

Joan Costa  
Comunicólogo, sociólogo, investigador y metodólogo.  
Consultor corporativo internacional.  
Escritor y profesor universitario.

FERNÁNDEZ BELTRÁN, Francisco (2011).  
*Comunicación interna 2.0. La gestión de portales corporativos y redes sociales.*  
Madrid, Ediciones de las Ciencias Sociales.

Este nuevo libro del profesor Francisco Fernández Beltrán, bien conocido en el ámbito universitario y editorial, es un estudio exhaustivo y actualísimo sobre la gestión de la comunicación organizacional interna, los portales corporativos y las redes sociales.

*Comunicación interna 2.0* responde a la evolución de la comunicación organizacional en la implantación de la cultura institucional o corporativa, así como a la importancia creciente del factor humano en todo tipo de

organizaciones, y a la transformación radical que comporta el auge expansivo de las tecnologías de la información y de la comunicación. Estas transformaciones no solo han modificado los modos y soportes comunicativos, sino que además han provocado una auténtica revolución en la estructura y el funcionamiento en red de las organizaciones más modernas.

Partiendo de los fundamentos y funciones de la comunicación interna, de los modelos, los instrumentos y los medios clásicos, el autor aborda el mundo de los nuevos medios para la comunicación interna en su diversidad; analiza el impacto de la web 2.0 en la comunicación interna, las redes sociales, la gestión de las relaciones internas, y el portal corporativo como eje de la nueva comunicación interna, elemento clave para el DirCom, para culminar la obra con la propuesta de un nuevo modelo sistémico de gestión de la comunicación organizacional y el tratamiento de gestión de los contenidos, que es el punto central del sistema con los mecanismos de retroalimentación y de evaluación.

**Referencia de este artículo:**

Costa Solà-Sagalés, Joan (2012). XXX. En: *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, nº3. Castellón: Asociación para el Desarrollo de la Comunicación adComunica, Universidad Complutense de Madrid y Universitat Jaume I, 235-236. DOI: <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2012.3.20>