

# Comunicar gobiernos fiables. Análisis de la confianza como valor intangible del Gobierno de España

*Gobernu fidagarriak komunikatzea. Konfiantzaren analisia Espainiako Gobernuaren balio ukiezin moduan*

Communicating trusting governments. Analysis of trust as an intangible asset of the Spanish central government

María José Canel<sup>1</sup>  
Ángeles García Molero<sup>2</sup>

zer

Vol. 18 - Núm. 34  
ISSN: 1137-1102  
pp. 29-48  
2013

*Recibido el 8 de mayo de 2012, aceptado el 5 de febrero de 2013.*

## Resumen

La evolución de la Administración Pública está poniendo en el centro del debate académico y profesional la necesidad de una comunicación orientada al establecimiento de relaciones. Esta investigación se centra en la confianza como un rasgo de la relación: analiza la confianza de los españoles en el Gobierno y en su Presidente (1999-2012). Con apoyo en los datos, que muestran que la crisis económica está modificando el juicio de los ciudadanos sobre las instituciones y líderes, este artículo apunta implicaciones para la comunicación, con el fin de construir la confianza como un valor intangible de los gobiernos.

**Palabras clave:** Comunicación política, institución, líder, reputación, opinión pública, transparencia.

## Laburpena

Herri-administrazioaren bilakaera eztabaida akademiko zein profesionalaren gunean jartzen ari da harremanen ezartzera bideratutako komunikazio baten beharra. Konfiantza harremanaren ezaugarri bat bezala du ardatz ikerketa honek: espainiarrek Gobernuarengan eta euren Presidentearengan (1999-2012) duten konfiantza analizatzen du. Datuen arabera, hiritarrek erakunde eta liderengan duten iritzia aldatzen ari da krisi ekonomikoa. Artikulu honek komunikazioarentzat inplikazioak iradokitzen ditu, konfiantza gobernuen balio ukiezin gisa eraikitzea xede izan dezan.

**Gako-hitzak:** Komunikazio politikoa, erakundea, liderra, erreputazioa, iritzi publikoa, gardentasuna.

<sup>1</sup> Universidad Complutense de Madrid, mjcanel@ucm.es

<sup>2</sup> Universidad Complutense de Madrid, angeles.gmolero@capgemini.com

**Abstract**

The evolution of the Public Administration is fostering an academic and professional debate about the need of a relation-building oriented communication. This research focuses on trust as a feature of relations: it analyzes trust in central Spanish government and in its Prime Minister (1999-2012). Laying on these research data, that show that the economic crisis is modifying citizens' judgments about institutions and leaders, this article discusses **implications** for communication, in order to build trust as an intangible asset of governments.

**Keywords:** political communication, institution, leader, reputation, public opinion, transparency.

## 0. Introducción

La actual crisis económica mundial está poniendo a prueba la solidez y consistencia de las instituciones. En marzo de 2012 la confianza que los ciudadanos tienen en las instituciones es más baja que hace unos meses y años, como muestran los distintos estudios de opinión<sup>3</sup>. En España, el barómetro del CIS de noviembre de 2011 constató que todas las instituciones salvo el Ejército obtienen una nota por debajo del aprobado.

El incremento de la desconfianza adquiere especial relevancia en lo que se refiere a los gobiernos, instituciones ejecutivas que tienen como función dirigir las naciones. Diferentes investigaciones que profundizan en la imagen negativa y de cinismo que los gobiernos generan en la opinión pública muestran que ésta tiene que ver tanto con la falta de integridad del gobierno como de su eficacia (Da Silva y Batista, 2007: 592).

La desconfianza y escepticismo hacia el gobierno tiene importantes implicaciones: cuando el ciudadano cree que el gobierno no le ayuda y que además usa el poder en su contra, se siente ignorado e incomprendido y, en consecuencia, se decepciona de la vida pública y deja de implicarse en ella (Berman, 1997). La desconfianza, en definitiva, reduce el “capital social”, las relaciones de apoyo mutuo que necesitan los miembros de una comunidad para afrontar comunes objetivos económicos, sociales y políticos (Loury, 1987).

De aquí parece desprenderse que afrontar la crisis económica actual pasa por abordar, también, el problema de la desconfianza. Pero, ¿qué hace a un gobierno fiable? ¿Cómo lograr que organizaciones públicas gubernamentales tan importantes como la Hacienda Pública o la Seguridad Social sean fiables? Todo esto apunta hacia un valor, la fiabilidad o confianza, que no es fácil de identificar, de construir ni evaluar, dado su carácter intangible. El presente artículo se enmarca en el campo de la investigación sobre la comunicación de valores intangibles en el sector público. Mediante datos de opinión pública, explora las causas y consecuencias de la confianza ciudadana en el gobierno central español, y extrae algunas consecuencias operativas sobre el papel que juega la comunicación en la generación de confianza.

## 1. La comunicación de intangibles en el sector público

La comunicación en el sector público se está convirtiendo en un área floreciente en la investigación de las Relaciones Públicas (Stromback y Kioussis, 2011; Canel y Sanders, 2012; Sanders y Canel, 2013). En la medida en que son más y más diversas las funciones de las organizaciones públicas, las cuestiones relacionadas con el papel que juega la comunicación en el sector público ocupan un lugar central en el debate académico. Pero además la comunicación en el sector público está constituyendo un negocio creciente en muchos países (Howlett, 2009: 23).

En el ámbito de la comunicación corporativa ya está suficientemente acuñado el concepto de ‘valor intangible’ como activo que carece de sustancia física pero que resulta de derechos legales y contractuales y que posiblemente genere beneficios futuros. Valor intangible es también el capital intelectual, que es la diferencia entre el valor contable de una compañía y la cantidad de dinero que alguien estaría dispuesto a pagar por ella (Brooking, 1997).

<sup>3</sup> Ver por ejemplo los datos de Edelman 2012 para 25 países.

Los estudiosos constatan un *gap* importante entre la investigación de los intangibles en el sector privado y la investigación de los intangibles en el sector público. Más específicamente referido a la reputación, Luoma-aho afirma que no ha sido hasta recientemente cuando las organizaciones del sector público se han empezado a preocupar por ésta como un valor intangible (Luoma-aho, 2007 y 2008).

Algunos autores consideran esta constatación como una paradoja, pues entienden que la intangibilidad está más presente en el sector público que en el privado (Cinca, Molinero y Queiroz, 2003; Bossi, Fuertes y Serrano, 2005; García Molero, s.f.): frente a los objetivos cuantificables que predominan en las empresas, ligados al aumento del valor de mercado y a la necesidad de obtener beneficios, los objetivos de las administraciones públicas son variados y, con frecuencia, no monetarios. Pero además, entre los recursos productivos –los recursos humanos, conocimiento, capital, materias primas y maquinaria– los que más utilizan las administraciones públicas son los recursos humanos y el conocimiento; precisamente, los que están más relacionados con la intangibilidad. Por último, y atendiendo al producto final de las administraciones públicas, éste consiste en servicios que son, con frecuencia, intangibles.

En definitiva, en un mundo cambiante, las también cambiantes expectativas de los ciudadanos enfatizan el papel que adquiere la gestión de la reputación y, referido al presente artículo, a la necesidad de comunicar unos gobiernos que sean reputados como organizaciones fiables.

## **2. Transformaciones en la Administración Pública: la comunicación en el centro de la gestión pública**

La revisión de la literatura al respecto permite identificar una serie de tendencias universales en cuanto a la gestión de la Administración Pública. Por una parte, las organizaciones del sector público se han desarrollado con mayor intensidad, lo que reclama la necesidad de elaborar indicadores que evalúen el éxito y eficiencia organizacional, y de manera particular, la de productos intangibles como son los servicios de la Administración Pública (Luoma-aho, 2008); las organizaciones necesitan legitimar sus actividades para preservar su existencia (Cinca et al., 2003).

Es ya un debate asentado el de la transformación de la concepción del ciudadano como contribuyente/votante hacia una conceptualización más de cliente (Da Silva y Batista, 2007: 588; Skelley, 2008). Algunos autores insertan este planteamiento en el *stakeholder thinking* (Freeman 1984; Carroll, 1993; Näsi; 1995) y en el “*poly-contextual corporate legitimacy*” (Holmström, 2004). La idea es que las personas y grupos que rodean a una organización sean tenidos en consideración e involucrados en los procesos de la misma, en lugar de ser simplemente actores monitorizados y controlados, como situados al final de una cadena de la que se hacen meros receptores y destinatarios.

Todo esto tiene importantes implicaciones para la comunicación interna y externa de la Administración Pública. En primer lugar, el apoyo y el diálogo con los ciudadanos cobran más protagonismo que el control de éstos; tendencia que emerge en la medida en que la sociedad está moviéndose más hacia una *economy support*, una “economía de apoyo”, en la que gana importancia la implicación de los públicos (Luoma-aho, 2008: 447). Esto lleva consigo la necesidad de poner en

el horizonte de cualquier gestión de la comunicación la construcción de relaciones, algo que está siendo abordado desde la investigación académica de las Relaciones Públicas y la Comunicación Corporativa: la perspectiva relacional supone que la comunicación ha de estar guiada por nuevos patrones de interacción, transacción e intercambio entre la organización y sus públicos (Broom, Casey & Ritchey, 2000). La literatura aboga por incorporar esta perspectiva relacional al sector público (Ledingham, 2011).

En segundo lugar, con el establecimiento de las relaciones como objetivo comunicacional, el éxito de la comunicación ya no debería medirse sólo por los resultados de la comunicación (tales como la cobertura en los medios que alcanza una organización), sino por la calidad de la relación que se establece; evaluación en la que la lealtad de los *stakeholders*, la confianza, la implicación y la comprensión mutua se hacen significativas (Ledingham, 2011; ver también Strömbäck y Kioussis, 2011; Canel y Sanders, 2012 y Sanders y Canel, 2013; para la noción de comprensión mutua y simetría la obra de James E. Grunig es un referente en el ámbito de las Relaciones Públicas). Por último, la perspectiva relacional de la comunicación lleva consigo trasladar la gestión de la comunicación de niveles técnico-tácticos a niveles directivos, lo que exige nuevos organigramas, organización y enfoques de la comunicación que incluyan nuevas tareas tales como la gestión de la reputación, el *issue management*, la planificación estratégica, la construcción de confianza, etc. (Da Silva & Batista, 2007; Glenny, 2008; Bell, Hindmoor, & Mols, 2010; Lilleker & Jackson, 2011).

### 3. La confianza como valor intangible del sector público

Al igual que en el mundo empresarial, en medio de la crisis actual uno de los valores intangibles que gana protagonismo es el de la confianza. Pero, ¿qué es confiar en una institución pública, en un gobierno?

No hay definiciones fijas de confianza en un gobierno. Sztompka (1999) afirma que se puede decir que hay confianza en una institución cuando ésta es percibida como regular, eficiente, fiable, representativa, equitativa, transparente y benevolente (citado en Bouckaert y Van de Walle, 2001: 4). Trasladando lo desarrollado en el ámbito de las Relaciones Públicas (Grunig y Hon, 1999), se podría decir que la gente confía en un gobierno cuando lo percibe como íntegro (es decir, cuando cree que actúa en justicia), fiable (cumple sus promesas) y competente (capaz de hacer lo que promete).

La confianza tiene una dimensión temporal: hace relación al pasado y al futuro. La referencia al pasado tiene que ver con el juicio acumulativo de que la otra parte se comporta como se espera.

Aplicado a las organizaciones públicas, Bouckaert y Van de Walle afirman que la confianza se construye y destruye en el tiempo porque se confía en la organización que atesora un comportamiento consecuente con su pasado y que le hace, por tanto, previsible de cara al futuro; quien genera incertidumbre es porque no se sabe bien qué se puede esperar de él (Bouckaert y Van de Walle, 2001). Pero a su vez, la confianza implica incertidumbre, riesgo (Ruscio, 1996).

Es un debate relevante el del papel que juega la comunicación en la generación de confianza. En la medida en que la confianza en un gobierno tiene que ver con

su integridad, fiabilidad y competencia, la reputación estará relacionada con la capacidad del gobierno para identificar sus fortalezas (su buena gestión) y comunicarlas a sus públicos; y con la transparencia para que nada perjudique la percepción de integridad. Cuando la realidad se diferencia de la reputación, es decir, si hay un *gap* entre los logros de la organización y la percepción que de estos tienen los *stakeholders*, es que hay un problema de comunicación (Luoma-aho, 2008). Gestionar así la comunicación exige una tarea de estudio e investigación de los públicos que incluya las variables necesarias para identificar las causas y fuentes de la confianza.

#### 4. Las causas y fuentes de la (des)confianza en un gobierno

¿Dónde está la causa de que un gobierno sea más fiable que otro? El concepto de confianza varía por épocas, países, regímenes políticos, circunstancias, etc. Como ha sido suficientemente constatado, la confianza en un gobierno es multicausal y contingente (Citrin y Green, 1986); nunca es absoluta sino condicional y contextual (Bouckaert, Van de Walle, Maddens y Kampen, 2002). Las causas de la desconfianza pueden estar en la economía, en la situación social y cultural, en la polarización de los partidos, en los escándalos, o en la erosión de la autoridad institucional, o en una mezcla de todo (Nye, Zelikow y King, 1997).

Es un resultado de la investigación ampliamente comprobado que la identificación partidista juega un papel muy importante en la evaluación de una institución pública (Gronke y Newman, 2003; Chanley, Rudolph y Rahn, 2000): una de las causas más importantes de la (des)confianza en el gobierno es la ideología que se profesa, que *prejuicia* las valoraciones. Los votantes tenderán a confiar en el líder y en la institución si éstos son de su partido, ya sea buena o mala la gestión que se realice; y a desconfiar del líder rival. La ideología, por tanto, puede *inerciar* el juicio que se haga sobre la confianza en el gobierno.

Pero la investigación también demuestra que la identificación partidista no es la única variable que explica la valoración de la institución, sino que compete con otras. Más allá de la identificación partidista, la institución y su líder pueden ganar más apoyo entre los propios y reducir el rechazo de los ajenos (Edwards III, 1983; Rose, 1991; Lanoue y Headrick, 1994).

En relación con la identificación partidista estarían otras características sociodemográficas como la edad, el nivel de educación y la renta, si bien es preciso señalar que estas variables, aún cuando pueden arrojar elementos interesantes para los casos concretos, cada vez explican menos las valoraciones que se hacen de un gobierno (Chanley y otros, 2000: 241).

El debate sobre la caída de la confianza, tal y como refieren Bouckaert et al. (2002) estuvo inicialmente en si ésta significa desafección de los ciudadanos con el sistema o régimen político o si simplemente refleja la insatisfacción con los líderes políticos y su gestión.

Para dar respuesta a esta pregunta es útil la distinción que hace Easton entre el apoyo *genérico* (que es la confianza en el sistema, el régimen, las instituciones, etc.) y el apoyo *específico* (que es el apoyo a unas medidas concretas, y que se da cuando se está satisfecho con unos resultados de gestión) (Easton, 1975).

¿Hay relación entre el apoyo genérico y el específico? La literatura confirma a este respecto de nuevo el carácter multi-causal y contingente de la confianza. Algunos sugieren que la medición de la confianza se relaciona sólo con el apoyo específico, y que, por tanto, la caída de la confianza tiene consecuencias sólo de corto plazo (Citrin y Green 1986). Otros proporcionan evidencias de una conexión entre confianza política y algunas mediciones de apoyo genérico (ver por ejemplo Miller y Listhaug, 1990). Por tanto, una mejora en el desempeño (en la gestión) podría remediar los niveles bajos de confianza que una sociedad tiene en el sistema político. Pero errores continuados de la gestión del gobierno pueden producir falta de apoyo específico y, en el largo plazo, un malestar sobre el sistema que le dio la autoridad. Como resultado del descenso de los apoyos específicos descenderá también la confianza general, y habrá más desafección y distanciamiento (Bouckaert y Van de Walle, 2001).

Los estudiosos concluyen, por último, que no hay atajos para recuperar una confianza perdida: se requiere un costoso trabajo de buena gestión, la consistencia ideológica, la integridad ética y una buena comunicación (ver, por ejemplo, las referencias al respecto en Canel, 2007).

## 5. Los efectos de la (des)confianza en el Gobierno

Gestionar la reputación tiene consecuencias en las relaciones de las organizaciones públicas con sus públicos. Como afirma Alford (2002), una relación activa con el ciudadano implica una respuesta gubernamental a un amplio espectro de intercambio con los clientes. En la misma línea Starling (1982) afirma que el desarrollo de unas buenas relaciones con los ciudadanos permite a los gobiernos responder a las demandas populares.

La gestión reputacional en el sector público tiene también un efecto por cuanto genera cambio. Alford (2002) sugiere entender el cambio en sentido amplio, como un intercambio que no se restringe a una transacción económica, sino que incluye valores simbólicos, sociales y legales. A este respecto, los gobiernos necesitan responder a sus *stakeholders* promoviendo, por ejemplo, información, cumplimiento normativo, cooperación, etc. y, en definitiva, desarrollando una mayor transparencia para con sus públicos.

La confianza de los ciudadanos en el gobierno tiene consecuencias además en los líderes políticos: cuando se goza de confianza es más fácil tomar decisiones vinculantes, comprometer recursos públicos, alcanzar los objetivos sociales y asegurar el cumplimiento de los ciudadanos sin necesidad de coerción (Levi 1997; Scholz y Lubell 1998). Como afirma Easton, retirar el apoyo al gobierno y estar cada vez menos dispuestos a cumplir con las decisiones de éste puede poner en duda la legitimidad de un gobierno democrático (Easton, 1975).

## 6. Metodología e hipótesis de investigación

Estudios precedentes sobre las valoraciones que los ciudadanos realizan del Gobierno de España han concluido que, en sus juicios, los españoles no sólo se guían por

criterios partidistas e ideológicos (si bien éstos tienen peso importante), sino que les influye, también, la valoración que hacen de la situación política y económica así como de la gestión de las políticas públicas (Canel y Echart, 2011). Les influye, además, la valoración que hacen de cómo un gobierno gestiona sucesos imprevistos (tales como el Prestige o la guerra de Irak, donde los votantes se desvincularon de su adscripción partidista a la hora de poner nota al gobierno) (Canel, 2009). Estos estudios toman como variable dependiente la valoración de la gestión del gobierno y el liderazgo del presidente. Pero no se han realizado hasta el momento estudios que tomen como variable dependiente la confianza en el Gobierno y en su Presidente.

Para la presente investigación, la selección de los datos ha estado condicionada por la disponibilidad de las matrices más recientes que ofrece el CIS.

Hemos trabajado, por una parte, con los datos sobre la confianza que inspira el Presidente del Gobierno, que responden a la pregunta del barómetro trimestral del CIS (“El Presidente del Gobierno X, ¿le inspira, personalmente, mucha confianza, bastante confianza, poca o ninguna confianza?”). Hemos tomado cinco matrices de datos, es decir, hemos medido la confianza en cinco momentos diferentes, el tercer año de la última legislatura de Felipe González, de las dos de José María Aznar y de las dos de José Luis Rodríguez Zapatero<sup>4</sup>.

Para analizar la confianza que inspira el Gobierno como institución, hemos trabajado con la matriz de datos que generó el CIS en octubre de 2011, en la que se preguntó por la confianza en las instituciones<sup>5</sup>. La pregunta está formulada en los siguientes términos: “A continuación, me gustaría que me dijese el grado de confianza que tiene Ud. en una serie de instituciones, utilizando una escala de 0 a 10 en la que 0 significa no tiene Ud. ‘ninguna confianza’ en ella y 10 que tiene ‘mucha confianza’.”

Por último, para analizar las consecuencias que tiene en la gente la confianza en el Presidente del Gobierno, hemos utilizado el barómetro del CIS de enero de 2012, que pregunta por la confianza que inspira Mariano Rajoy como Presidente del Gobierno además de otras cuestiones relacionadas con la vida personal del ciudadano<sup>6</sup>.

Apoyándonos en los estudios precedentes que ya hemos referido (Canel, 2009 y Canel y Echart, 2011), esta vez decidimos explicar los movimientos de la confianza mediante una ecuación de regresión lineal para cada una de las matrices de datos de los estudios del CIS.

#### ECUACIÓN:

$$\text{Confianza} = B0 + B1 \text{ voto} + B2 \text{ edad} + B3 \text{ sexo} + B4 \text{ Gestión de Gobierno} + B5 \text{ situación económica} + B6 \text{ Situación retrospectiva} + B7 \text{ situación económica prospectiva} + B8 \text{ situación política} + B9 \text{ situación política retrospectiva} + B10 \text{ situación política prospectiva}$$

<sup>4</sup> Se trata de los estudios del CIS con las siguientes referencias: 2151 (marzo 1995), 2324 (abril 1999), 2541 (octubre 2003), 2735 (octubre 2007) y 2847 (octubre 2010).

<sup>5</sup> Se trata del estudio 2914, Barómetro de octubre 2011.

<sup>6</sup> Se trata del estudio 2927, de enero 2012.



Clasificamos las variables independientes de la siguiente manera:

- a) Variables inerciales/políticas. Consideramos que son variables inerciales/políticas, fundamentalmente, el recuerdo de voto (lo que se votó en las últimas elecciones) y las variables sociodemográficas (edad y sexo).
- b) Variables de gestión, que son las que se refieren a evaluaciones del encuestado sobre la gestión del gobierno así como de la actual situación económica y política del país.
- c) Variables sobre el pasado y el futuro, que son las que miden la situación política y económica respecto a hace un año y lo que se espera en el año subsiguiente, es decir, valoración retrospectiva y prospectiva.

El punto del que partimos es el siguiente. Por una parte, y siguiendo los resultados de estudios internacionales así como los estudios precedentes para el caso español, consideramos que el público es, cada vez más, un público evaluador que ejerce su criterio con una mayor independencia de su afiliación partidista, y refiere la evaluación del gobierno a cómo cree que éste gestiona y a la situación económica y política. De manera que, si bien las variables ideológicas o de identificación partidista constituyen una explicación importante de la evaluación de la institución, hay otras variables, relacionadas con la valoración del entorno, que también explican la valoración y de una manera no despreciable.

Este planteamiento genérico se tradujo en las siguientes hipótesis:

- Hipótesis 1: La variable voto explica la variación de la evaluación de la confianza (tanto en lo que se refiere al Presidente del Gobierno como en lo que se refiere al Gobierno como institución) y el sentido de los coeficientes es positivo: confía más en el Gobierno quien le ha votado.
- Hipótesis 2: las variables de gestión (y, concretamente, la valoración sobre la gestión del gobierno así como las valoraciones sobre la situación económica y política del país) constituyen también una parte importante de la explicación. De manera que los coeficientes de regresión de las variables de gestión son importantes, y en sentido positivo: cuanto mejor valora el ciudadano la gestión del gobierno más confía en su Presidente y en el Gobierno como institución.
- Hipótesis 3: porque tiene una dimensión temporal, la confianza en el Gobierno viene explicada también por la valoración que el ciudadano hace de la situación política y económica actual respecto al pasado y respecto al futuro. Quien más confía es quien considera que la situación ha mejorado y que va a seguir mejorando.
- Hipótesis 4: en cuanto a la evolución a lo largo de los años, las variables de gestión van explicando cada vez más el incremento de la confianza en el Gobierno. De manera que en los primeros años los coeficientes de regresión de estas variables son menores que en los últimos años.

## 7. La confianza en el Presidente del Gobierno de España (1995-2012)

La tabla 1 recoge los resultados de la regresión lineal realizada sobre la variable dependiente “Confianza en el Presidente del Gobierno” para cada año de medición. En la parte superior de la tabla se recogen los datos que resumen el modelo. Como características generales hay que mencionar que para todos los casos las regresiones explican más de la mitad de la varianza (ver datos del R2 ajustado), lo que significa un porcentaje importante, siguiendo los criterios de valoración de los estudios realizados en este campo; todas las regresiones dan un elevado índice de significación estadística (0.000); y el valor Durbin-Watson ofrece valores que permiten asumir que se cumple el principio de independencia entre las variables.

A continuación explicamos los resultados más importantes.

### 7.1. La influencia de la ideología en la confianza en el Presidente

¿Cuánto le pesa al ciudadano su ideología al confiar en el Presidente de Gobierno? Los datos confirman la hipótesis 1. Por una parte, y atendiendo a los coeficientes de regresión estandarizados (que permiten observar cada modelo de regresión en sí mismo; son los datos que están en columnas bajo la letra E que significa “estandarizados”), la identificación partidista (recuerdo de votar al partido en el Gobierno) explica de forma importante la confianza en el gobierno: todos los coeficientes gozan de elevado índice de significación estadística; y para todos los casos, los coeficientes son importantes (están en torno a .25). El sentido de los coeficientes es el esperado: cuanto mayor es el recuerdo de voto al partido en el Gobierno, mayor es la confianza en su Presidente, es decir, confían más en él quienes le han votado.

Las variables sociodemográficas explican poco la confianza: mientras que la variable sexo no es importante en caso alguno, la variable edad arroja índices significativos en todos los años, pero con unos coeficientes muy bajos, muy menores además que los del resto de variables.

### 7.2. La influencia de la “gestión” en la confianza en el Presidente

Los datos confirman la hipótesis 2: la variable que mide la nota que los ciudadanos ponen a la gestión del Gobierno arroja unos coeficientes estandarizados con elevados índices de significación estadística en todos los casos. Son además coeficientes altos. Pero lo interesante es que son coeficientes todavía más altos (casi el doble) que los coeficientes de la variable voto: para todos los años están entre .4 y .5 (comparado con .25). Como era de esperar, el sentido de los coeficientes es positivo: cuanto mejor valora el ciudadano la gestión del gobierno, más confía en su Presidente.

Es decir, lo que más explica la confianza en el Presidente del Gobierno no es el haberle votado sino el que éste haya gestionado bien.

Los datos sobre las valoraciones de la situación política y económica son variados. En lo que se refiere a la situación política (la pregunta es: “Refiriéndonos a la situación política general de España, ¿cómo la calificaría usted: muy buena, buena, regular, mala o muy mala?”) los coeficientes son significativos, positivos (cuanto mejor se valora la situación política actual más se confía en el Presidente) y algo importantes, aunque menos que la variable voto y la variable gestión de gobierno (están en torno al .15). Los datos sobre la situación económica (la pregunta es: “Refiriéndonos a la situación económica general de España, ¿cómo la calificaría usted: muy buena, buena, regular, mala o muy mala?”) son confusos: tienen poca significación estadística, son muy bajos (no superan el .04).

### *7.3. El peso del pasado y del futuro en la confianza en el Presidente*

Los datos no permiten decir algo contundente sobre la hipótesis 3. Las variables retrospectivas (“¿cree que la situación política/económica actual es mejor que hace un año?”) y prospectivas (“¿cree que la situación política/económica será mejor dentro de un año?”) no se muestran como importantes.

En resumen, los datos confirman la hipótesis 1 y 2 para la confianza que inspira el Presidente del Gobierno: si bien las variables ideológicas son importantes (y no así las sociodemográficas), son también importantes e incluso más las variables que miden la gestión del gobierno.

### *7.4. La evolución en el tiempo de la confianza en el Presidente del Gobierno*

Si bien estudios precedentes no corroboraron lo hipotetizado respecto a la evolución en el tiempo en lo que se refiere al peso de las variables ideológicas comparado con el peso de las variables de gestión (Canel, 2008), el presente análisis corrobora totalmente la hipótesis 4: las variables de gestión van explicando cada vez más el incremento de la confianza en el Presidente de Gobierno. A medida que pasan los años, el ciudadano español es más capaz de desvincularse de su adscripción partidista y poner nota a la confianza que inspira el Presidente haciendo referencia a la gestión de gobierno.

Así, si atendemos ahora a la columna de coeficientes no estandarizados (N.E.) ya que estamos analizando la evolución en el tiempo y, por tanto, comparando años distintos, se demuestra, en primer lugar, que la variable gestión del gobierno sigue una tendencia creciente (de .45 a .5); la variable que mide la situación económica pasa de .08 a .15; pero sobre todo, y es éste uno de los resultados que consideramos de mayor interés, el incremento de las variables de gestión se realiza a costa del descenso de la variable voto: ésta pasa de .5 en 1999 a .34 en octubre de 2010.

Por tanto, se confirma la hipótesis 4 según la cual hay una tendencia en el tiempo por la que, cada vez más, el ciudadano confía en el Presidente del Gobierno si el gobierno liderado por éste gestiona bien, independientemente de cuál sea el partido por el que ha votado.

**Tabla 1.** Explicación de la confianza en el Presidente del Gobierno.  
*Coefficientes de regresión lineal*

<b>RESUMEN MODELO</b>	<b>Marzo 1995</b>		<b>Abril 1999</b>		<b>Octubre 2003</b>		<b>Octubre 2007</b>		<b>Octubre 2010</b>	
Ajuste (R2 ajustado)	.57		.62		.72		.62		.56	
Sig. Estadística	.000		.000		.000		.000		.000	
Durbin-Watson	1,94		1,94		2,02		2		1,93	
<b>COEFICIENTES</b>	N.E.	E	N.E.	E	N.E.	E.	N.E.	E.	N.E.	E.
<b>Variables ideológicas</b>										
Recuerdo de voto	.5 *	.25 ***	.5 *	.2 ***	.5 *	.24 ***	.4 *	.2 ***	.34 *	.2 ***
<b>Variables SES</b>										
Edad	.004 **	.07 ***	.006 **	.1 ***	.002 **	.04 *	.002 **	.04 *	.002 **	.04 *
Sexo	-.01 *		-.02 *		-.04 *		.04 *		-.02 *	
<b>Gestión</b>										
Gestión Gobierno	.45 *	.46 ***	.45 *	.45 ***	.4 *	.4 ***	.53 *	.57 ***	.5 *	.5 ***
Situación política	.08 *	.08 ***	.16 *	.15 **	.13 *	.13 ***	.1 *	.12 ***	.12 *	.13 ***
Situación económica	.07 *	.06 **	.5 *	.04 *	.04 *	.04 *	.02 *		.04 *	
<b>Pasado y futuro</b>										
SP retrospectiva			.02 *		.1 *	.05 **	.001 *		.02 *	
SP prospectiva			.08 *	.05 *	-.03 *		.08 *	.06 **	-.003 *	
SE retrospectiva			.02 *		-.02 *		.007 *		.02 *	
SE prospectiva	.12 *	.09 ***	.05 *		.05 *		-.034 *		.06 *	.05 **

\*)  $p < 0.10$  (\*\*)  $p < 0.01$  (\*\*\*)  $p < 0.001$   
N.E. = No Estandarizados / E = Estandarizados

## 8. La confianza en el Gobierno como institución

¿Hay diferencia entre confiar en un Presidente y confiar en el Gobierno como institución? Para dar respuesta a esta pregunta, como ya hemos adelantado, tomamos los datos del estudio del CIS de octubre de 2011, en la que se preguntó por la confianza en las instituciones.

La tabla 2 recoge la nota media que los ciudadanos otorgan en una escala 0-10. Los datos muestran que la confianza en el Gobierno central en España está casi en el último lugar, sólo por delante de la confianza en los partidos políticos: la nota media es de 3.24 sobre 10.

**Tabla 2.** Confianza en las instituciones.  
*Media en escala 0-10 (octubre 2011)*

	Media	Desviación típica	(N)
Las Fuerzas Armadas	5.65	2.95	2349
Los medios de comunicación	4.97	2.47	2385
La monarquía	4.89	3.21	2388
El Defensor del Pueblo	4.55	2.77	2069
El Tribunal Constitucional	4.07	2.75	2057
El Consejo General del Poder Judicial	3.94	2.71	2024
El Gobierno de su comunidad autónoma	3.93	2.83	2354
El Parlamento de su comunidad autónoma	3.88	2.80	2230
La Iglesia católica	3.66	3.18	2386
El Parlamento	3.52	2.67	2266
El Gobierno	3.24	2.75	2419
Los partidos políticos	2.76	2.51	2392

¿Cuáles son las causas de tan baja evaluación? Siguiendo las hipótesis arriba mencionadas, elaboramos una ecuación de regresión lineal en la que la variable dependiente es la valoración que en la escala 0-10 otorgan los españoles a la confianza en el Gobierno como institución. Tomamos como variables independientes la ideológica (recuerdo de voto), las sociodemográficas, las de gestión, y una que hemos llamado “motivacional”.

Los resultados se indican en la tabla 3.

**Tabla 3.** Confianza en el Gobierno como institución.  
*Coefficientes de regresión*

Resumen del modelo: R2 aj. 41; Sig 0.000; Durbin-Watson 1.9	
<b>Variables ideológicas</b>	
Recuerdo de voto	-
<b>Variables sociodemográficas</b>	
Edad	-
Sexo (Mujer)	-
<b>Variables de gestión</b>	
Gestión del Gobierno	.14 (***)
Situación económica	.10 (***)
Situación Política	.12 (***)
Valoración Vicepresidenta1	.15 (***)
Valoración Vicepresidente2	.30 (***)
<b>Variable motivacional</b>	
Importancia que se da a la política	.16 (***)

(\*)  $p < 0.10$  (\*\*)  $p < 0.01$  (\*\*\*)  $p < 0.001$

Como muestra la tabla 3, el modelo explica un 41% de la varianza, con alta significación estadística. No se confirma la hipótesis 1: la variable ideológica no tiene peso alguno: el recuerdo de voto (el haber votado al partido en el Gobierno) no da un coeficiente significativo. Las variables sociodemográficas tampoco influyen. De manera que si bien la confianza en el Presidente del Gobierno estaba prejuiciada por la preferencia partidista, la confianza en el Gobierno como institución no lo está en absoluto. Cuando se pregunta por la confianza en el gobierno los ciudadanos dan un valor que es independiente de cuál sea su adscripción partidista, de si se ha optado o no por el partido en el gobierno.

En cuanto a las variables de gestión, incluimos aquí, además de las ya mencionadas, las variables que preguntan al encuestado sobre la valoración de los distintos miembros del gobierno. Los resultados son los siguientes: la valoración de la gestión del gobierno influye al ciudadano a la hora de confiar en la institución; la valoración de la situación política y económica también, y casi con el mismo peso; la valoración retrospectiva y prospectiva de la situación económica y política no influye, razón por la que las hemos excluido del modelo; y sobre la valoración de los ministros, sólo resulta importante la valoración que se otorgan a los Vicepresidentes (de ahí que excluyéramos del modelo la valoración del resto de ministros).

Por tanto, se confirma la hipótesis 2: las variables de gestión tienen un peso importante en la confianza en el gobierno como institución. El ciudadano confía en la institución cuando considera que ésta gestiona bien, le haya elegido o no.

El estudio del CIS de octubre de 2011 incluía además una serie de preguntas sobre la motivación del ciudadano por la política: su grado de interés, información, seguimiento, etc. Las introdujimos en la regresión como variables independientes, con el fin de comprobar si hay relación entre la confianza en el Gobierno y la implicación del ciudadano en el sistema. Sólo la variable que mide la “importancia otorgada a la política” (“en una escala 0-10, donde 0 es nada importante y 10 muy importante, ¿podría decirme qué importancia tiene en su vida la política?”), variable que hemos llamado motivacional, arrojó resultado relevante: un coeficiente de .16 con máxima significación estadística. Debemos dejar el significado de este resultado para otro trabajo, pues consideramos que excede al objeto de la presente investigación; pero consideramos que hay aquí una pista que explorar para un mejor análisis de la necesidad de apoyos mutuos hacia la que evoluciona el sector público. El dato muestra que cuanto más implicación hay en la política más está el ciudadano abierto a confiar en el Gobierno como institución.

## 9. Los efectos de la confianza en el Presidente del Gobierno

¿Influye algo y en qué el tener confianza en el Presidente del Gobierno? Para dar respuesta a esta pregunta tomamos los datos de enero de 2012, con un Presidente del Gobierno recién elegido. Tomamos como variable dependiente la pregunta “¿Cree usted que las cosas le van a ir mejor o peor que en 2011?” con respuesta de escala “Peor, Ni peor ni mejor, Mejor”. Los resultados de la regresión lineal se muestran en la tabla 4. Como variables independientes introdujimos la confianza en el Presidente del Gobierno además de las sociodemográficas, la ideológica (recuerdo de votar al partido en el gobierno) y la valoración prospectiva del empleo.

**Tabla 4.** Efectos de la confianza en el Presidente de Gobierno.  
*Coefficientes de regresión.*  
 ¿Cree usted que en el próximo año las cosas le van a ir peor/igual/mejor?  
 (Enero 2012)

Resumen del modelo: R2 aj. 30; Sig 0.000; Durbin-Watson 2.06	
Confianza en Presidente Gobierno	.13 (***)
Situación Política	-
Situación Económica	-
Situación Económica Prospectiva	.11(***)
Situación Política Prospectiva	-
Edad	-.1 (***)
Sexo	-
Recuerdo de voto	-
Valoración prospectiva empleo	.46 (***)

(\*)  $p < 0.10$  (\*\*)  $p < 0.01$  (\*\*\*)  $p < 0.001$

Los datos muestran que la valoración que el ciudadano hace sobre cómo le van a ir las cosas en el futuro tiene que ver, como era de esperar, con sus expectativas sobre el trabajo (éste es el coeficiente más alto) y con sus perspectivas sobre la situación económica. La variable ideológica no tiene importancia alguna, como tampoco el género; la edad, algo (los más jóvenes tienen mejores perspectivas).

Pero el resultado que aquí consideramos más interesante es el de que, en un coeficiente importante (.13, que además tiene alta significación estadística), las esperanzas futuras tienen que ver con la confianza que se tiene en el Presidente del Gobierno: cuanto más se confía en éste más visión optimista se tiene sobre la evolución futura. La confianza en el Gobierno parece tener consecuencias, cuando menos, en la situación personal de los ciudadanos.

## 10. Conclusiones

Dado que la evaluación de la relación entre organizaciones y públicos se pone en el centro de la gestión comunicativa de las organizaciones públicas, la presente investigación ha tratado de explorar qué variables explican la (des)confianza que en el Gobierno central tienen los españoles. Muestra que cuando al ciudadano se le pregunta por la confianza en el Presidente del Gobierno, en su respuesta, si bien está algo prejuzgado por su adscripción partidista, le influye también, y aún más, la valoración que hace de cómo gestiona el gobierno que lidera. Hay además aquí una evolución en el tiempo: el “partidismo” se ha ido reduciendo, es decir, al otorgar confianza, en 1995, 1999 y 2003 pesaba más la ideología que la gestión; en 2007 y 2010 el resultado es el opuesto, pesa más la gestión que la ideología.

El peso de la ideología desaparece totalmente al otorgar confianza en el Gobierno (en la única medición que se ha hecho al respecto, que es en octubre de 2011). Es

decir, cuando se pregunta por el Gobierno como institución (junto a otras instituciones) el voto no tiene peso alguno; al ciudadano le pesa la gestión del gobierno, cómo actúan sus miembros (específicamente los Vicepresidentes) y la situación económica y política.

Esto parece apuntar que la crisis económica está modificando la forma en cómo el ciudadano evalúa a la política y a los políticos. Con el paso del tiempo, al ciudadano le importa menos el partido por el que optó y refiere sus juicios a la situación real del entorno, a lo que el Gobierno realmente hace. Los ciudadanos parecen ser cada vez menos de siglas y más de proyectos. Si la tendencia se consolida, los gobiernos no podrán fiar tanto la adhesión de los ciudadanos a la inercia de la adscripción partidista, y tendrán que ganar el apoyo a base de buena gestión. Por la misma razón, los votantes fieles no exonerarán de culpa al gobierno al que votaron (como hacían antes de la crisis) cuando encuentren que éste comete errores.

Que la variable que hemos llamado “motivacional” (“la importancia que se otorga a la política”) resulte significativa y de peso al explicar la confianza en el gobierno, constituye un dato de interés si se encuadra en el contexto que hemos descrito de la evolución de la gestión pública en la que se hace más necesaria la interacción de la Administración Pública con sus *stakeholders*. Cuanto más interés despierta la política en el ciudadano, dicen los datos, más abierto está éste a otorgar confianza en su gobierno. Por tanto, la gestión de los gobiernos tendrá que ir orientada a establecer y estrechar lazos con los ciudadanos. En consecuencia, la gestión de la comunicación tendrá que reorganizarse para poder contar con una estructura (organigramas, regulación, etc.) y proceso (procesamiento de información, elaboración del mensaje, investigación del *feedback*, autoevaluación, etc.) que alcancen a poner en su horizonte la relación entre gobiernos y ciudadanos.

Los resultados revelan, además, que la confianza en el Gobierno incrementa la confianza personal en el futuro. Al ciudadano, para bien y para mal, le importa lo que el gobierno hace. Y lo que éste hace puede reducir la incertidumbre y afianzar en el avance hacia el futuro; o lo contrario, puede fragmentar, distanciar y paralizar.

Todos estos datos avalan la idea de que en crisis económica es más importante que nunca evolucionar hacia una “*economy support*” en la que para construir capital social adquiere importancia el diálogo, el intercambio y la implicación de los públicos: no se trata de “tomar medidas para” sino de “tomar medidas con”. De nuevo, la interacción con el ciudadano (y las nociones de comprensión mutua, simetría, co-creación de identidad de las organizaciones) se sitúa en el centro tanto de la práctica como del estudio de la comunicación de gobiernos. Estos datos muestran la necesidad de establecer puentes interdisciplinarios entre la Comunicación Política, las Relaciones Públicas, la Comunicación Corporativa y la Ciencia Política para el estudio de la comunicación en el sector público.

Estas conclusiones sobre los principios y planteamientos de la comunicación llevan consigo las siguientes consecuencias operativas para la comunicación de gobiernos.

En primer lugar, que en crisis económica el ciudadano sea menos partidista en sus juicios, reclama una comunicación de gobierno que tampoco lo sea. Esto indica que los gobiernos tienen que priorizar en su agenda y comunicación la proyección del equipo y del trabajo. Pero subraya además la necesidad de avanzar en los mecanismos (tales como leyes de comunicación institucional o la configuración de los servicios



públicos de radiotelevisión) orientados a disociar los mensajes de gobierno de opiniones políticas partidistas, ya advertida en otros trabajos (Canel, 2013). El partidismo genera desconfianza.

En segundo lugar, que la confianza en el gobierno incrementa el optimismo sobre la propia situación personal reclama una adecuada comunicación de expectativas. Esto requiere, entre otras cosas, de una planificación de la comunicación que vaya acorde con la publicación de los indicadores económicos. El gobierno tiene que evitar las expectativas falsas así como la confusión, de manera que la gente conozca qué parte del esfuerzo le corresponde y qué, cuándo y cuánto es lo que toca exigir al gobierno.

En tercer lugar, que la confianza se incrementa cuando el ciudadano tiene más interés en la política señala que una de las líneas de trabajo de la comunicación del gobierno ha de ser la de generar intereses mutuos, para lo que es imprescindible ganar en transparencia: una comunicación que dé cuenta y razón del cumplimiento de presupuestos, de los resultados de gestión, de la rentabilidad de los recursos empleados, etc. Sólo con mayor transparencia será posible implicar al ciudadano.

En definitiva, esta investigación corrobora el análisis de la evolución de la Administración Pública que apunta la necesidad de gestionar construyendo “capital social”, es decir, generando relaciones de apoyo mutuo; lazos comunes sobre los que avanzar hacia los objetivos sociales, políticos y económicos que reclaman la presente situación, y que son sólo alcanzables de forma conjunta, si se “gestiona con” la sociedad. Sólo así los gobiernos ganarán legitimidad.

## **Referencias bibliográficas**

- ALFORD, J. (2002). Defining the client in the public sector: a social exchange perspective”. **En:** *Public Administration Review*, vol.62, n.º3, pp.337-45.
- BELL, S., HINDMOOR, A. y MOLS, F. (2010). Persuasion as governance: A state-centric relational perspective. **En:** *Public Administration*, 88(3), pp. 851-870.
- BERMAN, Evan M. (1997). Dealing with Cynical Citizens. **En:** *Public Administration Review*, vol. 57, n.º2, pp. 105-12.
- BOSSI, A., FUERTES, Y. y SERRANO, C. (2005) Reflexiones en torno a la aplicación del capital intelectual en el sector público. **En:** *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, vol. XXXIV, n.º124, pp. 211-245.
- BOUCKAERT, G. y S. VAN de WALLE. S. (2001). *Government Performance and Trust in Government. Paper for the Permanent Study Group of Productivity and Quality in the Public Sector at the EGPA Annual Conference*. Vaasa, Finlandia, Septiembre.
- BOUCKAERT, G., VAN DE WALLE, S., MADDENS, B. y KAMPEN, J. K. (2002). *Identity vs. performance: an overview of theories explaining trust in government: second report on “Citizen Directed Governance: Quality and Trust in Government”*, Public Management Institute, Leuven, Belgium.

- BROOKING, A. (1997). Management of intellectual capital. **En:** *Long Range Planning*, vol. 30, n.º3, pp. 364-365.
- BROOM, G., CASEY, R., y RITCHEY, J. (2000). Toward a concept and theory of organization-public relationships: An update. **En** J.A. Lendingham y S.D. Bruning (Eds.), *Public relations as relationship management: A relational approach to public relations*. Mahwah, NJ: Erlbaum, pp. 3-22.
- CANEL, M. J. (2008) La popularidad de los gobiernos. Análisis teórico y empírico de las percepciones de los españoles (1992-2006). **En:** CANEL, María José y GURRIONERO, Mario (eds.). *Estudios de comunicación política. Libro del año 2008*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, pp. 151-176.
- CANEL, M. J. (2013). Government communication in Spain. **En** K. Sanders y M. J. Canel, *Government communication. Cases and challenges* (pp. 133-151). Londres: Bloomsbury.
- CANEL, M.J. (2007). *La comunicación de las instituciones públicas*. Madrid: Tecnos.
- CANEL, María José (2009). El impacto de los sucesos imprevistos en la imagen pública de los gobiernos españoles. **En:** *Anàlisi*, vol. 38, pp. 219-236.
- CANEL, María José y ECHART, Nazareth (2011). The role and functions of government public relations. Lessons from public perceptions of government. **En:** *Central European Journal of Communication*, vol. 4, n.º1(6), pp. 109-123.
- CANEL, María José y SANDERS, Karen (2012). Government communication: An emerging field in Political Communication research. **En** H. SEMETKO y M. SCAMMELL (Eds.), *The Sage Handbook of Political Communication* (pp. 85-96). London: Sage.
- CARROLL, A. B. (1993). *Business and Society. Ethics and Stakeholder Management*. Cincinnati, OH: South-Western Publishing.
- CHANLEY, Virginia A., RUDOLPH, Thomas J., RAHN, Wendy M. (2000). The origins and consequences of public trust in Government. **En:** *Public Opinion Quarterly*, vol. 64, pp. 239-256.
- CINCA, C.S., MOLINERO, C.M. y QUEIROZ, A.B. (2003). The measurement of intangible assets in public sector using scaling techniques. **En:** *Journal of Intellectual Capital*, vol. 4, n.º 2, pp. 249-275.
- CITRIN, J. y GREEN, D. P. (1986). Presidential leadership and the resurgence of trust in Government. **En:** *British Journal of Political Science*, vol. 16, n.º4, pp. 431-453.
- DA SILVA, Rui y BATISTA, Luciano. (2007). Boosting government reputation through CRM. **En:** *International Journal of Public Sector Management*, vol. 20, n.º7, pp. 588-607.
- EASTON, David (1975). A re-assessment of the concept of political support. **En:** *British Journal of Political Science*, vol. 5, n.º4, pp. 434-57.
- EDELMAN (2012). *Trust in government*. URL: [<http://trust.edelman.com/trusts/trust-in-institutions-2/government-trust-breakdown/>]. Consultado el 7 de mayo de 2012.
- EDWARDS, George C. III (1983). *The Public Presidency: The pursuit of popular support*. Saint Martin's Press: Nueva York.
- FREEMAN, R.E. (1984). *Strategic Management: A stakeholder approach*. Boston, MA: Pitman.

- GARCÍA MOLERO, Ángeles (s.f.). *La reputación en instituciones públicas. Análisis de la Casa Real española*. Tesis doctoral en proceso de elaboración. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- GLENNY, L. (2008). Perspectives of communication in the Australian public sector. **En:** *Journal of Communication Management*, 12(2), pp. 152-168.
- GRONKE, Paul W. y NEWMAN, Brian (2003). FDR to Clinton, Mueller to?: A field essay on presidential approval. **En:** *Political Research Quarterly*, vol. 56, n.º4, pp. 501-512.
- GRUNIG, James E. y HON, Linda (1999). *Guidelines for measuring relationships in Public Relations*. Florida: The Institute for Public Relations.
- HETHERINGTON, Marc J. (1998). The political relevance of political trust. **En:** *American Political Science Review*, vol. 92, pp. 791-808.
- HOLMSTRÖM, S. (2004). Intermezzo: The reflective paradigm of public relations. **En:** van RULER, B. y VERCIC, D. (eds.). *Public Relations and Communication Management in Europe. A Nation-by-nation Introductions to Public Relations Theory and Practice*. Nueva York: Mouton de Gruyter, pp. 121-134.
- HOWLETT, M. (2009). Government communication as a policy tool: A framework for analysis. **En:** *The Canadian Science Review*, 3(2), pp. 23-37.
- LANOUE, David J. y HEADRICK, Barbara (1994). Prime Ministers, parties and the public. The dynamics of Government popularity in Great Britain. **En:** *Public Opinion Quarterly*, 58, pp. 191-209.
- LEDINGHAM, J.A. (2011). Political public relations and relationship management. **En:** J. STRÖMBÄCK y S. KIOUSIS (Eds.) *Political Public Relations. Principles and applications*. New York: Routledge, pp. 235-253.
- LEVI, Margaret (1997). *Consent, Dissent and Patriotism*. New York: Cambridge University Press.
- LILLEKER, D.G. y JACKSON, N. (2011). Political public relations and political marketing. **En:** J. STRÖMBÄCK y S. KIOUSIS (Eds.), *Political Public Relations. Principles and applications*. New York: Routledge, pp. 157-176.
- LOURY, G. (1987). Why we should care about group inequality? **En:** *Social Philosophy & Policy*, 5, pp. 249-271.
- LUOMA-AHO, Vilma (2007). Neutral Reputation and Public Sector Organizations. **En:** *Corporate Reputation Review*, vol.10, n.º2, pp.124-143.
- LUOMA-AHO, Vilma (2008). Sector reputation and public organizations. **En:** *The International Journal of Public Sector Management*, vol. 21, n.º5, pp. 446-467.
- MILLER, Arthur H. y OLA, Listhaug (1990). Political parties and confidence in government: a comparison of Norway, Sweden and United States. **En:** *British Journal of Political Science*, vol. 20, n.º3, pp.357-86.
- NÄSSI, J. (1995). What is stakeholder thinking? A snapshot of a social theory of the firm. **En:** NÄSSI, J. (ed.). *Understanding Stakeholder Thinking*. Jyväskylä: LSR-julkaisut.
- NYE, J. S., ZELIKOW, P. D. y KING, D. C. (1997). *Why people don't trust Government*. Chicago: Harvard University Press.
- ROSE, Richard (1991). *The Postmodern President*. New Jersey: Chatham.
- RUSCIO, Kenneth P. (1996). Trust, Democracy and Public Management: a Theoretical Argument. **En:** *Journal of Public Administration Research and Theory*, vol. 6, n.º3, pp. 461-77.

- SCHOLZ, John T. y LUBELL, Mark(1998). Trust and taxpaying: Testing the Heuristic Approach to Collective Action. **En:** *American Journal of Political Science*, vol. 42, pp. 398-417.
- SKELLEY, Douglas (2008). The persistence of the politics-administration dichotomy: An additional explanation. **En:** *Public Administration Quarterly*, vol. 32, n.º4, pp. 550-570.
- STARLING, G. (1982). *Managing the public sector*. Boston: Wadsworth.
- STRÖMBÄCK, J. y KIOUSIS, S. (2011). Political public relations: Defining and mapping an emergent field. En J. STRÖMBÄCK & S. KIOUSIS (Eds.), *Political Public Relations. Principles and applications*. New York: Routledge, pp. 1-32.
- SZTOMPKA, Piotr (1999). *Trust. A Sociological Theory*. Cambridge: Cambridge University Press.