

CALDEVILLA DOMÍNGUEZ, David: *La cara interna de la Comunicación en la empresa*. Visión Libros, Madrid 2012, 248 pp.

Este libro propone una investigación profunda y rigurosa sobre la comunicación interna de las empresas, reclamando al mismo tiempo, mayor espacio académico para esta disciplina. La principal razón es que habitualmente, la comunicación externa disfruta de más áreas científicas, de investigación y de debate. Sin embargo, el autor de esta obra plantea ahondar en las empresas e instituciones porque su éxito no viene siempre del cliente y del consumidor, sino del clima y de los valores internos.

De hecho, la gestión empresarial actual incide sobremanera en el término de “gestión integral”. Caldevilla demuestra que la comunicación interna debe ser parte intrínseca y fundamental de ese todo integral. Además, sus páginas son fruto de la experiencia mercantil y docente del autor, después de más de dos décadas de trabajo con empresas de muy distintos sectores. Sin embargo, el contenido, el estilo, los ejemplos y el lenguaje del libro lo convierten en una obra cercana e inmensamente útil para los lectores que no cuenten con tanta experiencia, pero quieran iniciar o mejorar sus conocimientos en comunicación interna.

A lo largo de las páginas, el autor analiza y estudia todos los conceptos de esa gestión integral o nuevo “corporate”. En las primeras páginas, centra su discurso en el estudio del líder y en las labores directivas. A continuación, presenta 25 investigaciones desarrolladas en las aulas de la Universidad Complutense de Madrid, que sirven de eje de acción para explicar los engranajes de las Relaciones Públicas. También dedica un capítulo completo a la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y a los criterios dominantes de la Opinión Pública en cada situación temporal y espacial. En este punto, el autor profundiza en conceptos tan importantes como los códigos de conducta y la reputación e imagen de empresa, para construir un tríptico de las relaciones sociales a las que la empresa se ve sujeta. Y lo hace no sólo desde el ámbito de la positivación jurídica, sino también desde el ámbito de la cultura, como generadora de normas aún más válidas y aconsejables para obtener, o mantener, el éxito empresarial.

David Caldevilla Domínguez es Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid y Diplomado en Magisterio por la de Universidad de Zaragoza. Desde 1994, es profesor de la Facultad de Ciencias de la Información (UCM), en los estudios de licenciatura y grado en Comunicación Audiovisual, Periodismo, y Publicidad y Relaciones Públicas. Anteriormente, ha publicado individualmente los libros *Las Relaciones Públicas y su fundamentación*, *Relaciones Públicas y cultura*, *Manual de Relaciones Públicas* y *El sello Spielberg*. Asimismo, es Secretario General del Fórum Internacional de Comunicación y Relaciones Públicas y de la Sociedad Española de Estudios de la Comunicación Iberoamericana (SEECI), y Director de la célula de investigación iberoamericana Concilium con más de 25 investigaciones nacionales e internacionales publicadas junto con diversas universidades como la de Zacatecas y Guadalajara (México), La Rioja, Extremadura, Valladolid, Complutense de Madrid y Europea (España).

Graciela PADILLA CASTILLO