

M<sup>a</sup> LUISA HUMANES

---

**Manuale di comunicazione pubblica**
MANCINI, PAOLO<sup>1</sup>

Roma. Laterza. 1996

---

Nada parece más obvio a cualquier observador de la realidad social que la importancia adquirida por la comunicación en el mundo actual. Ello no sólo es debido al papel de los medios de masas como institución capaz de conformar la voluntad política, influir en la economía y en la vida cultural, sino porque organizaciones e instituciones de naturaleza y fines diversos han tenido que adaptar su funcionamiento a la lógica de los medios. De esta forma, en las últimas décadas se han desarrollado al amparo de esta tendencia una multitud de actividades relacionadas con el tratamiento y distribución de la información, desde las relaciones públicas al marketing político pasando por la dirección de comunicación de las empresas. Todas ellas forman parte de lo que el profesor Paolo Mancini denomina la comunicación pública. No obstante, la rapidez con la que se organizan todos estos servicios impide a menudo encuadrarlos dentro de un marco teórico que nos permita analizar sus causas y consecuencias. El interés del libro que reseñamos radica precisamente en el esfuerzo de sistematización que ha realizado el autor para ofrecernos una panorámica general de las distintas formas de comunicación.

La comunicación pública se define como aquélla que versa sobre asuntos de interés general, e incluye las relaciones entre gobernantes y ciudadanos, la información periodística, las iniciativas comunicativas de las organizaciones públicas y privadas, es decir, que abarca todos los acontecimientos que afecten a la comunidad. Por ello, la comunicación pública ha de estudiarse en relación con los conceptos de publicidad y sociedad civil. Por publicidad –*Öffentlichkeit* o publicness– se entiende la posibilidad de que el público acceda a las instituciones, lo cual nos remite también a la transparencia de las acciones y en último lugar a la necesidad de establecer flujos de información entre estas instituciones y la sociedad civil. Tomando como referente las más recientes aportaciones de Habermas, Paolo Mancini articula la estructura de la comunicación pública en dos sentidos: el horizontal, más débil, entre las élites, y el vertical, a través del cual se vehicula información hacia los consumidores o hacia el electorado, cuyo fin es alcanzar siempre el consenso.

El segundo capítulo lo dedica el autor a repasar las principales teorías sobre las relaciones entre el sistema político –especialmente el parlamento– y la prensa. Así, nos encontramos con una completa síntesis de las tradiciones anglosajona y francesa (Milton, Bentham, Mill, Tocqueville). Estos antecedentes desembocan en un análisis de la comunicación pública en las sociedades actuales (capítulo 3), en el que se busca dar respuesta a las siguientes cuestiones: “¿Cómo se ha impuesto con tanta importancia el campo de la comunicación pública en los últimos años que ha acabado englobando los conceptos de los cuales se ha

<sup>1</sup> Paolo Mancini es profesor de Sociología de la Comunicación en la Facultad de Ciencias políticas de la Universidad de Perugia. Es autor de, *Il giornalismo e le sue regole* (1992), *Videopolitica* (1995) y *Politics, media and democracy* (1996).

hablado con anterioridad? ¿cómo han comenzado a hablar las instituciones públicas, aunque no sólo ellas, de comunicación?” (p. 71). En primer lugar, hay que tomar en cuenta las transformaciones producidas en la estructura social y en el sistema de los medios de comunicación; para ofrecer posteriormente una interpretación sobre la teoría y práctica de la comunicación pública.

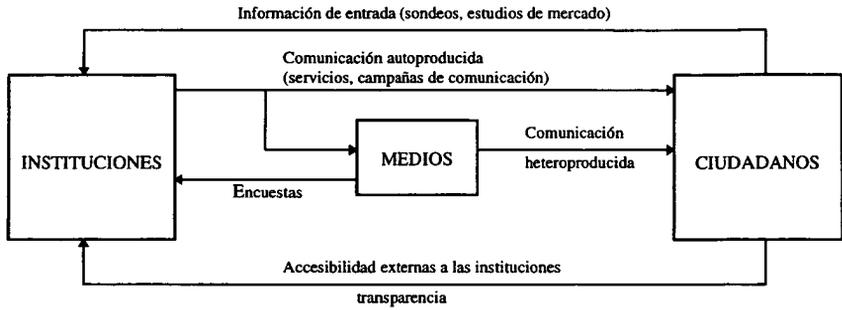
Mancini aborda los cambios sociales y mediáticos a través de tres elementos. La extensión de las competencias del Estado, y con ello la adquisición de mayores funciones, y la aparición de más subsistemas e instituciones. Éstas producen una oferta de información y de intercambios comunicativos entre organizaciones de diferente naturaleza y la población, cuya consecuencia —señalada por Luhmann (1970)— es una brecha entre las expectativas creadas por las posibilidades teóricas con las que se encuentran los individuos (por ejemplo, de participar directamente en el sistema político gracias a las nuevas tecnologías) y la oportunidad real de conseguirlas. El segundo fenómeno será la ampliación de los derechos de ciudadanía. En los últimos años, la conciencia de estos derechos ha revolucionado la forma en cómo los individuos perciben su relación con la administración, que se ve obligada a difundir sus valores, símbolos y servicios específicos, es decir, a entrar en comunicación con los ciudadanos. Por último, nos enfrentamos con una nueva estructura de la esfera pública, en la que los medios de comunicación han alcanzado una independencia política y económica que les ha convertido en un aparato profesional con su propia lógica y rutinas. La apropiación de competencias de los medios frente a otros subsistemas conduce hacia un espacio público mediatizado.

El autor extrae la siguiente conclusión: “Los sistemas deben desarrollar una red de comunicación horizontal dirigida hacia las otras instituciones con objetivos simbólicos y funcionales (...) En el segundo caso, los mismos sistemas deben comunicarse con los ciudadanos, posibles usuarios de los servicios ofrecidos o destinatarios de los mensajes simbólicos. Los sistemas entran en recíproca competencia y requieren la máxima efectividad de los mensajes. y con ello la profesionalización de este campo” (pp. 96-97).

Uno de los objetivos del libro es ofrecer una tipología de las diferentes formas de comunicación pública. Aquí el autor utiliza dos subdivisiones. La primera clasificación se basa en el papel que juega la comunicación pública en las relaciones de las instituciones con los ciudadanos. Tenemos entonces la comunicación funcional y la comunicación de integración simbólica. La comunicación funcional simplifica la complejidad de las organizaciones, delimitando y perfilando los fines y competencias de las instituciones, e informando a los ciudadanos sobre ellos. La comunicación de integración simbólica refuerza la identidad de las instituciones y los valores en los que se inspiran. Además, Mancini inserta en esta parte del libro reflexiones interesantes sobre el juego entre la información producida por las instituciones y los mensajes que provienen de otras fuentes exteriores —principalmente desde los mass media— acerca de las actividades de aquéllas. La influencia de la información periodística, sin perder su fuerza, parece haber encontrado en las nuevas tecnologías de la comunicación un rival. Las organizaciones pueden permitirse, por el bajo coste de estos medios, un cambio de rol de fuente a emisor directo frente a su público.

Todas estas reflexiones son el hilo que nos conduce hacia un nuevo modelo de comunicación en el que entran en juego los conceptos que hemos apuntado anteriormente (ver Cuadro).

La segunda clasificación se realiza según los ámbitos de acción social en los que interviene la comunicación pública: de los organismos públicos, la comunicación política, la comunicación social, de servicio público, de responsabilidad social y de instituciones semipúblicas o privadas. A cada uno de estos ámbitos dedica Mancini un capítulo específico, en el que se desentrañan de una forma clara, pero no por ello exenta de un análisis exhaustivo, las cuestiones más relevantes.



Termina el texto con unas interesantes conclusiones sobre las implicaciones de los avances tecnológicos aplicados a la comunicación pública. Tomando prestada la metáfora de Deutsch (1963), Mancini se refiere a un nuevo sistema nervioso formado por la imbricación de la televisión, la informática y las telecomunicaciones. Esta red presenta varias características, entre las que cabe destacar la bidireccionalidad y la accesibilidad. No obstante, el autor nos llama la atención respecto a los posibles peligros de la "democracia electrónica" (Grossman, 1995), como la intrusión en la intimidad y el populismo.

En resumen, *Manuale di comunicazione pubblica* es uno de los textos más completos y recomendables en la introducción del estudio de la comunicación y sus problemas actuales.

## Referencias

- LUHMANN, N. (1970). *Öffentliche Meinung*. Politische Vierteljahresschrift, XI.  
 DEUTSCH, K. (1963). *The nerves of government*. Nueva York: The Free Press.  
 GROSSMAN, L. (1995). *The electronic republic*. Nueva York: Viking.



BEGOÑA GUTIÉRREZ

---

**Análisis de la realización cinematográfica**  
 SCHMIDT NOGUERA, MARGARITA  
 Madrid. Síntesis. Comunicación Audiovisual. 1997

---

La autora presenta el contexto teórico del que parte el estudio de la cinematografía a través de la percepción del espectador. El receptor es el sujeto que analiza las aportaciones que llegan a su cerebro a través de la consciencia de una estructura narrativa, de los conocimientos formales que provienen de las motivaciones de la producción cinematográfica.

La base fundamental de todo este discurso parte de la idea de que el análisis es una herramienta científica que consiste en examinar las diferentes partes con el fin de describir sus propiedades y comprender su comportamiento, sin intención de desmembrar el producto, sino de integrar los conocimientos aportados por dichas partes y su interrelación con la totalidad.

Los efectos que provoca una película son descritos de forma similar entre espectadores de un ámbito sociocultural semejante.

A través de estos planteamientos teóricos sugiere la distinción entre la historia (contenido) y el discurso (expresión), elaborado a partir de los códigos cultu-