

# 100 años de juventud de identidad Corporativa

y

## Reflexiones sobre el estudio de la Identidad Corporativa

Estos dos textos nos hablan de la identidad corporativa, y las dos comentan la relevancia que tiene ésta misma en las organizaciones. Es muy necesaria si las organizaciones piensan conseguir sus objetivos y todo el éxito.

La primera lectura que es "100 años de juventud de identidad Corporativa" y escribió Joan Costa trata la historia de la identidad corporativa. Nació en Alemania porque Emil Rathenau que era el director general de una organización que hacía artículos electrodomésticos y decidió contratar a Peter Behrens que era un diseñador gráfico, y a Otto Neurath, que era un sociólogo. Los contrato para que le ayudaran a definir la identidad con sus habilidades, aunque le dio problemas. Esa decisión provocó muchas dudas en los trabajadores y que lo cuestionaran. Después, todos entendieron que agregar a esas personas fue algo muy bueno porque le ayudaron a desarrollar mucho mejor a la empresa.

También nos habla de lo que necesita tener una buena dirección corporativa para que ayude a definir la identidad corporativa.

La segunda lectura que se llama "Reflexiones sobre el estudio de la Identidad Corporativa" y escribió Roberto Rodríguez, trata de lo que significa identidad corporativa y de cómo ha evolucionado a través del tiempo, desde que surgió en el año de 1908.

Esta lectura también nos dice que la identidad corporativa es definida en la actualidad por las tecnologías de la comunicación e información. O bueno, no definida como tal, pero ayuda a hacerlo, volviendo a la empresa una emisora de comunicación.

Nos habla también de que es complicado definir la identidad de la empresa porque se trata de algo que no es enteramente tangible.

Me parece que estas dos lecturas deben ir de la mano porque es muy importante saber la historia de la identidad corporativa para luego entender porque puede ser difícil definirla y la influencia que tiene la tecnología para que esto suceda.

Gabriela Angélica Herrera García  
Comunicación Organizacional II  
Universidad Lamar

Tambien pienso que es importante conocer la historia y la evolución de la identidad corporativa porque es una de las partes mas importantes de la comunicación organizacional y es vital para entender como y porque cada empresa funciona como lo hace, y porque cada empresa es lo que es, porque al final de cuentas, todos nos vemos influenciados por ellas, incluso entre ellas mismas.