

## Los efectos del proceso Bolonia en el currículum de Relaciones Públicas. Análisis del estado de la cuestión

Ángeles Moreno Fernández, **Universidad Rey Juan Carlos**  
[mariaangeles.moreno@urjc.es](mailto:mariaangeles.moreno@urjc.es)

Ángel Carrasco Campos, **Universidad de Valladolid**  
[angel.carrasco.campos@soc.uva.es](mailto:angel.carrasco.campos@soc.uva.es)

Enric Saperas Lapiedra, **Universidad Rey Juan Carlos**  
[enric.saperas@urjc.es](mailto:enric.saperas@urjc.es)

Recibido: 16/05/2014 • Aceptado: 24/05/2014 • Publicado: 05/06/2014

**Cómo citar este artículo:** Moreno Fernández, A., Carrasco Campos, A. & Saperas Lapiedra, E. (2014). Los efectos del proceso Bolonia en el currículum de las Relaciones Públicas. Análisis del estado de la cuestión. *Sphera Publica*, Junio, 163-184

### Resumen

El objetivo de esta comunicación es conocer mediante un procedimiento sistemático el estado de la educación superior de grado de Relaciones Públicas en España. El inicio de este estudio se inscribe en el marco del proyecto ECOPSI, financiado por la UE, sobre las competencias profesionales de los relaciones públicas en Europa. Los resultados que se presentan en este artículo comienzan como parte del proceso de benchmarking de este proyecto y se completan con un análisis de contenido posterior. Los resultados muestran que tras la implantación del plan Bolonia existe un patente aumento de titulaciones que abordan la formación de Relaciones Públicas y Comunicación estratégica. Se evidencia la, ya señalada en estudios previos, subordinación de las Relaciones Públicas a otros contenidos y destaca la marcada proyección de la educación para el ejercicio profesional de las Relaciones Públicas, a costa de su proyección teórica e investigadora.

### Palabras clave

*Relaciones Públicas, Comunicación Estratégica, educación, plan de estudios.*

# Effects of Bologna process on the curriculum of Public Relations. Analysis of the status of the issue

Ángeles Moreno Fernández, **Universidad Rey Juan Carlos**  
[mariaangeles.moreno@urjc.es](mailto:mariaangeles.moreno@urjc.es)

Ángel Carrasco Campos, **Universidad de Valladolid**  
[angel.carrasco.campos@soc.uva.es](mailto:angel.carrasco.campos@soc.uva.es)

Enric Saperas Lapiedra, **Universidad Rey Juan Carlos**  
[enric.saperas@urjc.es](mailto:enric.saperas@urjc.es)

Received: 16/05/2014 • Accepted: 24/05/2014 • Published: 05/06/2014

**How to reference this paper:** Moreno Fernández, A., Carrasco Campos, A. & Saperas Lapiedra, E. (2014). Los efectos del proceso Bologna en el currículum de las Relaciones Públicas. Análisis del estado de la cuestión. *Sphera Publica*, June, 163-184

## Abstract

The objective of this paper is to know through a systematic procedure the current state of undergraduate higher education on Public Relations in Spain. This study began in the framework of the ECOPSI programme, funded by UE, about the professional competences of public relations practitioners in Europe. Results at this paper began as a part of the benchmarking process of this programme and has being complemented with further content analysis. Results show that after Bologna establishment, there is a obvious increase of qualifications for Public Relations and Strategic Communication education. The previously noticed subjection regarding to other contents is evidenced. Education in current undergraduate studies emphasises a noticeable range to the Public Relations professional performance, at expense of a theory and research projection.

## Key words

*Public Relations, Strategic Communication, education, curriculum.*

## 1. Introducción

En las últimas décadas la profesión de Relaciones Públicas ha experimentado una creciente influencia en España (Moreno, Zerfass y Navarro, 2011, 2012; Navarro, Moreno y Zerfass, 2012; Puesto Base, 2011; 2013). Al mismo tiempo, también se ha producido un interesante desarrollo académico en el ámbito de las Relaciones Públicas y la Comunicación estratégica tanto en términos de docencia como de investigación.

1. En la vertiente de investigación, sin negar la predominancia de un “concepto instrumental de las relaciones públicas” (Xifra y Castillo, 2006) y una falta de desarrollo teórico (Míguez, 2007) y de publicaciones específicas (Míguez, 2011), un recorrido por los artículos publicados en las principales publicaciones científicas de comunicación y principales foros en los últimos diez años (Tench et al., 2013)<sup>1</sup> ha detectado la presencia de un importante incremento de investigaciones teóricas y empíricas. Bien es cierto, que Relaciones Públicas es todavía el campo menos productivo en términos de investigación en el marco más amplio de las Ciencias de la Comunicación (Martínez Nicolás y Saperas, 2011; González, 2011).
2. En la vertiente académica educativa, se ha producido una transformación en todos los niveles debido a la adaptación al proceso de convergencia con el Espacio Europeo de Educación Superior, surgido de la Declaración de Bolonia<sup>2</sup>. Con la implantación de este proceso la oferta educativa de Relaciones Públicas está presente en los tres niveles a los que se refiere el European Higher Education Area (EHEA): grado, postgrado y doctorados.
3. Este proceso de transformación al que nos referimos supuso un movimiento reivindicativo por parte de la comunidad académica de Relaciones Públicas en nuestro país. El proceso Bolonia brindó una oportunidad para revisar el currículum académico y aumentar las materias de relaciones públicas, que tenían una escasa presencia en el sistema precedente. Con ese objetivo las asociaciones AIRP (Asociación de Investigadores en Relaciones Públicas) y ADECEC (Asociación de Empresas Consultoras en Relaciones Públicas y Comunicación) trataron de posicionar los

---

<sup>1</sup>Revisión realizada para el benchmarking exercise del proyecto ECOPSI en las principales revistas españolas de comunicación siguiendo el ranking IN-RECs (URL:<http://ec3.ugr.es/in-recs/ii/Comunicacion-2010.htm>) y las comunicaciones presentadas en los congresos anuales de AIRP (<http://www.airrpp.org/Congresos>)

<sup>2</sup>URL: [http://www.educacion.gob.es/boloniaensecundaria/img/Declaracion\\_Bolonia.pdf](http://www.educacion.gob.es/boloniaensecundaria/img/Declaracion_Bolonia.pdf)

Acuerdos de Vic, formulados por un grupo de profesores de Relaciones Públicas de diversas universidades en España.

4. Tras la graduación de diversas promociones, este trabajo se centra en revisar la actual situación de los planes de estudio para la enseñanza de Relaciones Públicas en España una vez graduadas las primeras promociones post-Bolonia. El objetivo de este artículo es conocer mediante un procedimiento sistemático el estado de la educación superior de grado de Relaciones Públicas en Estado español. Este objetivo se ha concretado en seis preguntas de investigación:
5. PI1. ¿Cuál es la oferta actual de educación de Relaciones Públicas en el nivel de grado en el Estado español?
6. PI2. ¿Cuáles son las denominaciones de las titulaciones?
7. PI3. ¿Qué denominaciones tienen las asignaturas con contenido de Relaciones Públicas o Comunicación estratégica?
8. PI4. ¿En qué tipo de asignaturas se distribuyen las materias de Relaciones Públicas o Comunicación estratégica?
9. PI5. ¿Qué tipos de contenidos abordan las asignaturas de Relaciones Públicas o Comunicación estratégica?
10. PI6. ¿Cuáles son las titulaciones que tienen mayor proporción de asignaturas de Relaciones Públicas?

## **2. Marco teórico**

En el ámbito internacional se han llevado a cabo diversos esfuerzos en distintos países para potenciar y mejorar la formación universitaria en Relaciones Públicas. Son memorables por su sistematicidad y periodicidad a lo largo de los últimos cuarenta años las iniciativas llevadas a cabo por diversas comisiones en Estados Unidos para adecuar el plan de estudios de educación superior de Relaciones Públicas (Kruckeberg, 1998).

Ante la llegada del siglo actual, entre los años 1997 y 2000 la Comisión de Educación de Relaciones Públicas, en estrecha cooperación con las principales asociaciones profesionales y educativas de Estados Unidos, desarrolló los nuevos objetivos educativos para preparar a los profesionales a los retos del SXXI (VanSlyke, Botan and Morreale, 1999). Para contribuir a este proceso, en 1998 se llevó a cabo una investigación con 258 educadores y profesionales de relaciones públicas para informar a

la National Communication Association (NCA). Ante la entrada del SXXI Kruckeberg (1998) subrayaba cómo la educación era un paso imprescindible para lograr una mayor profesionalización: “como una ocupación profesional distinta requiere un currículum de estudio profesional específico” (p. 245).

Posteriormente, se llevó a cabo otra investigación para asesorar de nuevo a la Comisión de Educación de Relaciones Públicas en 2006 y subrayaron los dos principales motores capaces de generar cambios en la práctica profesional: las nuevas tecnologías de la información y la globalización (DiStaso, Stacks and Botan, 2009).

A pesar de las reivindicaciones sobre una educación integral para los profesionales de relaciones públicas en torno a un currículum básico, diversos estudios han puesto de manifiesto la brecha existente entre las recomendaciones de las comisiones y su seguimiento y, en definitiva, entre la formación proporcionada por las instituciones educativas y las necesidades del mercado laboral (Aldoory and Toth, 2000; Hon, Fitzpatrick and Hall, 2004; Wright and Turk, 2007). En esta línea, Aldoory y Toth (2000) encontraban una escasa adherencia a las recomendaciones de la Fundación para la Investigación y Educación de Relaciones Públicas. Posteriormente, Toth (2008) corrobora también esta brecha para la educación de postgrado. Asimismo, Hon, Fitzpatrick and Hall (2004) ponen de manifiesto que los estudiantes de postgrado de Relaciones Públicas no sienten que adquieran las competencias necesarias para ingresar en el mercado de trabajo.

Si los profesionales llevan décadas quejándose de la desconexión entre las necesidades del mercado de trabajo y la educación superior, los propios académicos han contribuido a difundir estas de manera que el tema ha quedado reflejado tanto en las publicaciones sectoriales como en las académicas reivindicaciones (Ej. Brody, 1985, Cole, Hembroff y Corner, 2009; Todd, 2009).

Efectivamente, es ya una clásica reivindicación tanto de profesionales como académicos e instituciones educativas vinculados a la industria de la comunicación, que la implantación de cualificaciones y de una educación superior adecuada son imprescindibles para lograr la profesionalización de la ocupación de Relaciones Públicas y Gestión de la comunicación. Sin embargo, a pesar de los esfuerzos para acercar la educación superior a las demandas del mercado y para contar con profesionales competentes, todavía en las últimas dos décadas se considera una tarea por cumplir. En diversas partes del mundo se ha puesto de manifiesto el fracaso de los diversos actores

implicados en la implantación de estándares comunes educativos para la profesión (i.e. Zamoum, 2013; Zhang, Luo and Jian, 2001).

En Europa, L'Etang (1999) manifestaba ante la entrada del S.XXI que los intentos de imponer cualificaciones habían fallado y afirmaba que “la educación tiene el potencial de incrementar la respetabilidad y el estatus que desean los profesionales y de proveer conocimiento teórico para apuntalar una pericia específica” (p. 283). Estudios más recientes subrayan la pobre coordinación entre las asociaciones profesionales, las universidades y los institutos de educación privada para proporcionar unas cualificaciones formales y comunes para Europa (Tench et al, 2013; Tench y Moreno, 2014).

En el viejo continente existen algunos estudios específicos sobre las calificaciones académicas de los profesionales de relaciones públicas en algunos países como Alemania (Bentele, Großkurt y Seidenglanz, 2009; Szyszka, Schütte y Urbahn, 2009), Eslovenia (PRSS, 2005), Croacia (HUOJ, 2009) y Serbia (DSOJ, 2010). Tomando Europa en general como ámbito de estudio, Tench et al. (2013) concluyen que los colegios y asociaciones profesionales dirigen la agenda del profesionalismo y de la educación en distintos niveles académicos en diversos países, pero no han tenido éxito en evitar el intrusismo profesional de personas sin cualificación formal. Además, subrayan que aunque existen solapamientos entre los criterios de cualificaciones establecidos por las asociaciones de relaciones públicas y lo que se enseña en las universidades, no existen estándares de calidad y planes de estudio comunes entre la amplia gama de cursos de Relaciones Públicas y Gestión de comunicación ofrecidos a lo largo de las diversas regiones europeas. Es más, no se puede hablar de estos estándares comunes incluso dentro de cada país. En nuestro país, iniciativas como la cátedra Dircom Cataluña representan un importante paso adelante para lograr la cooperación entre las asociaciones sectoriales y las instituciones educativas (Matilla y Xifra, 2009).

En España, la investigación sobre la educación de Relaciones Públicas se ha caracterizado por un enfoque descriptivo que confirma la división establecida por la legislación de adaptación al EHEA: una educación básica a través de programas grado y de especialización mediante estudios de postgrado.

Almansa y Athaydes (2012) ponen de manifiesto las limitaciones de la oferta educativa a la hora de proporcionar una formación especializada en Relaciones Públicas y Comunicación Estratégica. En primer lugar destacan un predominio de la oferta de postgrado de las universidades privadas sobre las públicas, a pesar de que son minoría. Asimismo, las universidades privadas ofertan más postgrados orientados a la

especialización profesional, mientras que la mayoría de los programas públicos ofrecen contenidos más genéricos sobre comunicación. Hay que destacar, no obstante, que una de las áreas privilegiadas de especialización dentro del conjunto de las áreas de comunicación es la comunicación empresarial (19%).

El cambio propuesto por EHEA basado en la educación orientada a habilidades y competencias ha sido también tema de estudio en nuestro país. En este sentido cabe destacar el trabajo de Lalueza (2010), comparando las competencias por contenidos en el único documento normativo español, el *Libro Blanco* (ANECA, 2005), y el modelo de la comisión estadounidense. Otras investigaciones se centran en proponer la implementación de nuevos caminos para abordar la educación de Relaciones Públicas, con informes descriptivos y análisis de experiencias docentes en el aula (por ejemplo, Rodríguez y Hänninen, 2007; Marti, 2011), o esfuerzos para promover las habilidades profesionales mediante determinadas experiencias (por ejemplo, García y Fernández, 2007; Caldevilla & Solano, 2011, García y Hellín, 2011).

Otro conjunto de trabajos de investigación, se han centrado concretamente en el currículum formativo o los planes de estudio. En trabajos previas a la implantación del EHEA, se había evidenciado la escasa presencia o la doble subordinación de los contenidos de relaciones públicas respecto a las materias de publicidad y de otros ámbitos (Moreno, 2004; Xifra, 2007). Por su parte, el estudio de García y Hellín (2011) también refleja la tradicional subordinación de las Relaciones Públicas respecto a publicidad, pero asume que el marco educativo EHEA, con su acento en las habilidades y competencias más que en los contenidos tradicionales, proporciona un escenario óptimo para integrar ambas disciplinas en las asignaturas comunes.

Investigaciones más recientes, centradas ya en el nuevo sistema educativo, han subrayado de nuevo este desequilibrio en el curso 2008-2009 en los grados de Publicidad y Relaciones Públicas (Matilla y Hernández, 2012a). El estudio de Matilla y Hernández (2010) muestra que solo había un 19.12% de asignaturas específicas de Relaciones Públicas en los grados de Publicidad y Relaciones Públicas. Asimismo, se reconoce una carencia notable de formación en técnicas específicas de las relaciones públicas, sin encontrar manifiestas diferencias entre universidades públicas y privadas. En el nivel de postgrado, con un análisis de la oferta formativa en 2008-2009, se ha puesto también de manifiesto “la incapacidad o la ausencia de interés por generar oferta de postgrado oficial en el campo de exclusivo conocimiento de las Relaciones Públicas y la Comunicación Corporativa” (Hernández, Losada y Matilla, 2009). Por último, y en el ámbito de Cataluña,

Matilla y Hernández llevan a cabo un proceso de investigación longitudinal de la implantación del proceso Bolonia (Matilla y Hernández, 2011, 2012b).

El presente trabajo desea contribuir a esta línea de estudios analizando la actual situación de los planes de estudio para la enseñanza de Relaciones Públicas en el estado español.

### **3. Metodología**

El objetivo de esta comunicación es conocer mediante un procedimiento sistemático el estado de la educación superior de grado de Relaciones Públicas en España con especial atención a las denominaciones de titulaciones y materias, las cantidades de créditos dedicados y los tipos y contenidos de las asignaturas. Parte de este trabajo se circunscribe en la metodología de investigación (benchmarking) del proyecto European Communication Professional Skills and Innovation Program. En el marco de este programa desarrollado entre 2011 y 2013 se llevó a cabo un primer trabajo de campo para identificar la oferta de educación pública y privada de grado, postgrado y educación continua en España durante los meses de diciembre 2011 y enero 2012 y durante el mes de junio de 2013. Posteriormente, en diciembre de 2013 y enero de 2014 se ha vuelto a actualizar la oferta de educación pública y privada de grado para analizar los planes de estudio de las titulaciones de Relaciones Públicas y Gestión de comunicación en el curso 2013-2014.

Para poder resolver las preguntas de investigación se ha seleccionado la metodología de análisis de contenido, técnica cuantitativa destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto (Krippendorff, 1990). Utilizando la clásica definición de Berelson (1952:13) a través del análisis de contenido pretendemos proporcionar una descripción objetiva, sistemática y cuantitativa) del contenido de los planes de estudio.

Para realizar el análisis de contenido es necesario determinar una muestra. En este caso, tomamos como unidades de análisis cada una de las asignaturas con contenidos de Relaciones Públicas referidas en los planes de estudio de cada una de las titulaciones. En primer lugar, para incluir todas las titulaciones que pudiesen identificarse como oferta de Relaciones públicas y Gestión de comunicación tuvimos que utilizar diversos descriptores de búsqueda en la web del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2014): relaciones

públicas, comunicación y eventos. En un esfuerzo por conocer con mayor profundidad la educación de este ámbito en España no nos hemos limitado a los grados reconocidos por el Ministerio con la denominación de Publicidad y Relaciones Públicas, sino todos aquellos que con diversas denominaciones incluían formación para desempeñar las funciones profesionales propias de las Relaciones Públicas. En esta búsqueda se obtuvo un total de 63 titulaciones de las cuales 4 fueron excluidas por tratarse de programas no ofertados ya realmente en las universidades de procedencia. Se excluyeron además las dobles titulaciones, pues tras un análisis del 35% de estas titulaciones se llegó a la conclusión de que no proporcionaban información sustancial respecto a las titulaciones únicas de sus universidades de origen. Se han analizado por tanto un total de 42 titulaciones. La segunda parte del proceso de selección de la muestra consistió en acceder, desde las webs oficiales de las diversas universidades públicas y privadas, a los planes de estudio de las titulaciones previamente identificadas y analizar las materias con contenidos referentes a Relaciones Públicas y Gestión de Comunicación.

Para la realización del análisis fue necesario elaborar un libro de códigos, con las instrucciones necesarias y la descripción precisas de los conceptos (Igartua, 2006) y una ficha de análisis. Ambos instrumentos incluyeron variables de identificación de la unidad de análisis, temáticas y variables sobre los agentes que proporcionan la oferta educativa. En concreto se analizaron datos de identificación: número de unidad, nombre de la asignatura, créditos de la asignatura, curso y ciclo; datos de la titulación: nombre, clasificación del nombre y créditos; y otros datos sobre la asignatura: tipo, denominación y contenidos.

Dos codificadores probaron los instrumentos sobre un 10% de la muestra de análisis y se produjo una ficha de análisis definitiva que ampliaba los valores de los descriptores temáticos. Los datos fueron tratados en SPSS y se llevaron a cabo análisis estadísticos para generar los resultados que exponemos a continuación.

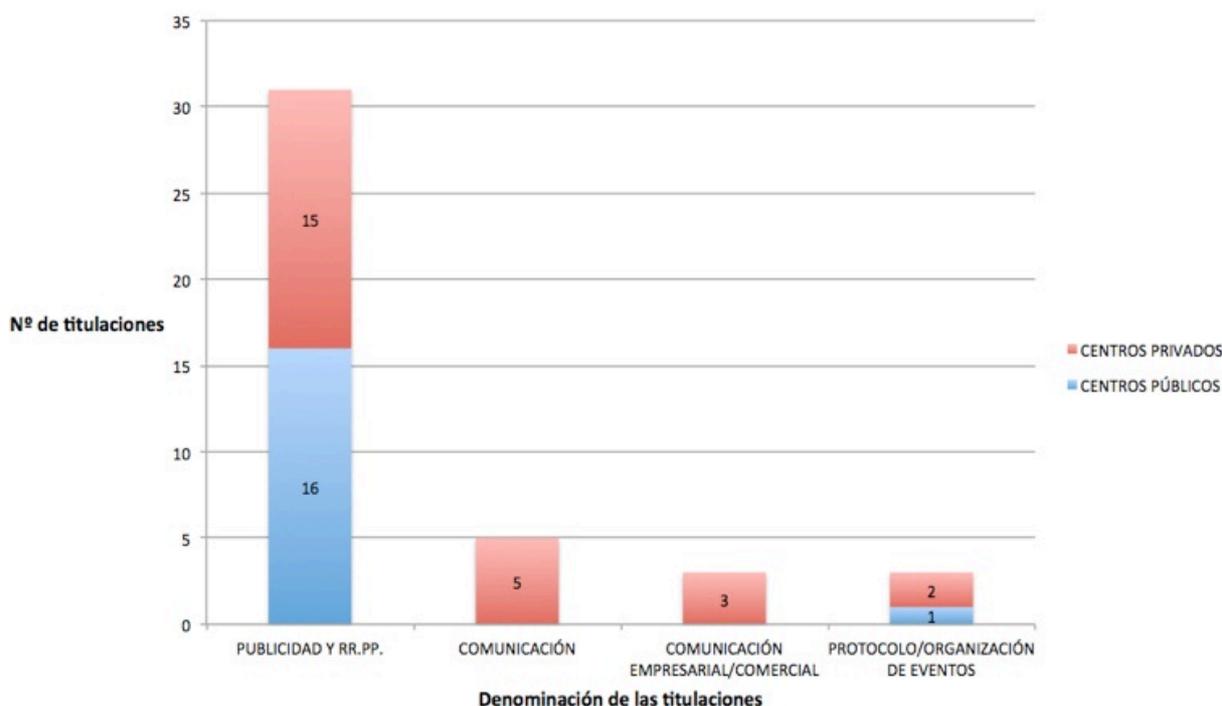
## 4. Resultados

### 4.1. La oferta de titulaciones en Relaciones Públicas

La oferta formativa a nivel de grado en España cuenta en la actualidad con 42 títulos vinculados en sus contenidos a las Relaciones Públicas y a la Gestión de la Comunicación, repartidos entre centros de titularidad pública (17 títulos; 40,5%) y privada

(25 títulos; 59,5%). Estas titulaciones refieren en su mayoría (73,8%, 31 titulaciones) a grados con la tradicional denominación, heredada de las precedentes licenciaturas, de “Publicidad y Relaciones Públicas”. La Conferencia de Decanos de facultades de Ciencias de la Comunicación, habían decidido por unanimidad el 23 de enero de 2008 en Málaga seguir ofreciendo esta titulación sin modificación y sin divisiones más especializadas<sup>3</sup>. Esta situación se ha respetado mayoritariamente en los centros públicos, en los que como excepción sólo encontramos en el grado en Organización de Eventos, Protocolo y Relaciones Institucionales de la Universidad Miguel Hernández. En el caso de las titulaciones vinculadas a centros privados, si bien también es mayoritaria esa mención directa a la “Publicidad y Relaciones Públicas” (15 titulaciones), encontramos una mayor dispersión con grados en Comunicación Comercial o Empresarial, grados en Protocolo y Organización de Eventos, e incluso simple y genéricamente, grados en Comunicación.

**Gráfico 1.** Denominación de titulaciones de RR.PP.



**Fuente:** elaboración propia

<sup>3</sup> [http://www.ccom.uma.es/joomla/index.php?option=com\\_content&view=article&id=221%3Areunion-decanos-comunicacion&Itemid=78](http://www.ccom.uma.es/joomla/index.php?option=com_content&view=article&id=221%3Areunion-decanos-comunicacion&Itemid=78)

A este respecto, atendiendo a nuestro gráfico 1, debe destacarse la incorporación de titulaciones con denominaciones diferentes a la tradicional “Publicidad y Relaciones Públicas”, la gran mayoría de ellas a cargo de instituciones privadas. Estas titulaciones capacitan a los estudiantes en el desempeño de tareas ligadas al ejercicio profesional de las relaciones públicas, aunque abordaremos posteriormente si se puede, por lo que respecta a sus asignaturas, hablar propiamente de titulaciones de comunicación estratégica. Del total de la oferta con otras denominaciones (comunicación, comunicación empresarial, comunicación comercial, protocolo y organización de eventos) la práctica mayoría refieren universidades privadas (todos menos el ya mencionado grado en Organización de Eventos, Protocolo y Relaciones Institucionales de la Universidad Miguel Hernández).

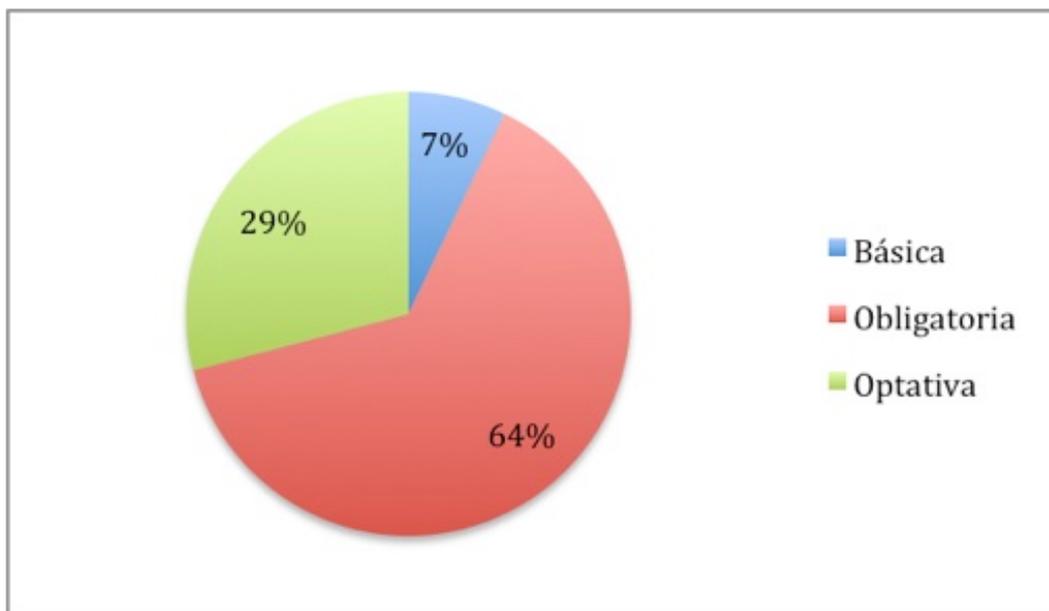
Por tanto, en relación a nuestras tres primeras preguntas de investigación (referidas en términos generales a la actual oferta de títulos de grado en Relaciones Públicas y Comunicación Estratégica en España), cabe concluirse que a) se consolida la oferta de títulos de grado con la tradicional (y heredera de los planes antiguos) denominación de “Publicidad y Relaciones Públicas” respecto a la oferta registrada en 2009/2010 (Matilla y Hernández, 2012a), en centros tanto públicos como privados; b) se registra cierta tendencia hacia la dispersión de la formación en Relaciones Públicas a través de grados oficiales con nuevas denominaciones, tales como comunicación empresarial, marketing y protocolo y organización de eventos, dato que puede llevarnos a debatir si se trata de una cierta dispersión conceptual o de nueva oferta especializada; c) que son los centros universitarios privados los que se mantienen a la vanguardia de esta incorporación de títulos de grado con nuevas denominaciones, siguiendo la brecha abierta por las nuevas titulaciones de grado en Comunicación que ya incorporaban los centros privados en 2009.

#### **4.2. La oferta de asignaturas en Relaciones Públicas**

La oferta Respecto a la relación entre asignaturas y titulaciones, debemos destacar en primer lugar que el porcentaje medio de créditos dedicados a las Relaciones Públicas en los grados analizados es de 20,56%. Es decir, las titulaciones analizadas dedican de media en torno a una quinta parte de sus créditos a la formación en Relaciones Públicas. Este dato nos remite de nuevo a la, ya observada en estudios previos, subordinación de las Relaciones Públicas a otras materias y contenidos, incluso en las propias titulaciones a las que los futuros profesionales de gestión de la comunicación acuden para recibir su formación universitaria inicial.



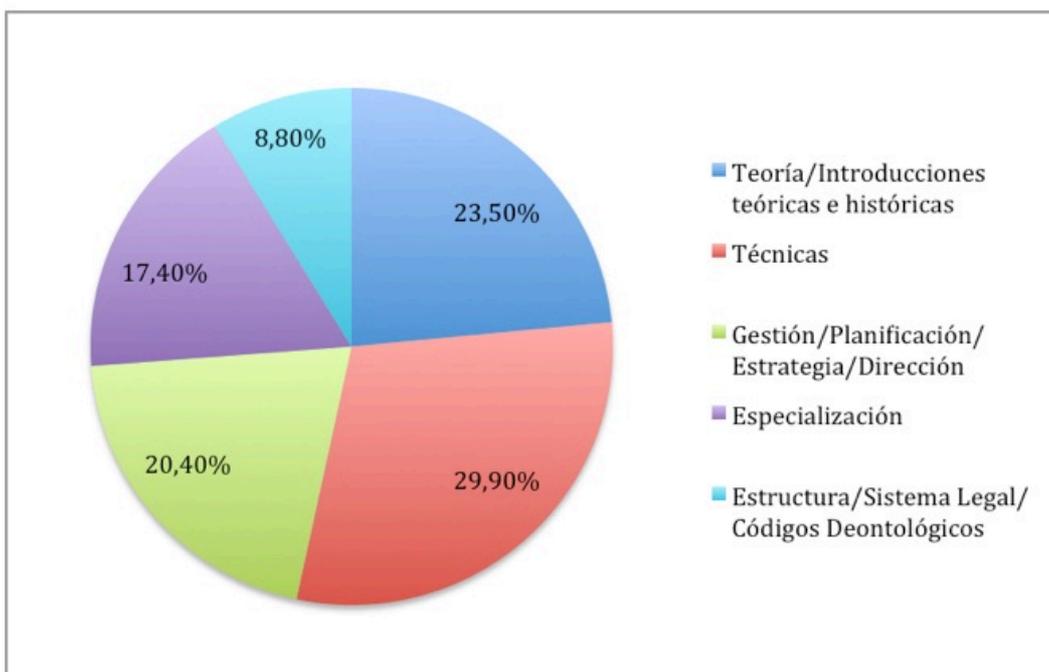
**Gráfico 2.** Asignaturas de RR.PP. por titulación.



Fuente: elaboración propia

Respecto a las asignaturas con contenidos de Relaciones Públicas de las titulaciones analizadas, analizaremos ahora su distribución según el tipo de asignaturas que contemplan los nuevos planes de estudio: formación básica, obligatorias y optativas (ANECA, 2008).

**Gráfico 3.** Tipo de asignaturas con contenidos de RR. PP.



Fuente: elaboración propia

Atendiendo a los datos del gráfico 3, observamos una clara mayoría (64%) de asignaturas de tipo obligatorio. Este dato contrasta con el escaso porcentaje de asignaturas de relaciones públicas y comunicación estratégica ofertadas como formación básica (7%). Esta plasmación quedaría parcialmente predeterminada por el Real Decreto 1393 de 29 de octubre de 2007, que contemplaba que al menos 36 de los 60 créditos obligatorios de materias básicas, debían pertenecer a las ramas de conocimiento listadas en el anexo II del propio Real Decreto para la rama de Ciencias Sociales y Jurídicas, en la que quedan incluidas las Relaciones Públicas y la Comunicación Estratégica.

Respecto a las denominaciones de estas asignaturas, atendiendo a la tabla 1 observamos, en primer lugar que destacan la presencia de asignaturas de comunicación (26,2%) y de Relaciones Públicas (23,8%). Entre ambas denominaciones alcanzan la mitad (50%) del total de las asignaturas con contenidos de Relaciones Públicas o Comunicación Estratégica.

**Tabla 2.** Denominación de las asignaturas de RR.PP.

<b>TITULACIÓN</b>	<b>UNIVERSIDAD</b>	<b>TITULARIDAD</b>	<b>PORCENTAJE DE CRÉDITOS DE RR.PP.</b>
Grado en Protocolo y Organización de Eventos	Universidad Europea de Madrid	Privada	57,5%
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	Universidad de Málaga	Pública	55%
Grado en Protocolo y Organización de Eventos	Universidad Camilo José Cela	Privada	52,5%
Grado en Organización de Eventos, Protocolo y Relaciones Institucionales	Universidad Miguel Hernández	Pública	46,25%
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	Universitat Pomeu Fabra	Pública	36,25%
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	Universidad Cardenal Herera-CEU	Privada	32,5%

Fuente: elaboración propia

A partir de estos datos cabe contrastar que si bien la media del total de créditos de Relaciones Públicas y Comunicación Estratégica se establece en un 20,56%, la mitad de esas asignaturas responden a las denominaciones de “Relaciones Públicas” (23,8%) y “Comunicación” (26,2%), ya sea con asignaturas de comunicación en términos genéricos (13,7%), de comunicación corporativa (5,3%), de comunicación institucional (4,2%), de comunicación empresarial o comercial (2,6%) o, minoritariamente, de comunicación organizacional (0,4%).

Es importante destacar también la presencia de asignaturas bajo la denominación “publicidad y relaciones públicas” (13,7%). Estos datos de nuevo vienen a reforzar las observaciones previas sobre la subordinación de las relaciones públicas a la publicidad. De hecho, no se han incluido en el análisis asignaturas que a pesar de contener la denominación “Publicidad y Relaciones Públicas,” no incluían realmente contenidos de Relaciones Públicas. Por ejemplo, se han excluido asignaturas de formación básica sobre legislación, deontología o ética, en las que el programa y cada uno de los temas se referían exclusivamente a la publicidad.

Por otro lado, se constata también una cantidad considerable de asignaturas relacionadas con contenidos de protocolo y organización de eventos (16,3%). Este porcentaje se incrementa notablemente debido a los grados de organización de eventos y protocolo, cuyos planes de estudio se configuran en torno a una división atomista de los diversos tipos de protocolo y, sin embargo, adolecen en su mayoría de la formación fundamental para capacitar profesionales en el manejo estratégico de la comunicación y las relaciones públicas.

Por último, analizaremos también los diferentes contenidos de las asignaturas de relaciones públicas ofertadas.

**Gráfico 4.** Contenidos de las asignaturas de RR. PP.

DENOMINACIÓN DE LAS ASIGNATURAS		NÚMERO	PORCENTAJE
COMUNICACIÓN	Comunicación Corporativa	24	5,3%
	Comunicación Organizacional	2	0,4%
	Comunicación Empresarial/Comercial	12	2,6%
	Comunicación Institucional	19	4,2%
	Comunicación	62	13,7%
	<b>TOTAL COMUNICACIÓN</b>	<b>119</b>	<b>26,2%</b>
<b>RR.PP.</b>		<b>108</b>	<b>23,8%</b>
ORGANIZACIÓN DE EVENTOS/PROTOCOLO		74	16,3%
PUBLICIDAD Y RR.PP.		62	13,7%
OTROS		49	10,8%
IMAGEN E IDENTIDAD		18	4,0%
ÉTICA/DEONTOLOGÍA/DERECHO PROFESIONAL		13	2,9%
RESPONSABILIDAD		10	2,2%
TOTAL		453	100,0%

Fuente: elaboración propia

Según el gráfico 4 observamos una mayoritaria presencia de asignaturas con contenidos técnicos (29,9%) y contenidos de estrategia, gestión, planificación y dirección de la comunicación (20,4%), de tal modo que más de la mitad de las asignaturas ofertadas (50,3%) están orientadas a uno de estos dos enfoques.

Destacamos de estos datos que las Relaciones Públicas se imparten todavía mayoritariamente en asignaturas de orientación instrumental, ya sea como técnicas de comunicación o como enfoque estratégico para la gestión, planificación, dirección y diseño de la comunicación.

Los contenidos teóricos, si bien tienen una considerable presencia del 23,5% respecto al total de asignaturas analizadas, todavía aparecerían subordinados a los contenidos de tipo instrumental. Este dato se hace todavía más patente si consideramos que, en nuestro proceso de análisis, se han incluido dentro de los contenidos teóricos a asignaturas de tipo introductorio y de iniciación (introducciones teóricas e históricas). Del mismo modo, aunque con menor peso, sucede con las asignaturas de estructura de las relaciones públicas (8,8%), entre las que hemos analizado de manera conjunta a las referidas a contenidos ético-deontológicos. Este dato reforzaría la ya mencionada subordinación de los elementos teóricos frente a los instrumentales en la formación de Relaciones Públicas.

Las asignaturas de especialización en Relaciones Públicas destacan también por cierta presencia minoritaria, con un 17,4%. Este dato debe ser contrastado con el mencionado respecto a la mayoritaria presencia de asignaturas de contenidos instrumentales.

## 5. Conclusión

A partir de los principales resultados observados y analizados en el epígrafe anterior, podemos sistematizar las siguientes conclusiones del proceso investigador:

1. La actual oferta formativa de grados en Comunicación Estratégica evidencia la, ya señalada en estudios previos, subordinación de las Relaciones Públicas a otros contenidos de comunicación, y de las Ciencias Sociales y Jurídicas en general. Esta afirmación queda de manifiesto a distintos niveles:

Esta afirmación queda de manifiesto a distintos niveles:

- La dedicación, en créditos, de estos ciclos formativos a las Relaciones Públicas se establece de media en torno a una quinta parte de los créditos totales necesarios para la obtención del título (240 créditos ECTS).
- El peso de las asignaturas de Relaciones Públicas de tipo “formación básica” se mantiene en un escaso 7%. Considerando la definición de este tipo de asignaturas en Real Decreto 1393 (octubre de 2007), es necesario reconocer el lugar secundario que los contenidos de Relaciones Públicas tienen respecto al área de conocimiento general de Ciencias Sociales y Jurídicas, situación que se intentaría compensar parcialmente con una mayor definición de las asignaturas como obligatorias (64% de las materias analizadas).
- A pesar de que las principales denominaciones que reciben las asignaturas de Comunicación Estratégica son “Comunicación” (26,2%) y “Relaciones Públicas” (23,8%), encontramos todavía una importante presencia de asignaturas con la doble denominación “Publicidad y Relaciones Públicas” (13,7%).

2. La formación en Comunicación Estratégica en los actuales grados destaca por una marcada proyección para el ejercicio profesional de las Relaciones Públicas. A este respecto:

- Se evidencia cierto equilibrio en los contenidos teóricos (23,5%), técnicos (29,9%) y estratégicos (20,4%) en la formación de grado en Comunicación, el cual que podría ser adecuado para la capacitación de los estudiantes para afrontar su futuro desempeño profesional.
3. Sin embargo, como contrapartida, debe destacarse que mayoritariamente esta formación plantea las Relaciones Públicas de una manera instrumental, ya sea como técnicas de comunicación o como enfoque estratégico para la gestión, planificación, dirección y diseño de la comunicación. Por tanto, concluimos también que esta proyección profesionalizante de las Relaciones Públicas se plantea a costa de su proyección teórica e investigadora, sobre todo si consideramos que entre estas asignaturas teóricas se ubican contenidos de carácter introductorio (introducción a las Relaciones Públicas) e histórico (historia de las Relaciones Públicas).
- Se destaca además una expansión de esta tendencia con la incorporación de los Grados en Organización de Eventos y Protocolo, donde queda patente la ausencia y escasez de contenidos teóricos y estratégicos.

Como plantea Kerlinger (2011) el análisis de contenido estudia y analiza la comunicación de manera sistemática, objetiva y cuantitativa con el objetivo de encontrar variables de medición. Desde esta declaración encontramos las principales aportaciones y también las carencias más significativas de este trabajo. El empleo del método ha tenido la intención de dotar de rigor a las hipótesis ampliamente compartidas sobre las limitaciones de la oferta educativa de grado de Relaciones Públicas en el Estado español. Pero al mismo tiempo, los investigadores se han topado con diversas dificultades para el análisis, desde la falta de transparencia de algunas universidades a la hora de hacer públicos los planes de estudio hasta el embrollo conceptual que existe en nuestro país cuando se trata de llamar a las Relaciones Públicas por su nombre propio.

En este sentido este trabajo es una propuesta abierta para continuar analizando los planes de estudio en España y es un trabajo en construcción, pues los diversos profesores e investigadores pueden aportar con su discusión un modelo cada vez más preciso de análisis que se vaya adaptando a la realidad cambiante.

## 6. Bibliografía

Aldoory, L. y Toth, E. (2000). An Exploratory Look at Graduate Public Relations Education, *Public Relations Review*, 26(1), pp. 115-125.

Almansa, A. y Athaydes, A. (2012). “Los posgrados en relaciones públicas en las universidades españolas estudio sobre su situación y temáticas”. Ordeix I Rigó, E. y Rom, J. (ccord.): *La innovació en relacions públiques. V Congrés Internacional d'Investigació I Relacions Públiques*, pp. 315-330.

ANECA (20085). Libro blanco Títulos de Grado en Comunicación. URL: [[http://www.aneca.es/var/media/150336/libroblanco\\_comunicacion\\_def.pdf](http://www.aneca.es/var/media/150336/libroblanco_comunicacion_def.pdf)].

ANECA (2008). Guía para la elaboración de la Memoria para la solicitud de verificación de títulos oficiales (Grado Y Master). URL:[[http://www.aneca.es/var/media/150336/libroblanco\\_comunicacion\\_def.pdf](http://www.aneca.es/var/media/150336/libroblanco_comunicacion_def.pdf)]

Bentele, G., Großkurt, L. y Seidenglanz, R. (2009). Profession Pressesprecher 2009 – Vermessung eines Berufsstandes. Berlin, Germany: Helios.

Berelson, B. (1952). Content analysis in communication research. Free Press: New York.

Brody, E.W. (1985). What Ought To Be Taught Students of Public Relations?, *Public Relations Quarterly*, Spring 1985, pp. 6-9.

Caldevilla, D. y Solano, L. F. (2011): “Modelo de practicum para la docencia de RRPP”. Fernández, A. B. y García, F.: *VI Congreso Internacional de Investigación y Relaciones Públicas*. Madrid: Icono 14, pp. 60-78.

Cole, R.T., Hembroff, L.A. & Corner, A.D. (2009). National Assessment of the Perceived Writing Skills of Entry-Level PR Practitioners, *Journalism and Mass Communication Education*, Spring 2009, pp. 10-26.

Distaso, M.W., Stacks, D.W. Y Botan, C.H. (2009). ‘State of public relations education in the United States: 2006 report on a national survey of executives and academics’, *Public Relations Review*, 35(3), pp.254-269.

DSOJ (2010). Društvo Srbije za odnose s javnošću (2010, September). *Istraživanje stanja PR struke u Srbiji*. Beograd, Serbia: Društvo Srbije za odnose s javnošću.

García, M. T. y Fernández, M. (2007): “Las inteligencias múltiples en los estudiantes de relaciones públicas”. *Las Relaciones Públicas en la Sociedad del Conocimiento. Actas del III Congreso Internacional de Investigación en Relaciones Públicas*. Asociación de Investigadores en Relaciones Publicas (AIRP), pp. 415-436.

García, J. y Hellín, P. (2011). “La integración de la publicidad y las relaciones públicas en el Espacio Europeo de Educación Superior”, *VI Congreso Internacional de Investigación y Relaciones Públicas*. Icono 14, nº Extra, pp. 96-106.

GfK Gral Iteo (2005). October. *Odnos članov do Slovenskega društva za odnose z javnostmi (PRSS)*. Ljubljana, Slovenia: GfK/PRSS.

González, S. (2011): “The Dircom in the scenary of convergence: keys for a transformation”. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 2. Vol. 1, pp. 119-137.

Hernández, S., Losada, J. C., & Matilla, K. (2009). Las relaciones públicas y la comunicación corporativa en la oferta universitaria de postgrado del estado español: análisis sistemático y proyectivo y una iniciativa de observatorio del estado de la situación por parte de una asociación profesional, *Razón Y Palabra*, 14(70), 1-18.

Hon, L.C., Fitzpatrick, K.R. & Hall, M.R. (2004). Searching for “the Ideal” Graduate Public Relations Curriculum, *Journalism and Mass Communication Educator*, 59 (2), pp. 125-142.

HUOJ - Hrvatska udruga za odnose s javnošću (2009). 5. *Istraživanje HUOJ-a o stanju u odnosima s javnošću u RH – 2009*. Recuperado el 23 de febrero de 2012 en URL: <http://www.huoj.hr/aktivnosti-udruga-istrazivanja/5-istrazivanje-huoj-a-o-stanju-u-odnosima-s-javnosc-u-rh-2009-hr239>.

Igartua, J. J. (2006). Métodos cuantitativos de investigación en comunicación. *Barcelona: Bosch*.

Kerlinger, F. N. (2011). *Foundations of behavioral research*, 1986. New York, NY: Holt, Rinehart, and Winston.

Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido: teoría y práctica*. Paidós.

Kruckeberg, D. (1998). The Future of PR Education: Some Recommendations. *Public Relations Review*, 24 (2), pp. 235-248.

Laluzza, F. (2010). “Lo que hay que tener. Estudio comparativo de las competencias requeridas al profesional de las Relaciones Públicas en el modelo formativo estadounidense y en el modelo formativo español post-Bolonia”. En M.C. Carreton (coord.) *La gestión de las Relaciones con los Públicos* (pag. 135-154).

Martí, D. (2011). “Aprendizaje informal de comunicación. Alcance del aprendizaje informal en una material universitaria de comunicación en red social abierta”. Fernández, A. B. y García, F.: *VI Congreso Internacional de Investigación y Relaciones Públicas*. Madrid: Icono 14, pp. 159-168.

Martínez, M. y Saperas, E. (2011). "Communication research in Spain, 1998-2007. An analysis of papers published in Spanish communication journals". *Revista Latina de Comunicación Social*, 66, pp. 101-129.

Matilla, K. y Hernández, S. (2012a). "Bolonia Km. 0: los estudios universitarios de Relaciones Públicas del estado español en el curso 2009-10". Ordeix I Rigó, E. y Rom, J. (ccord.): *La innovació en relacions públiques. V Congrés Internacional d'Investigació I Relacions Públiques*, pp. 315-330.

Matilla, K. y Hernández, S. (2012b): Bolonia 2º año: los estudios universitarios de Relaciones Públicas en Cataluña en el curso 2011-2012, *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 4(2), 247-276.

Matilla, K. y Hernández, S. (2011): "Bolonia primer año: los estudios universitarios de RRPP en Cataluña en el curso 2010-11". Fernández, A. B. y García, F.: *VI Congreso Internacional de Investigación y Relaciones Públicas*. Madrid: Icono 14, pp. 35-59.

Míguez, M. I. (2011): "La investigación sobre relaciones públicas en las revistas españolas de comunicación (2008-2010)". Fernández, A. B. y García, F.: *VI Congreso Internacional de Investigación y Relaciones Públicas*. Madrid: Icono 14, pp. 124-138.

Míguez, M.I. (2007). Análisis del uso de los conceptos de público, stakeholder y constituent en el marco teórico de las relaciones públicas. *Zer: Revista de Estudios de Comunicación*, 12(23).

Moreno, A. (2004). "Spain". Ruler, B. V. Ruler and Vercic, D. (eds.), *Public Relations and Communication Management in Europe. A Nation-by-Nation Introduction to Public Relations Theory and Practice* Berlin: Mouton de Gruyter, pp. 393-412.

Moreno, A., Zeffass, A. y Navarro, C. (2012a). Tendencias de Comunicación en Europa. *European Communication Monitor 2011*. In VV.AA. *Anuario de la Comunicación 2012*. Madrid: Dircom.

Moreno, Á., Zeffass, A. Y Navarro, C. (2012b). La situación de los profesionales de relaciones públicas y comunicación estratégica en Europa y en España. Análisis comparado del *European Communication Monitor 2009*. *Trípodos*, Volumen Extra, 299-313.

Navarro, C., Moreno, A., & Zeffass, A. (2012). Análisis longitudinal de la profesión de Relaciones Públicas en España en los últimos cinco años (2007-2001). *Anagramas*, 10(20), pp. 53-66.

Puesto Base (2013). *El sector de las Relaciones Públicas en España. Análisis Económico*. Madrid: Torres y Carrera Consultores de Comunicación.

Puesto Base (2011). *El sector de las Relaciones Públicas en España. Análisis Económico*. Madrid: Torres y Carrera Consultores de Comunicación.

Rodriguez, J. And Hänninen, L. (2007). "Investigación y aplicación del método docente de proyecto social real en la enseñanza de las relaciones publicas". *Las Relaciones Públicas en la Sociedad del Conocimiento. Actas del III Congreso Internacional de Investigación en Relaciones Públicas*. Asociación de Investigadores en Relaciones Publicas (AIRP), pp. 437-453.

Szyska, P., Schütte, D. & Urbahn, K. (2009). *Public Relations in Deutschland. Eine empirische Studie zum Berufsfeld Öffentlichkeitsarbeit [public relations in Germany – an empirical study on the field of occupation in public relations]*. Konstanz, Germany: UVK Verlagsgesellschaft.

Tench, R. y Moreno, A. (2013). "Competencies of EU communication practitioners: evaluation, audit and intervention". Paper presented at EUPRERA Annual Congress, Barcelona 3-5 October.

Tench, R., Zerfass, A., Verhoeven, P., Moreno, A., Okay, A. & Verčič, D. (2013). *ECOPSI Benchmark Report*. May 2013. Leeds, UK: Leeds Metropolitan University.

Todd, V. (2009). "PRSSA Faculty and Professional Advisors 'Perceptions of Public Relations Curriculum, Assessment of Students' Learning, and Faculty Performance'", *Journalism and Mass Communication Educator*, Spring 2009, pp. 71-90.

Vanslyke Turk, J., Botan, C. & Morreale, S.P. (1999). "Meeting Education Challenges in the Information Age". *Public Relations Review*, 25 (1), pp. 1-4.

Wright, D. K., & Turk, J. V. (2007). Public relations knowledge and professionalism: Challenges to educators and practitioners. In E.L. Toth (Ed.), *The future of excellence in public relations and communication management: Challenges for the next generation* Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum, pp. 571–588.

Xifra, J., & Castillo, A. (2006). Forty Years of Doctoral Public Relations Research in Spain: A Quantitative Study of Dissertation Contribution to Theory Development. *Public Relations Review*, 32(3), 302–308.

Zamoum, K. (2013). Teaching crisis management in Arab universities: A critical assessment, *Public Relations Review*, 39, pp 47-54.

Zhang, A., Luo, Y. & Jiang, H. (2011). An inside-out exploration of contemporary Chinese public relations education, *Public Relations Review*, 37, pp. 513-521.