

COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL PÚBLICA: RETOS Y REALIDADES

MAR GARCÍA-GORDILLO
CONCHA PÉREZ-CURIEL
(eds.)

Prólogo de Ángel Losada Vázquez

**Mar García-Gordillo
Concha Pérez-Curiel (eds.)**

**COMUNICACIÓN
INSTITUCIONAL PÚBLICA:
RETOS Y REALIDADES**

Prólogo de Ángel Losada Vázquez

2014

Índice

AGRADECIMIENTOS.....	11
PRÓLOGO	15
<i>Ángel Losada Vázquez</i>	
INTRODUCCIÓN.....	19
<i>Mar García-Gordillo / Concha Pérez-Curiel</i>	
1. LAS DIRECCIONES DE COMUNICACIÓN EN LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS	29
<i>Mar García-Gordillo / Concha Pérez-Curiel / Ofa Bezunartea Valencia</i>	
1. Comunicar lo público. Investigando en los orígenes.....	29
2. Las direcciones de comunicación institucional. Hacia un nuevo modelo de gestión estratégica.....	32
3. Las direcciones de comunicación de las instituciones públicas. Del concepto a la práctica.....	35
4. Identidad de las direcciones de comunicación como servicio público	39
5. Función de responsabilidad social y códigos éticos de la comunicación pública	39
6. Jerarquía dircom y relaciones internas en la estructura de la organización	46
7. Prioridad de la comunicación en el ejercicio presupuestario público	47
8. El nuevo paradigma comunicacional. Estrategias y efectos en las redes sociales	48

9. La formación universitaria para el ejercicio de la dirección de comunicación	51
10. Presente y futuro del dircom en las instituciones públicas. Una visión de conjunto	54

2. LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DE LA COMISIÓN EUROPEA ... 61

Mikel Landabaso / Tina Zournatzi / Ángela Campos Jiménez

1. Antecedentes	63
2. Objetivos	65
3. Estrategia y proceso de implementación	66
3.1. InvestEU (2017-2019): <i>A Europe that delivers</i>	66
3.2. EUandME (2018-2019): <i>A Europe that empowers</i>	67
3.3. EU Protects (2018-2019): <i>A Europe that protects</i>	68
4. Resultados	69

3. EL VIDEOACTIVISMO PARLAMENTARIO 75

Julen Orbegozo Terradillos

1. Introducción: la compol en la segunda década del siglo XXI ..	76
2. Caso de estudio: Mikel Otero, un parlamentario llano comunicando	79
2.1. Motivos y objetivos de la acción	81
2.2. Estrategia y procesos de implementación	82
2.3. Resultados	85
3. Conclusiones.....	89

4. LA COMUNICACIÓN DE MADRID CENTRAL ... 91

Carmen M. Gutiérrez López / María José Cavadas Gormaz

1. Antecedentes: experiencias anteriores en Madrid y otras ciudades	92
2. Objetivos: difusión de una medida pionera.....	94
3. Estrategia y proceso de implementación: máxima difusión y sensibilización en torno a Madrid Central....	95

4. Resultados y conclusiones: la salud como palanca de cambio social.....	101
---	-----

5. NAZARÉ Y EL SURF, EL VALOR DE UN RELATO DE COMUNICACIÓN 103

Nuno Gonçalo Cruz Inácio / Eduardo González Vega

1. Antecedentes	104
2. Objetivos	107
3. Estrategia y proceso de implementación	109
4. Resultados	112
4.1. Posicionamiento e imagen del municipio	112
4.2. Vídeo <i>This is the size of a wave in Portugal</i>	115
4.3. Visitas y cifras de sitios emblemáticos de Nazaré	115
4.4. Datos socioeconómicos de Nazaré	116

6. COMUNICACIÓN POLÍTICA Y REDES SOCIALES EN EL 28F 117

Ricardo Domínguez García

1. Introducción	118
2. La visión comunicativa del protocolo y la importancia de la escenificación política	119
3. El impacto de las redes sociales en los actos institucionales	121
4. Caso de estudio: los actos oficiales del Día de Andalucía..	123
4.1. Motivos y objetivos de la acción	125
4.2. Estrategia y proceso de implementación	126
4.3. Resultados y conclusiones	133

7. UNIVERSIDAD Y COMUNICACIÓN 2.0: REDES SOCIALES Y REORGANIZACIÓN DEL ESPACIO DIGITAL..... 135

Mar García-Gordillo / Marina Ramos-Serrano

1. Antecedentes	137
-----------------------	-----

2. Objetivos	141
3. Estrategia y proceso de implementación	142
3.1. Las cuentas en redes de la Universidad de Sevilla.....	143
3.2. Trabajo en equipo y coordinado	147
3.3. Una nueva imagen unificada para una nueva época ...	147
4. Resultados y conclusiones	149

8. FUNDACIÓN DESCUBRE: REDES SOCIALES PARA DIVULGAR CIENCIA EN ANDALUCÍA

153

Ana Rodríguez Rey

1. Antecedentes	154
2. Objetivos	158
3. Estrategia y proceso de implementación	159
4. Resultados y conclusiones	163

9. LA COMUNICACIÓN PÚBLICA EN EMERGENCIAS INTERNACIONALES

167

Aurelio Soto Suárez

1. Introducción	168
2. Comunicación del riesgo	169
3. Terremoto de Haití 2010. Radio Petit Goave FM al rescate	171
3.1. Objetivos	172
3.2. Estrategia y proceso de implementación	172
3.3. Resultados y conclusiones	174
4. Terremoto de Ecuador 2016. Las redes sociales en una catástrofe.....	175
4.1. Objetivos	176
4.2. Estrategia y proceso de implementación	177
4.3. Resultados y conclusiones	179

10. HUMANIZANDO LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL EN SALUD 181

Eva Arana Benítez

1. Antecedentes 182
2. Objetivos 184
3. Estrategia y proceso de implementación 185
 - 3.1. Rueda de prensa, el formato más idóneo y universal 186
 - 3.2. Apoyos gráficos y audiovisuales 187
 - 3.3. Redes sociales, un canal amplificador necesario 189
 - 3.4. El hospital, un lugar que comunica 190
 - 3.5. Los interlocutores y sus mensajes 191
4. Resultados y conclusiones 192

EPÍLOGO 195

Concha Pérez-Curiel / Mar García-Gordillo

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 203

AUTORES 217