

## ••• RESEÑA •••

### Tendencias emergentes en la comunicación de instituciones

Elena Gutiérrez García & M<sup>a</sup> Teresa La Porte Fernández-Álfaro (Eds.)

*Editorial UOC Press, Barcelona, 2013, 260 páginas*

Alejandra Piñera Camacho<sup>1</sup>, **Universidad de Navarra**

[apinera@alumni.unav.es](mailto:apinera@alumni.unav.es)

**Recibido:** 09/09/2013 **Aceptado:** 22/10/2013 **Publicado:** 20/12/2013

La crisis de confianza que las instituciones públicas y privadas atraviesan en la actualidad ha vuelto a poner en valor el papel que la comunicación desempeña como puente entre éstas y sus públicos. En ese nicho de actualidad encuentran las editoras Gutiérrez-García y La Porte un fértil campo de estudio a través del cual reexaminar la comunicación de instituciones.

En este sentido, Gutiérrez-García y La Porte editan un trabajo colaborativo, fruto de un proyecto de investigación del Ministerio de Economía y Competitividad que desgrana a través de 8 capítulos, introducción y conclusiones, la relación entre confianza y comunicación. De este modo, la obra busca ofrecer un modelo de análisis metodológico

---

<sup>1</sup> Licenciada en Periodismo y diplomada en Comunicación Corporativa por la Universidad de Navarra, donde cursa estudios de doctorado en el Departamento de Empresa Informativa. Actualmente investiga sobre la participación de las empresas en la esfera pública, eje argumental de su tesis. Asimismo, ha asistido a congresos nacionales e internacionales para presentar resultados sobre la comunicación corporativa aplicada a la industria energética, línea secundaria de su investigación. Es también profesora ayudante en la Facultad de Comunicación en las asignaturas Gestión de proyectos de comunicación y Comunicación empresarial y financiera.

para valorar la comunicación institucional que sea operativo para instituciones de cualquier sector que se nos presenta en el primer capítulo. Podría decirse que lo consigue, puesto que a lo largo de más de 200 páginas se revisan los modos comunicativos de instituciones tan dispares como las ciudades, los ayuntamientos, los partidos políticos o los museos, obteniendo resultados de gran interés y actualidad.

Así, mientras en el capítulo tercero Canel y Sanders estudian profusamente el concepto de reputación ciudad, así como la influencia que en él tienen los alcaldes, La Porte evalúa en el capítulo cuarto los elementos definitorios de identidad de Madrid, Barcelona y Bilbao concluyendo para todos los casos que existe colaboración entre el sector privado y la sociedad civil. De los nuevos medios se encargan Oriol Costa y Giraldo Luque en los capítulos quinto y sexto. En el primero detallan qué funciones, contenidos y cualidades técnicas poseen las webs municipales, mientras que el segundo profundizan en el concepto de alfabetización mediática como medio para “potenciar y canalizar la participación política y la ciudadanía activa”, p.177. En cuanto a las tendencias en comunicación de partidos políticos a nivel local detectadas por Rodríguez-Virgili y Bartolomé Castro, éstos aluden a la necesidad imperante de coherencia y transparencia, puesto que “los partidos deben cambiar muchos aspectos en su organización, actividad y comportamiento de sus miembros”, p.200. Por último, de las conclusiones de Rodríguez Salcedo y Cordón Benito en el capítulo 8 se desprende el carácter socializador de los museos y, por lo tanto, su función que, “más allá de ser contenedores de obras, deben reivindicar su papel como lugares de aprendizaje, encuentro, diálogo y concordia”, p.228.

Como se ha descrito, los distintos capítulos se encargan de contextualizar términos comúnmente discutidos en la literatura científica sobre comunicación, tales como reputación, diálogo, confianza, transparencia, etc., que son previamente abordados por Gutiérrez-García en el capítulo 2 con el máximo rigor. Es quizá ésta una de las mayores aportaciones de la obra, puesto que su valor no reside únicamente en ofrecer resultados empíricos provenientes de la aplicación de este modelo de análisis. Al contrario, la obra teje un rico tapiz en el que las investigaciones empíricas se entretajan junto con capítulos puramente teóricos que contribuyen a una mayor comprensión del modelo de análisis, así como al necesario entendimiento entre disciplinas tan propio del ámbito de estudio de la comunicación.

Así, tanto la introducción y conclusiones como el capítulo 2, sirven de puerto al lector que arriba en ellos para aclarar términos y conceptos, pero también para buscar conexiones y puntos en común entre distintas instituciones, manteniendo siempre el foco

en la cuestionada “confianza” y su relación con la comunicación. Si bien es cierto que es precisamente Gutiérrez-García, una de las editoras, quién aclara en las conclusiones la dificultad de ofrecer un modelo de análisis de la comunicación institucional, los resultados que en esta obra se ofrecen están muy cerca de constituir un verdadero marco de estudio. Tanto es así que se señalan aspectos específicos para evaluar la comunicación de instituciones tales como: gestión profesional y estratégica de la comunicación, que tome parte activa en el proceso de toma de decisiones y asesore y lleve la voz de los distintos públicos a la cúpula directiva.

En definitiva, *Tendencias emergentes* aboga por un cambio de paradigma necesario para restaurar la confianza en las instituciones que pasa por establecer verdaderos procesos de diálogo con los públicos que sirvan a la función principal de éstas, que no es otra que la de servicio público.