

El pasado 8 de abril se celebraron las **Jornadas de Innovación en Comunicación**, organizadas

[Corporate Excellence - Centre for Reputation Leadership](#)

, miembro institucional del grupo, y el grupo de investigación

**Gestión de las Marcas y Procesos de Comunicación.**

Asimismo, se presentó el Proyecto

**"Compartir Creencias"**

y se dieron a conocer los avances en la implantación de una

**plataforma interuniversitaria**

en la que Juan Benavides está desempeñando un papel crucial para su constitución. Esta plataforma profundizará en la práctica y conocimiento en torno a las Ciencias de la Información y la Comunicación.

Bajo el marco teórico "Building Belief", traducido por "Compartir Creencias", y a partir de la publicación de Arthur W. Page Society en 2012, más de 60 de profesores dotarán de contenidos al modelo, tanto a nivel teórico como práctico, a través de su aplicación en la práctica empresarial. Corporate Excellence en alianza con Arthur W. Page Society se ha comprometido a **difundir en los países de habla hispana el nuevo modelo de comunicación**, y lo hará de la mano de este grupo de académicos entre los que se cuentan numerosos miembros del grupo de investigación Gestión de las Marcas y Procesos de Comunicación. Se trata de una iniciativa única en el mundo, porque por primera vez distintas universidades se sientan juntas para crear sinergias y trabajar de la mano.

Se han creado 6 grandes líneas de investigación: la aplicación del modelo a nivel institucional, corporativo, en el entorno digital, PYMES, Tercer Sector y Universidades. El nuevo modelo propone, en síntesis, partir de la creación de una identidad fuerte, única y diferenciadora, que sea relevante para los grupos de interés, y que permita generar un sistema de creencias compartidas e identificación, que lleven a la acción y que permitan que los grupos de interés clave de una organización decidan, de forma voluntaria, compartir esas creencias y recomendar activamente los productos, los servicios y la propia organización a todas las personas con las que tienen relación. Se trata de que la comunicación parta de los propios stakeholders que se transforman en los «embajadores» de los productos, servicios y de la propia organización. Este modelo de comunicación no está basado en la capacidad de la comunicación para generar persuasión sino en la enorme potencia de la comunicación para desencadenar procesos de poderosa influencia sobre las actitudes y los comportamientos favorables de los grupos de interés hacia la empresa.

En la Jornada de Innovación en Comunicación, los coordinadores de las líneas de investigación

más desarrolladas presentaron los proyectos en los que están trabajando. Se destaca la aportación de la línea corporativa, realizada por el [profesor Alameda](#) , y de la que forman parte diversos miembros del grupo de investigación.

### **Contextos discursivos en la formulación de los intangibles. Configuración y gestión de creencias compartidas.**

El Profesor Alameda, en calidad de director de la línea de investigación corporativa, presentó el proyecto "Contextos discursivos en la formulación de intangibles". Más de 15 investigadores de diversas Universidades españolas han establecido unos objetivos y metodología para afrontar y resolver parte de los retos del modelo de comunicación "Compartir Creencias". Para ello, se pretende:

- Analizar los espacios topológicos (lugares sociales desde los cuales los stakeholders construyen y comprenden los significados de los valores de identidad de las marcas y empresas).
- Observar las diferencias entre cada uno de los grupos de interés y obtener un conocimiento final sobre el nivel de creencias compartidas y actitudes hacia las marcas y empresas.
- Ofrecer a las empresas herramientas para un mejor y más adecuado posicionamiento en el contexto social y un conocimiento preciso de las actitudes de los diferentes grupos de interés.

Tal y como se ha relatado, esta investigación se unirá a un conjunto de proyectos que pretenden dar base teórica y práctica a "Compartir Creencias":

