presentó el libro: "Comunicación Política en Latinoamérica"
- Marketing en el Fútbol

DIRCOM

Pasión por la
gestión y la
comunicación
en Iberoamérica
desde 1999

91



Un nuevo logro compartido

Durante el mes de mayo tuvimos la oportunidad de vivenciar un momento gratificante para la comunidad del Grupo DIRCOM, que profundiza nuestro principal objetivo y trabajo en la Gestión del Conocimiento Latinoamericano en materia de Comunicación y por expertos Latinos. Presentamos nuestro nuevo libro: “Comunicación Política en Latinoamérica - Gestión, Campañas y TIC ‘S” realizado por 27 autores con pluralidad de opinión, casos, lecturas críticas y reflexiones.

Hace 1 año pensamos en este material como una herramienta que resultase útil para nutrir, a quien guste de la comunicación política, de experiencias pronunciadas por expertos de la comunicación, buscando desde su planificación adentrarse en el trabajo y desarrollo profesional de los comunicadores con un enfoque regional y diferentes vivencias en el área de la Gestión, el desarrollo de tareas en diversos sectores y organismos gubernamentales, como así también que ilustrara la expertis en las Campañas Electorales. Más de 200 personas acompañaron el lanzamiento y conversaron con varios autores presentes en el Salón San Martín, del Palacio Legislativo de la Ciudad de Buenos Aires, República Argentina, intercambiando ideas y opiniones sobre el mercado de la comunicación política en Latinoamérica, compartiendo un código familiar que hizo que la ceremonia marche naturalmente.

Subimos otro escalón. Cada una de las palabras de nuestros invitados lo han manifestado de esa manera. El común denominador de todos los comentarios recibidos en el encuentro, a través de las redes sociales de Internet, llamados telefónicos, mails y postales giraron en torno a la importancia de generar contenidos en los que la mirada de diferentes culturas, tan disímiles y semejantes a la vez, converjan en un mismo tema. Esto forma parte de nuestro entusiasmo y compromiso, lo que nos hace redoblar las apuestas trazadas para este 2011.

Estamos agradecidos a quienes han logrado este maravilloso trabajo integral: Augusto Erbín, el compilador de la obra, Daniel Ivoskus, con apoyo incondicional, nos regaló su palabra experimentada en un prólogo digno de ser leído una y otra vez, y en especial, a cada uno de los

autores que han dedicado su tiempo en investigar y escribir sobre sus experiencias Latinas. Los cambios de paradigmas han sido y serán, en todas las materias, tormentosos. Quedará en cada uno elegir si somos espectadores tomando los resultados que la tempestad arroje, o bien parte de la creación del nuevo modelo que se va conformando. Desde Grupo DIRCOM deseamos participar del cambio y ponemos a vuestra disposición todas las herramientas con las que contamos para ensayar, opinar, debatir y definir cuál será para los comunicadores Iberoamericanos la mejor forma de hacer comunicación.

El recorrido de publicaciones en Grupo DIRCOM comenzó en 2008 con “Apuntes del DIRCOM”, agotado en poco tiempo y sólo disponible en formato digital. Luego siguió con la compilación de 4 libros con la Editorial La Crujía. Hoy tenemos el nuevo producto en nuestras manos, y en poco tiempo, estaremos presentando “Docencia y Comunicación”; trabajo coordinado por el mexicano Francisco Cardona y aporte de aproximadamente 20 autores latinos docentes de facultades de comunicación que escribieron sobre competencias educativas; tecnologías de alto impacto; metodologías latinoamericanas; perfil del académico y del alumno de comunicación; casos de éxito: del aula a la empresa; la escuela latinoamericana de la comunicación: corrientes e influencias; el futuro de la comunicación, perspectivas docentes; la educación de la comunicación en línea; obstáculos del docente para enseñar; la formación del docente.

Lo comentado hasta aquí es el comienzo de un largo camino que algunos profesionales, como Adriana Amado Suárez (Arg.), Octavio Islas (México), Luis Fernando Martín Pinzón (Colombia), Miguel Antezana (Perú), Fernando Véliz Montero (Chile), Vanessa Lam (Ecuador), Sandra Orjuela Córdoba (Venezuela), entre otros, nos propusimos al pensar en una serie de obras que permita a los comunicadores encontrar un espacio para perpetuar éste momento de la historia de la comunicación tan particular, colmada de cambios que nos ponen continuamente ante pruebas y que nos exige perfeccionamiento, sentido de la realidad, capacidad de adaptación y, sobre todo, sentido de integración.



Juan José Larrea
Director de Grupo
DIRCOM
Latinoamérica

Staff

DIRECTOR GRUPO DIRCOM LATINOAMÉRICA

Juan José Larrea

COLABORADORES

Natalia Rodríguez Milano
Alicia Parmigiani

ADMINISTRACIÓN COMERCIAL

Ivomat Argentina S.A.
Mónica Aranda
administracion@ivomat.com.ar
Mitre 3821 - 2º piso
General San Martín
B1650BZM - Buenos Aires Argentina
Tel 15.3554.2356

REDACCIÓN ARGENTINA

Rodríguez Peña 694 - Piso 3º Of. "F"
C1020ADN - Buenos Aires
Argentina
(54.11) 5254.7337
redaccion@revistadircom.com

REDACCIÓN COLOMBIA

Luis Fernando Martín Pinzón
Director Colombia
(57) 3108039587
luisfernandomartin@
revistadircom.com
colombia@revistadircom.com

REDACCIÓN ECUADOR

Vanessa Lam de Cheung
Directora Ecuador
(593) 9.3.688365
dircom-ecuador@revistadircom.com

DISEÑO EDITORIAL

Lorena Yáñez Martini
diseno@revistadircom.com
www.lymdiseño.com.ar

ILUSTRACIÓN DE TAPA

Joaquín Valdéz

CONTACTO

info@revistadircom.com
revistadircom.com
facebook.com/dircom
twitter.com/revistadircom
youtube.com/revistadircom

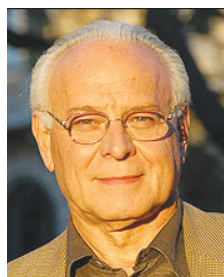
DIRCOM es una publicación trimestral. Todos los derechos reservados: la reproducción parcial o total de los contenidos deberán ser autorizados por el editor. Los artículos firmados representan la opinión de los respectivos autores y no la del editor. DIRCOM es una publicación de Editorial: Comunicación Latinoamericana. Propietario y Editor Responsable Juan José Larrea, registro de marca N° 1934061. Registro de la propiedad intelectual en trámite. ISSN 1851-3581.

Asesores Editoriales Honorarios (Ad Honorem)



Adriana Amado Suárez

Argentina
Investigadora en la
Universidad Nacional
de la Matanza



Norberto Chaves

España
Integrante de
FOROALFA



Daniel Ivoskus

Argentina
Presidente Cumbre
Mundial de
Comunicación Política



Octavio Islas

México
Director Cátedra
de Comunicaciones
Estratégicas y
Ciber-cultura,
Tecnológico de
Monterrey

Las nuevas responsabilidades del Marketing:

Karina Ortíz (Ar)

Varios especialistas ofrecen distintas miradas y opinan sobre la necesidad de que el Marketing y la Comunicación trabajen solidariamente para enfrentar el nuevo escenario de mercado, que incluye: consumidores formados e informados - TIC 'S y ambiente sustentable.

6

Marketing to believe

Carla Mariel Vara (Ar)

A la hora de atraer y fidelizar clientes el Marketing busca más allá de la razón. Cuando la marca apunta a la emoción, ¿hay más posibilidades de éxito?. La empresa Coca Cola y el uso del Marketing Emocional para optimizar sus campañas.

10

Se presentó el libro Comunicación Política en Latinoamérica

En un cálido encuentro con más de 200 invitados, grupo DIRCOM presentó su segundo libro: "Comunicación Política en Latinoamérica - Gestión, Campañas y TIC 'S". Aquí las palabras de los autores, los presentes y algunos detalles sobre el evento.

37

Marketing en el Fútbol

Diálogo: Diego González

Conversamos con el responsable de Marketing de uno de los Clubes más grandes de la Argentina: Vélez Sarfield, quien reflexionó sobre la importancia que tiene la aplicación de la disciplina para posicionar al club a nivel nacional e internacional, y mantener su imagen.

50

Cibermilitancia en Latinoamérica

Guadalupe Fernández

Fronza (Ar)

14

Marketing online en la Universidad Veracruzana de México

Diálogo: Carlos Roberto

Salas Castro (Mx)

18

El marketing como factor de éxito para las PyMEs

Ximena Paola Álvarez

Macías (Ec)

22

Cadenas en internet contra la reputación de las empresas

Carlos Bonilla (Mx)

24

Reputación Corporativa

Jose Hidalgo León (Ec)

26

La trama in(visible) de las Ciudades

Marina Raffaelli (Ar)

29

¿Cómo utilizan la Comunicación Estratégica las organizaciones colombianas?

Ángela Preciado Hoyos y

Haydée Guzmán Ramírez (Co)

31

Indicadores de Gestión en la Comunicación

Diálogo: María Cristina

Ocampo (Mx)

36

Mecenazgo, o el arte como aliado

Patricio Puerta (Ar)

41

El Estrategar, un modelo aplicado

Rubén Canella (Ar)

44

Caso de éxito: Marketing Cross Media para la concientización

46

Marketing territorial: El consumo de artículos deportivos en el Gran Buenos Aires

Pablo Francisco Gullino (Ar)

54

Sonría, por favor

Ricardo Palmieri (Ar)

56

De los objetivos estratégicos a la condición humana

José Ricardo Escobar

John (Co)

59

Comunicación para legitimar el liderazgo

John Jaime Acosta

Acosta (Co)

61

Arquitectura de Marca en Industrias Tecnológicas

José Ignacio Morabal

Orts (Es)

63