

Reseña: El portavoz en la comunicación de las organizaciones. Fundamentos teórico- prácticos

Ángela Moreno Bobadilla¹

En una sociedad tan globalizada y que evoluciona a un ritmo vertiginoso como la actual, la figura del portavoz, tanto en las instituciones públicas, como en las privadas y las políticas, es fundamental para que la opinión pública esté bien informada sobre las principales noticias que acontecen a su alrededor.

Alfredo Arceo, doctor en Ciencias de la Información y Profesor Titular de la Universidad Complutense de Madrid, ha coordinado un excelente estudio, con la colaboración de importantes personalidades del mundo universitario y profesional de las Relaciones Públicas, en el que se plasman los fundamentos teórico- prácticos del portavoz en la comunicación de las organizaciones.

El libro, dividido en cinco partes, comienza ofreciendo una visión de las principales características con que debe contar esta figura, que se convierte en la imagen pública de una organización, es decir, en la ventana a través de la cual el mundo va a conocer a esa empresa, partido político o institución pública con la consiguiente responsabilidad social que ello conlleva.

Esta primera parte, se completa con un capítulo, de la Doctora Pilar Cousido, Profesora Titular de la Universidad Complutense de Madrid, en el que explica el régimen iusinformativo de la figura del portavoz, ya que éste debe cumplir con el derecho fundamental a la información, por lo que es importante que conozca los criterios legales que deben regir su labor, así como sus derechos y deberes profesionales. Gracias a su especialización en temas de transparencia corporativa, ámbito en el que es Directora del consolidado grupo de investigación Trabucom (Transparencia, Buena Gobernanza y Comunicación) de la Universidad Complutense, ofrece una clara visión de la trascendencia social de que los portavoces conozcan la perspectiva jurídica en la que desarrollan su labor profesional. En la segunda parte del libro se ofrece una visión psicosocial de las características que debe tener un portavoz interior y exteriormente. Nuria Codina y José Vicente Pestana explican los principales atributos de la personalidad con que debe contar esta figura para que pueda llegar a obtener el liderazgo que tanto desea, algo que no puede lograr sin el proceso del *self-management*, es decir, un total dominio de la expresión y el control personal. Por otro lado, María Luisa Vecina habla de la importancia de la imagen física de un portavoz, siendo de destacar esta idea que plasma en su capítulo : *“las personas sobre las que se forman impresiones positivas... influyen más, persuaden más y en general ello las coloca en una posición privilegiada para transmitir mensajes”* (pág. 102).

Los diferentes tipos de portavoces, en función de si desarrollan su labor en una organización pública, privada o política, así como las tareas que desempeñan en el seno de cada una de estas instituciones, son las cuestiones que se plasman en la tercera parte del estudio. En primer lugar, Francisco Muñoz detalla la función de representación que tienen asignada esta figura, y propone la creación del concepto Sistema de Portavoces para que la imagen que proyecta una gran institución (en la que puede haber más de una persona que desempeñe el mismo cargo) sea siempre la misma, y por lo tanto aumente su credibilidad. Esta idea la apoya con varios ejemplos prácticos de las graves repercusiones que tiene para una empresa una descoordinación de cara a la opinión pública. Por su parte, Enric Ordeix y Jordi Botey, explican algunas técnicas para que los portavoces se conviertan en verdaderos líderes de opinión. A continuación, el papel que tiene esta figura en el ámbito de la gobernanza es descrito por Rosa Torres, de forma que ayude a fomentar la participación ciudadana respetando los derechos constitucionalmente recogidos.

¹ Doctoranda del programa “El derecho a la comunicación en la sociedad actual”. Mail: angelambobadilla@hotmail.com

El siguiente capítulo, de Manuel Delgado, recalca mediante el estudio de diferentes situaciones reales, los argumentos teóricos anteriormente explicados. Para cerrar esta parte, Miguel Utray recoge de manera muy acertada el protocolo oficial de España, revelando los aspectos más trascendentes que se recogen en el Real Decreto 2099/83, de 4 agosto, sobre Ordenación General de Precedencias del Estado, que es la principal normativa en la materia por la que se rigen todos los actos oficiales celebrados en nuestro país.

Para completar esta visión de las características con las que debe contar un buen portavoz, la cuarta parte del libro se divide en dos capítulos que se complementan entre sí. Primeramente Liisa Irene Hänninen y Yira Labrador recogen la importancia del lenguaje no verbal, que representa el 93% de un proceso comunicativo. Desarrollan los principales fundamentos de esta disciplina, como, por ejemplo, la importancia de la postura de los brazos y las manos mientras se habla en público. Y Felisa Arribas ofrece de una forma clara y concisa los principales elementos que debe tener un buen discurso.

La quinta y última parte del libro está dividida en 13 capítulos en los que se estudia desde diferentes perspectivas la relación que tiene que tener un portavoz con los medios de comunicación. Marta Perlado, introduce el tema aportando una visión de la estructura actual de los medios de comunicación en España y del gran dominio que ostentan en el sector los grandes grupos multimedia. Por su parte, Juan Francisco Polo, en dos capítulos diferentes, ayuda al portavoz ofreciéndole unos consejos sobre cómo comportarse ante los medios, así como el mejor camino para construir su mensaje de forma más eficaz con el fin de causar un mayor impacto social. Y, una vez dado el mensaje, es la hora de evaluar la eficacia que ha tenido en la población, ya que lo que están buscando es la mayor repercusión posible; esto lo explica Victoria Tur en “Evaluación de la eficacia de los portavoces ante los medios”. Por otro lado, esta parte del libro continua con un tándem de capítulos en los que se analiza cómo debe actuar el portavoz ante los diferentes medios de comunicación; radio (por Cristobal Fernández, que también ha escrito el capítulo 25 en donde se analizan diferentes casos prácticos sobre la imagen que proyecta un portavoz a través de los mass media), televisión (por Antonio San José que, además, es autor del capítulo “Qué esperan los periodistas de los portavoces”), prensa escrita (por Alfredo Arceo, coordinador del libro) y online (Adolfo Corujo). Además, Albert Roura da unas claves sobre cómo debe un portavoz preparar una rueda de prensa para conseguir difundir su mensaje entre el mayor número de personas.

Cierra la edición Joan Francesc Cánovas, con un capítulo dedicado al papel que cumplen los portavoces, como representantes de una institución, en los diversos procesos de negociación.

Como conclusión cabe destacar la excelencia de la obra gracias a la completa visión que da de los aspectos teóricos y de los prácticos que afectan a la figura del portavoz, así como por la calidad de los textos que, mediante una lectura amena, rápida y de fácil comprensión, ayuda a profundizar en el objeto de estudio, motivo por el cual es aconsejable tanto para estudiantes de estas disciplinas, como para investigadores así y para profesionales del sector.

Arceo, Alfredo (Coordinador)

El portavoz en la comunicación de las organizaciones. Fundamentos teórico- prácticos

Editorial Publicaciones Universidad de Alicante

Alicante, 2012. 484 páginas