



Ante una amplia literatura académica y profesional sobre cómo comprender y gestionar la reputación en las organizaciones, esta obra discute desde varios puntos de vista sobre cómo concebir *esa* reputación en entidades tan determinantes en la actualidad como las que pertenecen al Tercer Sector de Acción Social (TSAS). La sociedad civil, los líderes de opinión y los posibles grupos de interés confieren un alto grado de reconocimiento a la labor del TSAS, por lo que la comunicación se convierte en palanca estratégica y fundamental para organizaciones cuya identidad es, en primer término, ayudar a seres humanos vulnerables, o combatir situaciones de injusticia. Treinta autores confrontan cuestiones inherentes a la reputación de las ONG como responsabilidad y transparencia, profesionalización de la gestión de la comunicación o diplomacia corporativa y humanitaria. Esta miscelánea acaba con un acento crítico sobre la digitalización, la creatividad y la transgresión en las narrativas transmediáticas de las ONG, y en la necesidad o no de establecer métricas de *una reputación* tan específica como la de las entidades sin ánimo de lucro.



COMUNICACIÓN Y TERCER SECTOR DE ACCIÓN SOCIAL

Lorena López Font



# COMUNICACIÓN Y TERCER SECTOR DE ACCIÓN SOCIAL



Miscelánea sobre la reputación de las ONG en España y Latinoamérica



Lorena López Font (ed.)

# ÍNDICE

Presentación y agradecimientos .....	9
LORENA LÓPEZ-FONT	
Prólogo.....	17
JAVIER SENENT-GARCÍA	
RAFAEL GANDÍA-BALAGUER	

## BLOQUE I

### **Sobre el tándem «reputación y RSC». La convivencia del TSAS con el tejido empresarial, social e institucional**

<i>La transparencia y la rendición de cuentas en la comunicación del tercer sector: la importancia de la responsabilidad social corporativa.....</i>	25
JAVIER CORRAL-LAGE	
JUAN-JESÚS DONOSO-AZAÑÓN	
JULIO MORENO-ARAGONESES	
<i>El voluntariado corporativo en la estrategia de RSC de las compañías.....</i>	49
ESTRELLA BARRIO-FRAILE	
<i>Reputación y responsabilidad social organizacional de fundaciones educativas en México.....</i>	69
HERLINDA ORTIZ-RODRÍGUEZ	
<i>De la misión de las ONG al propósito de la empresa.....</i>	85
EVA BREVA-FRANCH	
MARÍA-CONSUELO BALADO-ALBIOL	

## BLOQUE II

### **Sobre la gestión profesional de la comunicación y la reputación en el TSAS en la era digital**

<i>Dirección estratégica de la comunicación en las OTS .....</i>	111
PATRICIA DURÁN-BRAVO	

<b><i>La gestión de la comunicación y las relaciones públicas en las organizaciones del tercer sector en España y Colombia</i> .....</b>	<b>143</b>
MARÍA-PILAR PARICIO-ESTEBAN	
ANA-MARÍA ALMANSA-MARTÍNEZ	
BEATRIZ-EUGENIA QUICENO-CASTAÑEDA	
<b><i>Medir la reputación en las ONG. Localización de modelos de evaluación aplicados a las entidades del tercer sector de acción social</i> .....</b>	<b>173</b>
MARÍA PALLARÉS-RENAU	
<b><i>El papel de las agencias de comunicación social y su aportación a la reputación corporativa de las ONG</i> .....</b>	<b>193</b>
JOSE MORIANO	
<b><i>La diferenciación en el tercer sector. Cambio en la estrategia comunicativa en Facebook por el impacto de la COVID-19</i> .....</b>	<b>221</b>
BLANCA ESTEBAN-REGULES	
ISIDORO ARROYO-ALMARAZ	
SAMUEL CALLE-MENDOZA	
<b><i>Imagen y reputación de las organizaciones del tercer sector y su proceso comunicativo en Twitter</i> .....</b>	<b>249</b>
REBECA-ILLIANA ARÉVALO-MARTÍNEZ	
ROGELIO DEL PRADO-FLORES	
<b><i>Presencia y objetivos perseguidos del uso de las redes sociales por parte de ONGD españolas de mujeres</i> .....</b>	<b>269</b>
MAGDALENA MUT-CAMACHO	
LAURA GARCÍA-HUGUET	

### BLOQUE III

#### Una mirada crítica sobre la reputación de las ONG. A propósito de su influencia comunicativa

<b><i>Gestión de la reputación y riesgo reputacional en el TSAS</i> .....</b>	<b>295</b>
SONIA-ARÁNZAZU FERRUZ-GONZÁLEZ	
<b><i>Vejez y envejecimiento en la comunicación del tercer sector. El caso de la asociación Hogares Compartidos</i> .....</b>	<b>321</b>
ELVIRA ANTÓN-CARRILLO	
ROCÍO BLAY-ARRÁEZ	

<b><i>La nueva lógica comunicativa como agente de cambio en la diplomacia corporativa de la ONG</i></b> .....	349
PABLO GÓMEZ-INIESTA	
JUAN-LUIS MANFREDI-SÁNCHEZ	
<b><i>Influencia, incidencia política y confianza: la comunicación de las organizaciones sociales en tiempos de TikTok, la COVID-19 y la Agenda 2030 ...</i></b>	369
JOSÉ-MARÍA HERRANZ-DE LA CASA	
<b><i>Tercer sector de acción social, comunicación transgresora y eficacia cultural: marcos discursivos y criterios organizacionales de la Economía Social y Solidaria</i></b> .....	389
ELOÍSA NOS-ALDÁS	
TAMER AL-NAJJAR-TRUJILLO	
<b><i>Reputación y tercer sector: ¿trampa o necesidad?</i></b> .....	417
CHAIME MARCUELLO-SERVÓS	
CARMEN MARCUELLO	
Conclusiones.....	437
LORENA LÓPEZ-FONT	
Sobre los autores.....	443