

La Comunicación Pública: una herramienta en la gestión de los gobiernos de Iberoamérica, Concepción CAMPILLO ALHAMA (Directora) y Liliana LADRÓN DE GUEVARA MUÑOZ (coordinadora), Colección Estudios y Comentarios, Unión Iberoamericana de Municipalistas, 2022, ISBN 978-84-120411-4-9, 247 pp.

La comunicación pública en la gestión de los gobiernos de Iberoamérica se erige como una de las políticas estratégicas esenciales para gestionar, restablecer y fortalecer los vínculos entre la ciudadanía y las administraciones públicas. En todo sistema democrático la ciudadanía es la verdadera protagonista de los sistemas y procesos político-administrativos, ya que en el ejercicio de sus derechos fundamentales se manifiesta el apoyo, involucración y participación activa en la gestión de las instituciones desde una orientación neopública. Sin embargo, en determinados contextos, se impone la realidad que muestra a una ciudadanía con altos niveles de desafección política, y una gran desconfianza hacia las instituciones democráticas y sus representantes públicos.

La desafección hacia la esfera pública tiene un carácter multicausal, y constituye la consecuencia directa de esta desconfianza notable que incide gravemente en el proceso de gobernabilidad, en la incredulidad de la eficacia gubernamental y en la legitimidad de las políticas públicas. Esta circunstancia, si no se combate, puede provocar el debilitamiento de las democracias en numerosos países y favorecer que emerjan nuevos liderazgos y partidos políticos que amenazan el orden democrático.

La comunicación pública se ha consolidado como una herramienta esencial que permite explicar y justificar las decisiones políticas de cada periodo legislativo, mediante procesos como la comunicación administrativa, institucional, la gestión de relaciones informativas, la gestión de relaciones institucionales, los procesos de participación y presupuestos colaborativos, o la celebración de acontecimientos especiales con una gran proyección mediática, entre otras intervenciones. Su premisa fundamental parte del hecho de que la ciudadanía constituye el epicentro de la acción de gobierno; y, en consecuencia, debe estar informada de todas aquellas actuaciones que puedan incidir en su condición de administrados y administradas. Es así como se garantiza la transparencia democrática en el contexto político-administrativo.

Concepción Campillo Alhama, profesora titular del Dpto. de Comunicación y Psicología Social de la Universidad de Alicante y *Liliana Ladrón de Guevara Muñoz*, directora de Comunicación de la Unión Iberoamericana de Municipalistas (UIM) y coordinadora de la Red Iberoamericana de profesionales por la Comunicación Pública (IberComp), han asumido respectivamente la dirección y coordinación de esta publicación, dentro de la colección Estudios y Comentarios de UIM, que ha contado

con la colaboración de Diputación de Jaén y el Instituto Iberoamericano de Investigación Urbana y Territorial. (IUT)

En esta obra colectiva se reúne a un destacado elenco de especialistas, docentes e investigadores/as en comunicación pública, política y administrativa. Su estructura está integrada por seis capítulos que ofrecen un análisis exhaustivo e interdisciplinar sobre diferentes estrategias de comunicación para la gestión gubernamental en Iberoamérica. Desde el punto de vista temático, cada capítulo brinda perspectivas complementarias sobre cómo la comunicación puede fortalecer la legitimidad de las administraciones, gestionar la identidad territorial, la imagen y reputación de las instituciones, el desarrollo local, la resolución de situaciones de crisis (con especial atención a la pandemia de la COVID-19), la promoción de la participación colectiva o la necesidad de desarrollar estrategias de innovación, digitalización y de *Open Government* a partir de los principios de transparencia y colaboración ciudadana.

En el capítulo I, con el título «La comunicación pública como herramienta estratégica para el desarrollo local», *Liliana Ladrón de Guevara Muñoz* (Unión Iberoamericana de Municipalistas) examina cómo la crisis de credibilidad en las administraciones públicas ha afectado a la confianza ciudadana. La autora resalta la necesidad de implementar estrategias de comunicación pública que restablezcan la confianza y fortalezcan la relación entre los gobiernos y la ciudadanía. Se incide en la importancia crítica de la comunicación para salvar vidas y mantener la cohesión social durante la pandemia. Y cómo en un entorno que es volátil, incierto, complejo y ambiguo resulta vital que los gobiernos utilicen canales de comunicación oficiales y confiables para enfrentarse a situaciones de crisis y construir relaciones basadas en la confianza a largo plazo. Se incide, por otra parte, en cómo el fenómeno de la infoxicación ha aumentado la desconfianza hacia líderes y periodistas, lo que conlleva la necesidad urgente de integrar en las rutinas comunicativas fuentes de información confiables y responsables. Y se subraya que una gestión comunicacional adecuada puede actuar como un puente entre las administraciones y la ciudadanía, promoviendo la participación activa y el empoderamiento comunitario.

El capítulo II lleva como título «Creación de identidad local y modelos de comunicación para los territorios», y en él *Concepción Campillo Alhama* (Universidad de Alicante) se centra en la comunicación pública a nivel municipal, explorando la orientación neoempresarial y neopública de la Teoría de la Organización, como perspectivas contrapuestas. En la primera, se identifica a los ciudadanos como clientes, mientras que en la segunda se convierten en actores políticos y económicos activos. La autora analiza cómo estas dos perspectivas en el desarrollo de la gestión pública influyen en la gestión comunicativa de los municipios. Este análisis de la administración municipal desde un enfoque jurídico, económico y comunicacional gira

en torno a la satisfacción de las necesidades locales y la creación de identidad comunitaria. Y destaca que los ayuntamientos son el eje básico de la gestión pública debido a su proximidad e inmediatez en la toma de decisiones que afectan a la ciudadanía. La transición de modelos de gestión burocrático-tayloristas a los enfoques contemporáneos de la nueva gestión pública (NGP) ha permitido la transformación radical de las estrategias comunicativas y relacionales que se reflejan, en la propuesta, en un modelo de comunicación integrada. Este nuevo enfoque comunicativo-relacional se erige como premisa fundamental para construir una administración más inclusiva y democrática que responda de forma efectiva a las necesidades y expectativas de las comunidades locales.

En el capítulo III «Comunicación pública y gestión de riesgos», *Francisco Paniagua Rojano* y *Paula Vázquez Almendros* (Universidad de Málaga) abordan la gestión de crisis en el sector público, ofreciendo un interesante marco de referencia para entender las características y tipologías de las crisis de carácter institucional (naturales, tecnológicas, económicas, o de salud pública, entre otras). Se detallan las etapas del plan de comunicación de crisis y las estrategias más comunes para manejar situaciones críticas que afectan a la imagen y a la reputación de las instituciones con la identificación de riesgos potenciales, la preparación de mensajes clave y la gestión efectiva de la portavocía institucional. Y se incide, en este sentido, en la necesidad de planificar dichas estrategias de forma anticipada para minimizar el impacto de las crisis y mantener una conexión emocional efectiva con los grupos de interés. Los autores se centran además en la relevancia de una comunicación digital robusta (webs institucionales y redes sociales) para diseñar y gestionar procesos de comunicación de crisis en situaciones que requieren de enfoques específicos de comunicación, con respuestas rápidas y clarificadoras en entornos cambiantes.

El capítulo IV, con el título «Imagen y reputación: La creación de valor territorial», es una aportación de *María Gabriela Ortega Jarrín* (Análisis, Liderazgo, Estudios Políticos y Humanismo- ALEPH) donde se explora la relación entre identidad, imagen y reputación desde la perspectiva de la comunicación pública. Por una parte, la autora se refiere a la identidad territorial como un conjunto de atributos y valores que caracterizan a un lugar, y que deben ser comunicados (a nivel interno y externo) en base a objetivos estratégicos; por otra, se profundiza en los componentes fundamentales de la identidad de los territorios (tangibles e intangibles) y en las herramientas necesarias para su gestión eficaz. La identidad, la imagen, la marca y la reputación aparecen como elementos interrelacionados que contribuyen al valor territorial, cuando la identidad proyectada coincide con la imagen percibida de los grupos de interés. La marca territorial constituye así una representación tangible e intangible de la identidad, a través de elementos visuales (logotipos, colores y tipografías), y de experiencias sensoriales y emocionales que generan *engagement*. *Ortega Jarrín* propone

una metodología que permite diseñar marcas territoriales y que se refuerza con el análisis de casos vinculados a estrategias de *citymarketing*.

En el capítulo V «De la propaganda a la comunicación pública en la democracia del conocimiento», *Ángel Losada Vázquez* (Universidad Pontificia de Salamanca) examina la evolución de la comunicación pública desde la propaganda hacia un enfoque más participativo y orientado al conocimiento. Introduce como concepto la «democracia del conocimiento» para incidir en la gestión de la comunicación pública desde la transparencia, la participación ciudadana y el aprendizaje colectivo. En este contexto, la propaganda de carácter tradicional, que busca la adhesión ciudadana a través de técnicas persuasivas, se reemplaza por procesos de comunicación que promueven la comprensión y el compromiso. Y subraya que la eficacia de la comunicación pública en la era digital depende de la capacidad de las instituciones para interpretar y responder a la información del entorno, crear relaciones significativas con los públicos y gestionar la reputación de manera proactiva. *Losada Vázquez* argumenta que las administraciones deben adaptarse a los cambios tecnológicos y sociales, utilizando para ello la inteligencia contextual y la gestión relacional con los públicos prioritarios. Proporciona, además, un marco metodológico para el análisis y la toma de decisiones en los planes estratégicos de comunicación, describiendo los principales roles del DIRCOM en la gobernanza local.

Finalmente, en el capítulo VI «Innovación y digitalización en la Administración Pública», *Miguel Ángel Rodríguez Pinto y Beatriz Fernández Camacho* (Escuela Superior de Comunicación y Marketing de Granada) analizan cómo la digitalización ha transformado la comunicación pública y las relaciones con la ciudadanía. En esta contribución se discute la necesidad de desarrollar estrategias de comunicación digital en el sector público que integren las redes sociales, la creación de mensajes pertinentes y el compromiso continuo con la transparencia y la rendición de cuentas. Y se destaca, en este sentido, para la modernización administrativa, la relevancia del *Open Government* (gobierno abierto) junto con una cultura organizacional que valore la innovación y la flexibilidad. Implica la disponibilidad de información pública, la creación de canales efectivos para que las personas participen en la toma de decisiones y la cocreación de servicios públicos. La implementación de tecnologías de información y comunicación (TIC) que faciliten la interacción y el diálogo para ofrecer servicios mucho más accesibles y personalizados resultan vitales. También se analiza el impacto de la digitalización en la comunicación interna de las administraciones públicas y se enfatiza la importancia de desarrollar habilidades digitales para fomentar una cultura de aprendizaje continuo que permita la adaptación a los vertiginosos cambios tecnológicos de la era digital.

Consideramos que esta valiosa obra representa un recurso imprescindible para el estudio de la comunicación pública en la gestión gubernamental de los países de Iberoamérica como contexto de referencia. Su potencialidad para fortalecer la legitimidad de las instituciones se justifica desde una orientación neopública. Como publicación colectiva ofrece una visión teórico-práctica sumamente minuciosa de las estrategias comunicativas que se pueden implementar en la gestión de relaciones entre administraciones públicas y ciudadanía, especialmente en contextos de crisis y de desafección política. Su calidad académica viene respaldada por la interdisciplinariedad de las contribuciones, la profundidad en el desarrollo de los contenidos y la claridad expositiva, lo que la convierte en una referencia esencial para futuros trabajos de índole académico y profesional vinculados al ámbito de la comunicación pública. En tiempos donde la transparencia, la innovación y la proximidad son valores fundamentales en la esfera pública, esta obra proporciona estrategias efectivas, con una mirada regional, para mejorar la gestión político-administrativa y promover prácticas comunicativas más democráticas y participativas.

Rosa María TORRES VALDÉS

Profesora titular del Departamento de Comunicación y Psicología Social

Secretaria Académica del Instituto Universitario de Estudios Sociales de
América Latina

Universidad de Alicante

<https://orcid.org/0000-0002-4618-1527>