

Gestión de la comunicación pública: empresas, grupos e instituciones en el escenario público

Índice

1. Asuntos públicos y perspectiva comunicativa de análisis
2. La gestión de los asuntos públicos. Un análisis desde bastidores
3. Escrito público (EP) y gestión de los asuntos públicos. Estrategias, jugadores, mecanismos
4. Institucionalización y legitimación
5. Reputación, credibilidad y confianza en el marco de las crisis sociales colectivas
6. Problemas de consenso: la percepción del peligro y la comunicación del riesgo
7. La disolución del consenso: conflicto y enfrentamiento en el escenario público
8. Problemas graves para la construcción de consenso: crisis y gestión de la complejidad

RESUMEN DEL LIBRO

¿Cómo gestionar el consenso en el escenario público? ¿De qué manera la comunicación pública colabora con la generación de los procesos de consentimiento o, por el contrario, detiene la aparición del disenso? ¿De qué manera las personas públicas, los grupos sociales, las empresas, y las organizaciones sociales y estatales deberían decidir de forma racional y sistemática los procesos de comunicación pública, si quieren mejorar su rendimiento "político" y aumentar sus "ganancias corporativas"? ¿Cómo se integran las diferentes funciones y estructuras de comunicación corporativa para alcanzar cierta "posición estratégica" en el escenario público? ¿Cómo se relacionan la gestión de la reputación y de la institucionalización con la gestión de los riesgos, de los conflictos y de las crisis? Éstas y otras preguntas tratan de ser respondidas en Gestión de la comunicación pública. Empresas, grupos e instituciones en el escenario público, de acuerdo con el siguiente supuesto: el management de la comunicación pública se transformó en una variable central para otras decisiones estratégicas que deben tomar tanto personas públicas y grupos sociales como organismos estatales y corporaciones económicas. En la medida en que las decisiones acerca de la obtención de consenso y de la "salida" de situaciones de disenso públicos tengan mayores consecuencias para los intereses de los jugadores sociales y para las formas de vida de los ciudadanos en general, entonces, el manejo reflexivo y sistemático de la comunicación dejará de ser algo periférico para ser

más central y estructural en la toma de decisiones. De acuerdo con este principio, el trabajo plantea tres cuestiones claras: cómo gestionar el escenario público y los asuntos públicos, de qué manera se produce consenso estructural y cómo se maneja el disenso. En los primeros capítulos, define de modo operativo el concepto de "asunto público" e introduce una matriz para pensar la gestión de los asuntos públicos y del escenario público, siempre desde una perspectiva comunicativa. En una segunda parte, se centra en las formas estratégicas más importantes de conseguir consenso: la construcción y la gestión de la reputación, y su punto de llegada más seguro: el proceso de institucionalización social en el escenario público. Finalmente, los tres últimos capítulos analizan la gestión del disenso, es decir, la búsqueda de una forma sistemática para decidir y actuar en situaciones de riesgo, de crisis y de conflictos públicos.