Prólogo

"El arte de la comunicación es el lenguaje del liderazgo"
James Humes

La comunicación en general, y la institucional en particular, ha experimentado una transformación entre finales del siglo XX y el siglo XXI.

Cambios de hábitos en la sociedad en lo que se refiere a la participación en la vida pública y el cómo comunicarse a través de las nuevas tecnologías replantean todo el conjunto de relaciones entre instituciones, políticos, ciudadanos y medios.

En estos momentos, los medios digitales permiten una comunicación bidireccional donde los propios ciudadanos producen comunicación.

Vivimos un momento en el que la inmediatez es un rasgo característico de la comunicación. Todo se conoce en el instante en el que se produce y todo aquello que no se comunica parece no existir.

Pero al igual que el suceso o el hecho es conocido, también vivimos sumidos en lo que puede ser el manejo de la percepción por parte de aquellos que utilizan la comunicación como herramienta para llegar al máximo número de personas posibles, con un interés de manejo de emociones o confusión. Quiere esto decir que **el buen manejo de la comunicación genera poder**.

El ciudadano exige saber, exige conocer como derecho individual y colectivo, y las instituciones públicas como Administración, organizaciones y partidos políticos están obligados a comunicar, a ser transparentes en su gestión y a liderar con una ejemplaridad que no diferencia entre el límite de lo profesional y lo personal.

El ciudadano quiere y tiene derecho a saber, y de ahí la importancia de los mensajes por parte de las instituciones, los Gobiernos, las Administraciones o los políticos.

Fundación Democracia y Gobierno Local
Serie: Claves del Gobierno Local, 37
ISBN: 978-84-125912-3-1

Estamos ante un nuevo paradigma social que ha cambiado la manera de dirigir, de administrar, de gobernar, y la relación de las instituciones públicas con el entorno en el que se encuentran.

Existe una crisis de confianza, de valores y de credibilidad a la que desde la institución pública y política se debe responder con rapidez, para evitar así un desprestigio mayor que afectaría directamente a nuestra democracia y a las instituciones que la representan.

Por todo ello, más que nunca, la comunicación institucional y política se convierte en una prioridad si queremos reconvertir la relación entre sociedad y Administración; ciudadanos y políticos.

Comunicar la personalidad de una institución y sus valores es algo que no puede separarse.

Ahora mismo, en la comunicación, como he comentado, impera la inmediatez, nunca jamás se había comunicado con mayor rapidez; también la globalidad, todo llega a cualquier punto del planeta; y la facilidad con la que se genera la información, cualquiera puede hacerlo desde cualquier lugar.

De ahí la importancia de gestionar correctamente la comunicación desde las instituciones públicas: ¿conocer a quién nos dirigimos?; ¿qué queremos comunicar?; ¿cómo comunicarlo?; y ¿cuándo decir lo que queremos decir?

El objetivo fundamental es crear relaciones entre la institución y los ciudadanos a los que se dirige. Darse a conocer y dar a conocer una imagen siempre adecuada a unos fines y/o actividades.

No debemos olvidar que en las instituciones públicas siempre convivirá una comunicación institucional, de los asuntos públicos, con la comunicación política, que son las relaciones públicas de los grupos políticos o del equipo de gobierno.

Y lo público, como tal, debe ser accesible, transparente y conocido o sabido por todos.

Este trabajo que ahora tienen en sus manos, en una nueva edición actualizada y ampliada, ***COMUNICACIÓN institucional y política***, habla de todo esto y más. Podríamos decir que no es un manual de comunicación, pero sí un texto de cabecera para todos aquellos interesados, o responsables en instituciones públicas, en organizaciones de cualquier índole, o que se dediquen al servicio público desde el ámbito político, ya sea a nivel local,

Fundación Democracia y Gobierno Local
Serie: Claves del Gobierno Local, 37
ISBN: 978-84-125912-3-1

en los Gobiernos intermedios (diputaciones provinciales, cabildos o consejos insulares), regionales o estatales, y que deseen conocer, saber, dejarse aconsejar por los más prestigiosos autores, profesionales y estudiosos de la comunicación a nivel institucional y político en España.

Seguro no están todos los que son; pero sí están los más representativos y que con su colaboración convierten este libro en un verdadero tesoro en el ámbito de la comunicación: Luis Arroyo, Concepción Campos, Patrycia Centeno, Encarna Hernández, Fran Carrillo, Verónica Fumanal, José Luis Ros-Medina, Rafa Rubio, Estrella Montolío, Antoni Gutiérrez-Rubí, Eduardo Baeza y José Luis Vicente. A todos ellos agradezco enormemente su tiempo y trabajo.

En este trabajo se repasan y estudian todos aquellos temas que afectan al ámbito de la comunicación institucional, como son: el relato, la construcción del mensaje, el plan estratégico de comunicación, la comunicación institucional como tal, el lenguaje, la red como el epicentro de la estrategia de comunicación, la relación entre las instituciones y los medios de comunicación, el liderazgo emocional, la acción política, la transparencia efectiva como valor público, el lenguaje no verbal, la revolución de la comunicación institucional por la inteligencia artificial o las peculiaridades de la comunicación en el ámbito local.

No tengo duda de que disfrutarán, aprenderán y reflexionarán con la lectura de este trabajo, que no pretende más que servir de apoyo y ayuda a todo aquel que muestre interés por algo tan importante y esencial como es el comunicar bien.

La comunicación es liderazgo. El liderazgo se crea, también, por medio de la comunicación.

“No hay más verdad que la que se percibe” (Goethe)

José Luis Moreno Torres
Gerente de la Fundación Democracia y Gobierno Local

Fundación Democracia y Gobierno Local
Serie: Claves del Gobierno Local, 37
ISBN: 978-84-125912-3-1