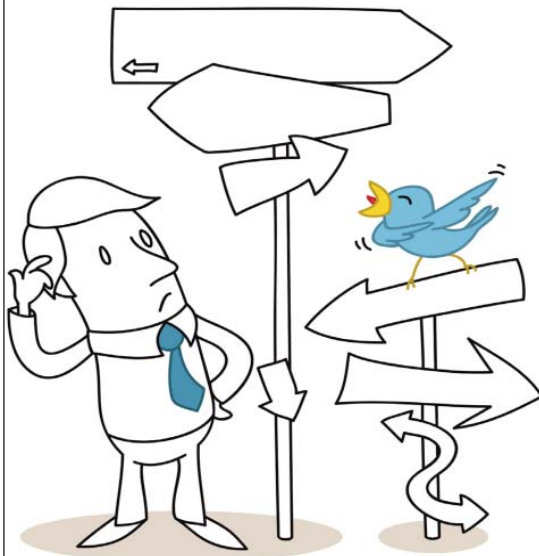


acción empresarial

**Elena Gutiérrez y Jordi Rodríguez**  
*coordinan a nueve expertos para definir los retos  
de la comunicación en la nueva era tecnológica.  
Con prólogo de Antonio López.*

# EL FUTURO DE LA COMUNICACIÓN



*«La complejidad del entorno plantea a la comunicación nuevos y difíciles retos. La asunción del nuevo papel supondrá un esfuerzo para encerrar en el baúl de las cosas inservibles las malas prácticas como el secretismo, el control de los medios por los poderes empresariales y políticos, la propaganda y la desconexión de la realidad, y caminar con valentía a la búsqueda de unos valores que actúen de puente entre los ciudadanos y el tejido institucional y empresarial.»*

**Antonio López**, prologuista de la obra

Vídeo de los autores



Coordinadores: **Elena Gutiérrez y Jordi Rodríguez**

Editorial: **LID Editorial Empresarial**

Colección: **Acción Empresarial** • ISBN: **9788483569580**

Precio: **19,90 euros** • Precio ebook: **11,99 euros**

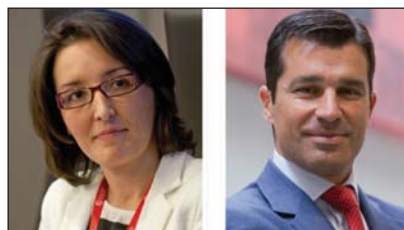
Formato: **15 x 22 cm** • Encuadernación: **Rústica**

Número de páginas: **160**

## Los coordinadores

**Elena Gutiérrez-García** es subdirectora del Máster en Comunicación Política y Corporativa (MCPC) de la Universidad de Navarra. Doctora en Comunicación por dicha universidad y profesora de Gestión de Proyectos, Comunicación Empresarial y Financiera y Teoría de las Relaciones Públicas.

**Jordi Rodríguez Virgili** es director del Máster en Comunicación Política y Corporativa (MCPC) y vicedecano de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra. Doctor en Comunicación por dicha universidad y profesor titular de Sistemas Políticos Contemporáneos y Comunicación Política.



## Los autores

Ángel Alloza, Luis Arroyo, Carlos Barrera, Jorge del Río, Teresa García Cisneros, Elena Gutiérrez-García, Antonio López, Juan Manuel Mora, Natalia Rodríguez Salcedo, Jordi Rodríguez-Virgili, María Rosa Rotondo, Karen Sanders y José Manuel Velasco.

## Índice

Prólogo de **Antonio López**

**Introducción.** Comunicación, estrategia y grupos de interés: la gestión en la encrucijada. **Elena Gutiérrez-García y Jordi Rodríguez Virgili**

### PRIMERA PARTE. EL FUTURO DEL DIRCOM

1. El dircom, cartógrafo social y estrategia en las instituciones. **Elena Gutiérrez-García**
2. ¿Qué ofrece un buen dircom? **José Manuel Velasco**

### SEGUNDA PARTE. LA CONSULTORÍA DE LA COMUNICACIÓN

3. La reinención de las agencias en la era digital: ¿transformación o agonía? **Jorge del Río**
4. El nuevo profesional de las relaciones públicas. **Teresa García Cisneros**

### TERCERA PARTE. ASUNTOS PÚBLICOS Y TRANSPARENCIA

5. La gestión de asuntos públicos: legitimidad y poder político de las organizaciones. **Natalia Rodríguez Salcedo**
6. Los asuntos públicos: más allá de la regulación. **María Rosa Rotondo**

### CUARTA PARTE. POLÍTICA Y SOCIEDAD: ¿EL PROBLEMA ES DE LA COMUNICACIÓN?

7. La academia ante los retos de la comunicación política. **Karen Sanders**
8. Del storytelling al storydoing. **Luis Arroyo**
9. Cultivar la reputación con ayuda de la comunicación. **Juan Manuel Mora**
10. La medición y gestión integrada de los activos y recursos intangibles estratégicos. **Ángel Alloza**

Epílogo de Carlos Barrera

Notas

Bibliografía

Autores



## La obra

El denominado entorno *multistakeholder*, muestra una sociedad más fragmentada donde, además, los diferentes grupos de interés no quieren ser sólo oyentes, si no que demandan una participación activa en los procesos de toma de decisiones cambiando el paradigma de la comunicación.

La época dorada de la unidireccionalidad, la notoriedad y las campañas de imagen terminó hace mucho dando paso a un nuevo modelo con nuevos principios, donde la inclusión y la apertura hacia la demanda social se han convertido en los protagonistas.

En este nuevo contexto el valor estratégico de la comunicación se ha multiplicado resultando fundamental conocer el proceso de madurez del sector y reflexionar sobre su evolución con el fin de adaptarnos a los nuevos tiempos. Ante esta necesidad surge *El futuro de la comunicación*, una obra que aborda la trayectoria del sector centrándose en cinco áreas que están siendo especialmente relevantes en los últimos años: la dirección de comunicación y la figura del dircom; la consultoría; los asuntos públicos; la política; y, la gestión de la reputación. Todo ello de la mano de 11 expertos en la materia.

**Elena Gutiérrez** y **José Manuel Velasco** abren la obra con la figura clave del dircom, señalando la necesidad de dotar a este profesional no sólo de herramientas tácticas sino de capacidad de gestión y liderazgo.

**Jorge del Río** y **Teresa García Cisneros** dibujan la necesidad de hacer frente al reto tecnológico en el ámbito de la consultoría de la comunicación.

La gestión de asuntos públicos es la temática que abordan **Natalia Rodríguez Salcedo** y **M<sup>a</sup> Rosa Rotondo** partiendo de la necesidad de que las instituciones cultiven su legitimidad social participando de la discusión de los asuntos públicos. Seguidamente, **Karen Sanders** y **Luis Arroyo** se centran en el proceso de profesionalización de la comunicación política afirmando que requiere una mejor y más eficiente organización de los recursos, así como la adquisición de habilidades necesarias para lograr los legítimos objetivos deseados.

Para finalizar, los dos últimos capítulos escritos por **Juan Manuel Mora** y **Ángel Alloza** abordan el panorama de uno de los temas más estudiados en las últimas décadas: la reputación, concluyendo que la comunicación desempeña un papel clave en hacer que las organizaciones sean mejores.

Es así, a lo largo de 8 capítulos desarrollados por grandes expertos en cada materia coordinados por **Elena Gutiérrez** y **Jordi Rodríguez**, como *El futuro de la comunicación* un esfuerzo, profesión y academia para reflexionar y pararse a pensar hacia dónde queremos ir; todo ello con el objetivo de mover al lector a la reflexión e invitarle a incrementar el diálogo y sugerir nuevas vías para pensar cuáles son los vectores que guiarán las prácticas del futuro.



**Para más información:**  
laura.diez@lideditorial.com  
beatriz.raso@lideditorial.com  
91 372 90 03

