

Índice general

Gracias	5
Prólogo de Ximena Abogabir S.	7
Prólogo de Eduardo Mizón F.	13
Introducción: ¿Desde qué memoria y distinciones hablo?	17
Parte I: Diversos ecos de la idea-fuerza sustentabilidad	33
Capítulo 1: La emergencia del concepto sustentable - sostenible	35
Capítulo 2: Responsabilidad Social: empresas sustentables	57
Capítulo 3: El desafío de la sustentabilidad emocional y el cambio del paradigma en la comprensión de las organizaciones	87
Capítulo 4: Cambio paradigmático en la comprensión y acción de las comunicaciones y en la comunicación organizacional	103
Parte II: Desafíos en la relación entre sustentabilidad y comunicaciones en las empresas. Caso Chile	125
Capítulo 5: Un nuevo modelo: una comunicación integral para la sustentabilidad socio-ambiental y emocional	127
Capítulo 6: La centralidad estratégica de la comunicación para la sustentabilidad socio-ambiental y el carácter histórico del proceso	145
Capítulo 7: El diálogo social tripartito: un factor emergente clave en la comunicación	165
Capítulo 8: Emergencia y desafíos de la sustentabilidad emocional	179
Capítulo 9: Desafíos profesionales ante el emergente rol estratégico de las estructuras de comunicaciones y sustentabilidad	193
Capítulo 10: Incoherencias, desconfianzas y brechas en RS	209
Capítulo 11: Tensiones o paradojas activadas por la sustentabilidad	227
A manera de conclusiones	255
Anexos	259
Primero: Acerca del cambio de época histórica y la Gran Transición	261
Segundo: El emergente paradigma social	281
Tercero: Directivos, académicos y consultores entrevistados	295
Bibliografía	297