

ÍNDICE

INSTRUCCIONES DE USO	11
EL CONTEXTO SOCIAL CONTEMPORÁNEO	17
1. Factores que favorecen las crisis	17
2. Los medios, catalizadores de crisis	20
3. La nueva sociedad	24
4. Instituciones grandes y vulnerables	28
5. El axioma del libro	33
6. La comunicación de crisis y la ética	35
CRISIS, GESTIÓN Y COMUNICACIÓN	39
1. Crisis: noción y características	39
2. Clasificaciones de crisis institucionales	43
3. Un vistazo a las estadísticas	45
4. Gestión de crisis y comunicación de crisis	47
5. Cultura corporativa y comunicación	53
6. El estudio científico de la gestión y la comunicación de crisis ..	56
PRINCIPIOS INSPIRADORES	61
1. Atiende a las percepciones	63
2. Escucha a quien protesta	67
3. Sintoniza emocionalmente	70
4. Razona desde el punto de vista del interlocutor	76
5. Distingue opinión pública y ley	78
6. Di siempre la verdad	83

7. Responde de tus actos	89
8. Trabaja con profesionalidad	97
PARTÍCIPES Y PÚBLICOS ANTE LA CRISIS	101
1. Criterios de clasificación	101
2. La relación con las personas que han sufrido daños	104
3. Los partícipes	108
a) Directivos y empleados	109
b) Los socios y accionistas	118
c) Las autoridades públicas	121
d) Los clientes	124
4. Los públicos secundarios	127
5. Los mediadores: los medios de comunicación	132
PREVENCIÓN: LA GESTIÓN DE CONFLICTOS Y CONTROVERSIAS	139
1. Conflictos y crisis: diferencias y semejanzas	139
2. La gestión de conflictos	141
a) Importancia de seguir un enfoque metodológico	141
b) <i>Issue, Agenda, Agenda-Setting y Frame</i>	146
c) El ciclo de un conflicto	147
d) Monitorización	150
3. El análisis y la comunicación de riesgos	152
4. Creación y gestión del consenso	157
5. Turbulencias digitales	160
a) Evolución de los conflictos <i>on line</i>	161
b) Orientaciones para la respuesta institucional	164
6. Indicaciones operativas para situaciones concretas de conflicto	167
a) La atención de las reclamaciones	167
b) Errores y rectificaciones	170
c) Rumores	176
d) Filtraciones	180
e) La comunicación durante una negociación	182
7. Áreas de alto riesgo de conflicto	183
a) Sexualidad	185
b) Poder	186

c) Dinero	187
d) Secretismo	188
8. Conflictos acerca de ideas y valores: las controversias	193
a) Diferencias entre controversias y crisis	194
b) Claves para comunicar en una controversia	195
9. Conflictos con la autoridad establecida	199
PREPARACIÓN: EL PLAN DE CRISIS	201
1. El plan de crisis: naturaleza y objetivos	202
2. Modelos de plan de crisis	204
3. Elaboración del plan de crisis	209
4. Contenidos del plan de crisis	212
5. Elaboración de escenarios	215
6. El Comité de crisis	217
a) Naturaleza y misión	217
b) Organización del comité de crisis	222
c) Procedimientos de trabajo	224
7. La función de los asesores externos de comunicación	226
8. Evaluación del plan: simulacros y ejercicios de crisis	230
a) Los simulacros	230
b) Ejercicios del comité de crisis	232
LA COMUNICACIÓN DURANTE LA CRISIS	235
1. Los primeros pasos de la respuesta institucional	235
2. Reunir información e identificar los públicos prioritarios	238
3. Determinar la respuesta institucional	240
4. Formalizar el mensaje	243
a) Documento de posicionamiento	243
b) Documento de preguntas y respuestas	244
c) Argumentario	245
5. Designar al portavoz	246
6. Asumir la iniciativa	249
a) Convertirse en fuente informativa	250
b) Actuar sobre la crisis con creatividad	252
c) Usar gestos y símbolos	253

d) Controlar las dimensiones del problema	255
e) Pedir ayuda a los amigos	255
f) Manejar los tiempos	257
9. Elegir los canales	259
a) Orientaciones generales	259
b) Las redes sociales	263
c) Página web	270
d) Orientaciones para la comunicación con empleados	271
e) Buenas prácticas en la comunicación con clientes	273
f) Canales idóneos para los periodistas	274
g) Experiencias sobre las entrevistas en tiempo de crisis	275
ORIENTACIONES PARA ALGUNAS SITUACIONES	281
1. Oposición de un antagonista en la opinión pública	282
2. Adversario ante los tribunales	286
3. Boicots	292
4. Ataques ilegales	296
5. Crisis financieras	299
6. Valores errados en la organización	305
7. Comportamientos ilícitos	308
8. Los escándalos	312
9. Experiencias de comunicación en emergencias	321
EL PERIODO POST-CRISIS	321
1. Declaración de salida de la crisis	322
2. Medición de los efectos de una crisis	324
3. Reformarse: la nueva normalidad	327
EL CRISIS MANAGER	333
1. El gestor de crisis	333
2. Papel del comunicador institucional en las crisis	336
3. Rasgos principales del comunicador de crisis	339
4. El gestor de crisis como promotor del cambio	343
5. Para concluir: realismo y prudencia	345
BIBLIOGRAFÍA	349