

LIBROS

Incidencia pública. El poder en el siglo XXI
Nacho Corredor y Adrián Jofre Bosch, 2024, España, Editorial
Arpa, 165 págs.



David del Pino Díaz¹ | [ORCID ID](#)
dpino@nebrija.es
Universidad de Nebrija, España

Recepción: 30/10/2024 Revisión: 10/12/2024 Aceptación: 17/12/2024 Publicación: 26/12/2024
<http://dx.doi.org/10.5783/revrrpp.v14i28.866>

Incidencia pública: El poder en el siglo XXI es el primer libro de la pareja formada por Nacho Corredor y Adrián Jofre, publicado por la editorial Arpa. En él, se plantea la necesidad de superar las disyuntivas tradicionales entre lo público y lo privado, conceptos que, según los autores, responden más a dinámicas del siglo XX que a las del siglo XXI.

En la actualidad, la relación entre ambos ámbitos debe estar basada en la colaboración y la comprensión mutua. Esta colaboración entre el sector privado y el sector público, argumentan los autores, es beneficiosa para la sociedad en su conjunto, ya que ambos deben entenderse

¹David del Pino Díaz es Director del Máster en Comunicación Política en la Universidad de Nebrija, España. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-1860-8658>

como partes de una misma ecuación, en lugar de fomentar dicotomías artificiales que resultan infructuosas y contraproducentes para el interés general. La colaboración, insisten, es el único camino hacia el crecimiento, la estabilidad económica y política, y, sobre todo, la credibilidad (p. 18).

En este contexto, el punto clave reside en alinear las necesidades y objetivos empresariales con las demandas sociales. Mientras que durante gran parte del siglo XX los intereses privados estaban distantes del interés público, en un escenario de poder cada vez más difuso, los intereses de la sociedad adquieren relevancia a la hora de otorgar legitimidad a las acciones empresariales. A lo largo de los últimos años, se ha vuelto evidente que alinear los objetivos empresariales con los sociales no solo es una decisión favorable desde el punto de vista reputacional o relacional, sino también desde el punto de vista comercial (p. 24).

Es importante que nos detengamos brevemente en esta idea por su relevancia con la disciplina de las Relaciones Públicas. La responsabilidad de las empresas no puede ser solo una tarea circunscrita a los departamentos de comunicación, relaciones institucionales o relaciones públicas. La responsabilidad social de las empresas es un instrumento que de forma estructural genera una filosofía que permite obtener beneficios a largo plazo. En este sentido y en relación con la disciplina de las Relaciones Públicas: “no tener sensibilidad social es tan peligroso para una empresa como tener al mano a un director del área fiscal que no conozca la legislación tributaria” (p. 27).

En los primeros capítulos, los autores presentan una panorámica de los principales líderes del sector de la incidencia pública en el pasado, presente y futuro. Sin embargo, es en los capítulos quinto, sexto y séptimo donde se desarrolla de manera clara y concisa el concepto de incidencia pública, sus características fundamentales, sus posibilidades futuras, y su relación intrínseca con la democracia liberal, ya que, sin ella, no podría existir.

La incidencia pública, según los autores, es un proceso participativo y una práctica de empoderamiento para organizaciones empresariales, institucionales o sociales. Su objetivo es aumentar sus derechos o capacidades, involucrando tanto a quienes ostentan el poder como a la sociedad que les otorga legitimidad. A través de la creación de alianzas o de la movilización y participación social, se busca convencer a estos actores de que su visión e interés tienen un impacto positivo en el interés general, promoviendo mecanismos para la transformación y consolidándose como un pilar fundamental en el funcionamiento de las democracias liberales.

Definida de esta manera, la incidencia pública se vincula estrechamente con el sistema democrático liberal, ya que su acción implica la participación activa de la ciudadanía en el proceso de toma de decisiones. La incidencia pública se configura como una herramienta muy útil para generar cambios graduales dentro de una democracia liberal. Es importante señalar que, dado que la incidencia pública es un proceso, cada una de las acciones de un plan tiene sentido solo como parte de un todo, y no de manera aislada.

En la última parte del libro (capítulos octavo, noveno y décimo), los autores presentan una guía de incidencia pública, proponiendo un camino para su implementación y ejecución. Este camino puede variar en función de elementos coyunturales o factores intangibles, por lo que la propuesta se presenta como un tipo ideal weberiano, flexible y adaptable al contexto, los actores involucrados y los factores sociales que puedan alterar la dinámica.

Dado que no es posible abordar todos los detalles de este proceso en este espacio, se mencionan a continuación sus elementos clave, dejando al lector la tarea de consultar la fuente

primaria para una comprensión más profunda. Los elementos imprescindibles en un plan de acción de incidencia pública incluyen: decidir, contrastar, investigar, analizar, comprender, construir, producir, socializar, amplificar, participar y evaluar.

Estos elementos constituyen la base de la acción dentro de un plan de incidencia pública, siempre entendiendo dicho proceso como un ejercicio de participación y empoderamiento de las organizaciones empresariales, institucionales o sociales. En última instancia, el objetivo es articular las demandas sociales con los intereses privados, reconociendo que la colaboración entre ambos es fundamental para impulsar el progreso y crecimiento económico, social y político, además de garantizar la paz social.

Al concluir la exposición sobre las fases de un plan de incidencia pública, los autores concentran su atención en dos elementos esenciales: la negociación, como instrumento clave para construir la legitimidad del poder, y la comunicación, como espacio fundamental de empoderamiento. Señalan que tanto la negociación como la comunicación están profundamente interrelacionadas, constituyendo una metodología circular. Dado el papel central que ha adquirido la comunicación en las sociedades actuales, los expertos en este campo deben ser parte central en la toma de decisiones dentro de las empresas y organizaciones.

En definitiva, *Incidencia pública: El poder en el siglo XXI* es uno de los primeros libros en español que aborda de manera sucinta el concepto de incidencia pública, un sector que actualmente se estima factura 80 millones de euros en España. Los autores concluyen el texto haciendo hincapié en que las empresas no son solo comercializadoras de productos y servicios; sus decisiones impactan profundamente en la sociedad, transformando o modificando el tejido social. La implicación de las empresas con las necesidades sociales es, por tanto, una cuestión esencial para impulsar el progreso y el crecimiento económico, así como para garantizar la estabilidad política y social. Como señalan los autores: "ninguna gran transformación se logra unilateralmente" (p. 165).

