

MANIFIESTO

# POR LA ECOLOGÍA DEL CONOCIMIENTO Y LA CREATIVIDAD EN LAS MARCAS



AKNOWMADPROGRESS.com



01

# HACIA UNA ECOLOGÍA DEL CONOCIMIENTO

El nivel de desperdicio de conocimiento en las sociedades avanzadas alcanza unas dimensiones alarmantes. La falta de estructuras de pensamiento capaces de incorporar buena parte del conocimiento desechado para proponer visiones más ricas, más transversales y más inspiradoras hace urgente la generación de una nueva ecología del conocimiento.



AKNOWMADPROGRESS.com



02

# LA ECOLOGÍA DEL CONOCIMIENTO COMO PILAR DE LAS MARCAS

Las marcas se construyen sobre ecosistemas complejos: humanos, económicos, comunicativos, psicológicos... etc.; por eso, también han de reconocerse en esa complejidad y dar cuenta de ella a través de esa ecología del conocimiento. Sólo así podrán identificar y construir el núcleo de su verdad, a partir del cual articular una comunicación eficaz. En ese sentido, la comunicación de marca será un proceso humanista de orden cultural.



AKNOWMADPROGRESS.com



# INSPIRACIÓN CULTURAL: EL ALMA DE LA MARCA

Una marca no es solo un diseño o un eslogan. Cuando una marca necesita construir una visión o inspirar ideas, debe recurrir al conocimiento y a la cultura. Comunicar será, en ese sentido, una forma de ahondar en su esencia y en su alma, y de redefinirse, al tiempo que se pone de largo hacia el exterior. Ese proceso pondrá la comunicación al servicio de las ideas, y las marcas habrán de nutrirse de ellas para inspirar y conectar genuinamente con su audiencia, en lugar de depender únicamente de la tecnología y el diseño superficial.



04

# MÁS ALLÁ DE LAS HERRAMIENTAS: LA ESENCIA CREATIVA

Aquellos que se apoyan exclusivamente en su vigor tecnológico suelen ocultar falta de talento. Las ideas deben estar al servicio de las necesidades humanas, ya sean estas económicas, sociales o estéticas y no ser eclipsadas ni desbordadas por la tecnología.



AKNOWMADPROGRESS.com



# CULTURA Y CONOCIMIENTO: FUENTES DE INNOVACIÓN

Los avances tecnológicos ni permanecen ni inspiran en la misma medida que Cervantes o Proust, ni han generado genios como Caravaggio o Rodin. Las tecnologías pueden realizar ideas de manera extraordinaria, pero dependen de la cultura y de la creatividad para resultar relevantes y significativas a la hora de innovar.



# EL MANTENIMIENTO DE LA INNOVACIÓN: ACTUALIZACIÓN CONSTANTE

Podemos utilizar la tecnología para realizar ideas de manera extraordinaria, pero nunca debemos olvidar que la tecnología es, tan sólo, un medio y necesita mantenimiento, actualización y adecuación, siempre dependientes de la fortaleza de las ideas.



07

# ECOLOGÍA DEL CONOCIMIENTO: PILAR DE LA AUTENTICIDAD

Es urgente fomentar y repensar la ecología del conocimiento en el ámbito de la creatividad de las marcas. Al hacerlo, no solo evitamos desperdiciar el decisivo patrimonio de la sabiduría, sino que también construimos ecosistemas que garantizarán un futuro sostenible y con valores auténticos.



AKNOWMADPROGRESS.com



NUCLEO

# LA IMPORTANCIA DEL CONOCIMIENTO EN LA CREATIVIDAD DE LAS MARCAS

Para construir marcas que realmente inspiren y conecten, debemos defender la ecología del conocimiento. Sólo a través del conocimiento y la cultura podemos crear ideas que trasciendan, inspiren y generen un impacto duradero en la sociedad.



AKNOWMADPROGRESS.com



THE  
END