

Elena GUTIÉRREZ-GARCÍA y Teresa LA PORTE (eds.) Tendencias emergentes en la comunicación de instituciones

UOC Press, Barcelona, 2013, 259 pp

La desafección de los ciudadanos hacia las instituciones es cada vez mayor; la sociedad civil toma iniciativas para reflejar su descontento y transmitir su mensaje de protesta. Ante este ambiente cambiante y de incertidumbre al que tienen que hacer frente las instituciones, como entidades sociales que gestionan los bienes y derechos de los ciudadanos, la comunicación constituye un elemento clave para adaptarse al nuevo entorno social. Este es el contexto en el que se sitúa esta obra y su punto de partida: “la comunicación de las instituciones debería ser un elemento esencial para ayudar a estas entidades a lograr una relación constante, abierta e interactiva con los ciudadanos, basada en la confianza y credibilidad. Pero este cambio no supone solo una modificación de la estrategia sino la adopción de una nueva cultura” (p. 14). Confianza, credibilidad, y necesidad de una nueva cultura comunicativa de las instituciones son tres constantes que aparecen a lo largo de todo el libro.

Esta publicación es el resultado de un proyecto de investigación financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad en el que participan académicos de la Universidad de Navarra, CEU-San Pablo, Autónoma de Barcelona y Complutense de Madrid. El hecho de que el estudio se aborde desde varias disciplinas, como son la comunicación política, las relaciones internacionales, las relaciones públicas y la comunicación corporativa, parece acertado para hacerse cargo del estado actual de la comunicación institucional en España y de los retos a los que ésta se enfrenta. Para ello, los autores analizan las estrategias de comunicación de varias instituciones locales de diferente índole, siempre teniendo muy presente sus públicos: se trata de entidades públicas, como son los gobiernos municipales y fuerzas políticas locales, y también de entidades de carácter cultural, como son los museos. Los autores justifican la elección de instituciones locales como casos de estudio debido al mayor nivel de confianza que los ciudadanos depositan en ellas, si se compara con instituciones de carácter nacional. Pero este estudio no se limita a recoger y describir una serie de estrategias de comunicación, sino que detecta las tendencias que se dan actualmente en comunicación institucional, lo cual supone un aporte para la investigación científica.

Desde el primer momento, esta obra deja patente la dificultad para encontrar un consenso en la academia en torno al estudio de la comunicación de instituciones. De ahí que la primera parte del libro ponga las bases del marco teórico de la investigación: en el primer capítulo, Karen Sanders y María José Canel evalúan los modelos posibles desde diferentes perspectivas para su estudio, considerando “la teoría de la complejidad” como la forma más conveniente para abordar su análisis; en el segundo capítulo, la profesora Gutiérrez pone sobre la mesa los principales conceptos sobre los que se asienta la disciplina y los debates que giran en torno a ellos, y toma posición con respecto a cuáles son las definiciones en las que se fundamenta esta investigación. Esta primera parte es, por tanto, un punto de partida clarificador al describir el estado de la cuestión de la comunicación en instituciones y de los obstáculos que su estudio supone.

La segunda parte se centra en el análisis de los casos seleccionados. Y es precisamente esta selección lo que hace atractivo este estudio: además de tratarse de actores institucionales de diverso perfil, como son los ayuntamientos, partidos políticos y museos, los autores escogen una variedad de situaciones comunicacionales, y de ahí que se consiga aportar a los lectores una visión bastante amplia del estado actual del campo; si bien es verdad que se echa de menos, tal vez, instituciones de otro perfil, como pueden ser las de carácter económico.

Así, el primer capítulo de esta parte, que corresponde con el tercer capítulo del volumen, está dedicado a las acciones de gobiernos locales y su influencia en los ciudadanos a la hora de valorar la reputación de sus ciudades. El cuarto capítulo también versa sobre acciones de gobiernos locales pero, en este caso, se estudia cómo estos agentes locales comunican acciones internacionales a sus ciudadanos. Para ello, la profesora La Porte escoge tres

iniciativas llevadas a cabo en Madrid, Barcelona y Bilbao. En el quinto y sexto capítulos, Pere Oriol Costa y Santiago Giraldo analizan las páginas webs de ayuntamientos siempre desde la perspectiva del ciudadano y abogan por una alfabetización mediática impulsada desde las mismas administraciones con el objetivo de lograr una participación activa por parte de los ciudadanos. En el séptimo capítulo, Jordi Rodríguez-Virgili y Manuel Bartolomé se sitúan en el contexto de los partidos políticos locales, donde hacen hincapié en el aspecto de la confianza, concepto que una vez más sale a colación y que funciona como hilo conductor de esta obra. El capítulo octavo trata sobre otro tipo de agente institucional, pero esta vez de carácter cultural: los museos. Natalia Rodríguez y David Cerdón estudian las estrategias comunicativas de varios museos españoles y su relación con sus públicos.

Las conclusiones dejan la puerta abierta a futuras investigaciones en la disciplina de la comunicación institucional: la evolución de la práctica comunicativa de las instituciones, que tiene su reflejo en una mayor profesionalización del campo; y la búsqueda de indicadores para evaluar los efectos de la comunicación para con sus públicos son dos de ellas. Además, se subraya que tanto la academia como los profesionales de la comunicación tienen todavía que enfrentarse a sus propios retos. “La gestión comunicativa todavía tiene ante sí un gran potencial que exige comportamientos organizativos íntegros, consistentes a lo largo del tiempo y equilibrados en su proceso de toma de decisiones. Todo lo dicho [...] requiere una apuesta decidida por parte de los directivos o líderes de las instituciones” (p. 232), se señala sobre los profesionales del ámbito. Para ello, estos últimos tienen que liderar una gestión profesionalizada de la comunicación, además de un cambio de mentalidad en la gestión.

En el plano académico, el reto primordial es aclarar conceptualmente la disciplina; reto indispensable ya que, a su vez, tiene su influencia en la práctica profesional: “La necesidad de que las nociones cuenten con un consenso entre la comunidad académica responde a que dicho logro supondrá un esclarecimiento sustancial sobre la realidad que tenemos entre manos y, además de ser indicador de madurez de la disciplina, implicará la inmensa capacidad para transmitir un conocimiento sólido en la formación de futuros profesionales” (p. 234).

En resumen, este libro constituye un doble avance: por un lado, en la investigación en comunicación institucional al analizar y detectar las tendencias comunicativas, así como el hecho de sacar a la luz los debates que giran en torno a su estudio; por otro lado, en la propia praxis del campo, al establecer los desafíos y retos que los profesionales tienen entre manos. Precisamente, este carácter dual es la atracción principal de este volumen y de ahí que resulte interesante su lectura para todo académico que se dedique a la comunicación y para todo profesional que esté sobre el terreno.

Marta REBOLLEDO DE LA CALLE

mrebolledo@unav.es