

<b>PRÓLOGO</b>	<b>9</b>	<b>JOSÉ LUIS MORENO TORRES</b>
<b>CAPÍTULO 1</b>	<b>13</b>	<b>La comunicación institucional</b> LUIS ARROYO MARTÍNEZ
<b>CAPÍTULO 2</b>	<b>33</b>	<b>Comunicar el gobierno abierto: claves para una transparencia efectiva con impacto en la creación de valor público</b> ENCARNA HERNÁNDEZ RODRÍGUEZ
<b>CAPÍTULO 3</b>	<b>59</b>	<b>Nuevo liderazgo institucional y político</b> JOSÉ LUIS MORENO TORRES
<b>CAPÍTULO 4</b>	<b>107</b>	<b>La acción política de la sociedad</b> RAFAEL RUBIO NÚÑEZ
<b>CAPÍTULO 5</b>	<b>131</b>	<b>Relación entre las instituciones y los medios de comunicación</b> VERÓNICA FUMANAL CALLAU
<b>CAPÍTULO 6</b>	<b>149</b>	<b>La red como el epicentro de la estrategia de comunicación</b> ANTONI GUTIÉRREZ-RUBÍ
<b>CAPÍTULO 7</b>	<b>167</b>	<b>Historias que hacen historia. Cuando el discurso se hace relato</b> FRANCISCO CARRILLO GUERRERO
<b>CAPÍTULO 8</b>	<b>185</b>	<b>La comunicación política en la tarea de gobierno. La necesidad de un lenguaje claro</b> ESTRELLA MONTOLÍO DURÁN

- CAPÍTULO 9 205** **Plan estratégico de comunicación  
y equipo de campaña**  
EDUARDO BAEZA PÉREZ-FONTÁN
- CAPÍTULO 10 233** **Las peculiaridades de la comunicación  
en el ámbito local**  
JOSÉ LUIS VICENTE PALENCIA