

# Capital Humano

- Administración

## Administración Pública: una visión desde la comunicación interna

Cid, Flor

**Capital Humano**, N° 355, Sección Administración / Tribuna, Julio 2020, **Wolters Kluwer**



Flor Cid

Directora de FlorCidComunicacion



El mundo interconectado, el desarrollo imparable de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información, así como el empleo creciente de Internet y sus herramientas (con un gran peso de las redes sociales), están afectando de lleno al panorama empresarial, y las administraciones públicas son también parte protagonista dentro de este cambio de paradigma. En definitiva, la evolución de lo digital está propiciando una sencillez en las comunicaciones, a la par que una cercanía creciente hacia el ciudadano.

No obstante, si ponemos el foco en la comunicación interna, aquella que se produce dentro de la propia administración, gran cantidad de expertos e implicados directamente

en esta materia por sus propias posiciones laborales admiten que esta modalidad de comunicación, salvo excepciones, brilla por su ausencia. Tal es el caso de las reflexiones de **Amalia López Acera**, jefa de Comunicación en la Agencia Valenciana Antifraude, que reivindica el valor de una buena comunicación interna, incluso para garantizar el correcto desarrollo de la estrategia de comunicación externa. En su opinión, todos aquellos que se dedican al mundo de la comunicación conocen la importancia de este tipo de comunicación (interna), ya se trate de una empresa, de una institución o administración.

Estas reflexiones son ampliamente compartidas por **Luis Miguel Díaz-Meco**, experto en comunicación, consultor y docente, responsable de Comunicación del Ayuntamiento de Valdemoro. Díaz-Meco reconoce que, pese a la existencia de iniciativas loables y cada día más numerosas, en el entorno público la comunicación interna sigue siendo una gran desconocida, con un largo camino por recorrer si quiere ser considerada una herramienta estratégica para la gestión; concretamente, el experto menciona la mejora del **clima laboral**, de la **productividad individual y colectiva**, así como de la propia **reputación** de la organización, entre sus grandes ventajas.

*La comunicación interna influye de manera decisiva en cómo crean, viven y trasladan los empleados los valores de la organización*

Se sigue percibiendo, por tanto, un avance insuficiente. Son otras muchas las voces conocedoras de la materia que también apuestan por la necesaria innovación en este campo, de modo que conceptos como la eficiencia y la modernidad no se refieran solo al ámbito privado. Para **Ismael Crespo Martínez**, **Cecilia Nicolini** y **Juan Parodi**, autores del artículo: «[La comunicación interna en la Administración Pública española. Claves para innovar](#)», el Sector Público ha comenzado a hacer un gran esfuerzo por pasar de una gestión de tipo paternalista, jerárquica y autoritaria, a una de tipo moderna, motivadora y emprendedora, donde los valores que la sostengan sea la transparencia, la flexibilidad y el trabajo en equipo. De hecho, López Acera también incide en la necesidad de que la administración pública se plantee el valor de dotarse de nuevos puestos como webs, masters, community managers, especialistas en SEO, analistas web y, por supuesto, periodistas y profesionales de la comunicación.

En el marco de la afirmación que hemos realizado, acerca de la necesidad de diluir fronteras entre comunicación interna y externa, para Díaz-Meco la comunicación interna influye de manera decisiva en cómo crean, viven y trasladan los empleados los valores de la organización. Ejerce tal influencia que, a día de hoy, no es posible desligar la reputación y la imagen pública de una entidad de sus empleados. Por eso, López Acera apuesta por el establecimiento de canales y espacios que permitan establecer una verdadera comunicación interna en las administraciones públicas, labor que anticipa muy complicada, ya que no existen las herramientas precisas para facilitarla. En su opinión, una de las mejores herramientas son las redes sociales corporativas, pero sin dejar de lado otros espacios no virtuales, centrados en lo físico. Se trata del protagonismo que puede y debe adquirir el diseño de los lugares de trabajo, de modo que se adapten a cierta modernidad y que faciliten, además, el encuentro y el diálogo entre los trabajadores.

La buena noticia es que cada vez son más las administraciones públicas que ponen el foco en la importancia de este tipo de acciones. La necesaria premisa de la que hay que

partir es que, como en todos los comienzos, y máxime contando con recursos limitados, van a ser las pequeñas acciones las que reporten los mayores beneficios. Como concluye Díaz-Meco, la falta de experiencia y cierta desconfianza (que procede de un pasado diferente), invitan a tomarse este desafío con cierto sosiego.

