

Sphera Publica

REVISTA DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN

sphera.ucam.edu

e-ISSN: 2695-5725 • Número 21 • Vol. II • Año 2021 • pp. 237-259

Los eventos como estrategia de las relaciones públicas: análisis de la importancia de la seguridad y la prevención

Carlos Moreno Clemente, **Universitat Oberta de Catalunya (España)**
cmorenocl@uoc.edu

Olga Sánchez González, **Universidad Nebrija (España)**
osanchezg@nebrija.es

Recibido: 28/10/21 • Aceptado: 10/12/21 • Publicado: 23/12/21

Cómo citar este artículo: Moreno Clemente, C. y Sánchez González, O. (2021) Los eventos como estrategia de las relaciones públicas: análisis de la importancia de la seguridad y la prevención, *Sphera Publica*, 2(21), 237-259

Resumen

La celebración de eventos es una de las estrategias de las relaciones públicas más utilizadas y con un mayor crecimiento. Para el correcto desarrollo de los encuentros y para garantizar la consecución de los objetivos planteados, se deberá tener en cuenta el valor de la seguridad y la prevención para los asistentes y participantes. Tanto a nivel español como a nivel internacional, se viene registrando un incremento del número de eventos celebrados a la vez que aumenta en muchos territorios la percepción de inseguridad provocada por múltiples factores como el terrorismo, la inestabilidad social, las crisis sanitarias o los incidentes causados por la concentración de personas. La investigación realizada persigue la identificación de diferentes problemáticas y amenazas para la seguridad de los eventos, así como el análisis de los elementos que contribuyen, a nivel perceptivo y operativo, a aumentar la seguridad en este tipo de actos.

Palabras Clave

Eventos, relaciones públicas, seguridad, prevención

Events as a public relations strategy: analysis of the importance of security and safety

Carlos Moreno Clemente, **Universitat Oberta de Catalunya (España)**
cmorenocl@uoc.edu

Olga Sánchez González, **Universidad Nebrija (España)**
osanchezg@nebrija.es

Recibido: 28/10/21 • Aceptado: 10/12/21 • Publicado: 23/12/21

How to reference this paper: Moreno Clemente, C. y Sánchez González, O. (2021) Los eventos como estrategia de las relaciones públicas: análisis de la importancia de la seguridad y la prevención, *Sphera Publica*, 2(21), 237-259

Abstract

Holding events is one of the most widely used and fast-growing public relations strategies. For the correct development of the events and to guarantee the achievement of the proposed objectives, the value of safety and safety for attendees and participants must be considered. Both at the Spanish and international level, there is an increase in the number of events held while the perception of insecurity caused by multiple factors such as terrorism, social instability, health crises or incidents caused by people crowds. The research carried out seeks to identify different problems and threats to the security of events, as well as the analysis of the elements that contribute, at a perceptual and operational level, to increase security in these types of events. In this way, a series of guidelines and recommendations are offered for public relations professionals and event organizers, reflecting the value of security and safety, to develop safer events with which to achieve the communication objectives set.

Keywords

Events, public relations, security, safety.

1. Introducción

Los eventos forman parte de nuestra sociedad a nivel global, desde los grandes acontecimientos deportivos a los eventos corporativos, pasando por los festivales de música o los encuentros profesionales.

La celebración de eventos se ha venido incrementando de manera exponencial en los últimos tiempos. Tanto ha sido así, que los eventos han registrado un aumento exponencial hasta el 2018, registrando tal concentración de actos y eventos que, en muchos contextos, podía resultar inabarcable, hecho que se puede apreciar en los informes realizados por el grupo de investigación del Observatorio Científico de Eventos relacionados con la situación y problemáticas de los técnicos de eventos y espectáculos (Sánchez y Alonso, 2020, p.14) al igual que en el correspondiente a promotores y organizadores de eventos (Sánchez, 2020, p.17). Uno de los aspectos que revelan en gran medida los resultados de ambos estudios es la necesidad de una urgente reglamentación homogeneizada y específica para abordar aspectos de seguridad y prevención en la realización de eventos.

No es de extrañar que, por ejemplo, la industria de las reuniones y los eventos sea responsable de un gran impacto económico sobre el territorio, difícil de cuantificar de manera precisa debido a la generación de muchos impactos indirectos, no solo económicos. A modo de ejemplo de una parte del sector, la Asociación Internacional de Organizadores Profesionales de Congresos (IAPCO en sus siglas en inglés) cifra un impacto económico mundial de 9,1 billones (2019). Por otro lado, la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA en sus siglas en inglés), en su estudio estadístico correspondiente al 2020, aprovecha para analizar los datos de los años anteriores debido a su excepcionalidad y la necesidad de transformación del sector. Afirma que durante el año 2019 se celebraron 13.252 encuentros asociativos que representaron un gasto total estimado de 10.817 millones de dólares. En el año 2020, pese a la pandemia, se planificaron 8.409 reuniones, de las cuales 3.484 se acabaron celebrando: 763 no se vieron afectadas, 2.505 tuvieron que realizarse de manera virtual, 73 fueron reubicadas y 143 se celebraron en formato híbrido. Las limitaciones normativas y recomendaciones sanitarias en la celebración de eventos para evitar la concentración de personas han diezmando la producción económica de manera irreversible durante la pandemia. Pero con las vacunas y la rápida adaptación del sector, se va materializando la progresiva recuperación de la normalidad.

Cualquier profesional de relaciones públicas conoce la importancia de los eventos como herramienta de comunicación, su gran potencial a la hora de la transmisión de la imagen corporativa o institucional y la oportunidad comunicativa que suponen. Dentro de su ámbito de competencias, los profesionales son concededores y saben aplicar el protocolo institucional y empresarial para adquirir las competencias en relación con la programación, planificación y gestión de viajes y eventos en sus distintas tipologías. Igual de importante se aprecian las necesidades para el cálculo del riesgo en línea de la prevención de incidentes y accidentes durante la celebración de cualquiera de ellos. Como afirma Sánchez (2020):

El éxito o fracaso de los eventos se puede medir por la afluencia de asistentes o seguidores. Cualquier incidente, accidente o tragedia que pueda ocurrir desembocará en una repercusión administrativa, penal o reputacional. Por ello, se recomienda una cuidadosa planificación del desarrollo del evento y de la previsión de riesgos y amenazas posibles. (p.150)

Así mismo, se aprecia necesario contemplar como objetivo formativo el poder desarrollar una capacidad de aprendizaje para adaptarse a un entorno cambiante y en constante competición propios del sector de la comunicación corporativa y las relaciones públicas. Del mismo modo, se debe adquirir el conocimiento y la puesta en marcha de estrategias de marketing relacionadas con la influencia de la organización de eventos y el desarrollo de los destinos turísticos. Y en esta línea, la adquisición de competencias profesionales, personales y sociales relacionadas como “analizar el mercado turístico para conocer las necesidades de los consumidores, las estrategias de los competidores y la evolución del sector, con objeto de encontrar oportunidades de negocio” (Real Decreto 1.254, 2009, p. 75.718).

2. Los eventos y su seguridad en la estrategia de relaciones públicas

En primer lugar, conviene señalar la falta de consenso, al menos desde el punto de vista académico, de una definición precisa del concepto de evento. A pesar de la importancia social y económica que representa la industria de los eventos, tanto a nivel nacional como internacional, no se logra un quorum que permita establecer un marco concreto que facilite su análisis. De hecho, se ha llegado a apuntar como causa de esta indefinición la extensión y potencial alcanzado por el sector, factor que complica una definición única que englobe

todas las variedades y tipologías existentes (Bowdin, 2006), algo que podría incluso relacionarse con la relativamente reciente incorporación de la gestión de eventos como materia de investigación académica (Backman, 2018).

En cualquier caso, algunas de las aproximaciones más destacadas apuntan a que los eventos son oportunidades para las experiencias de ocio, sociales o culturales que sobresalen de la experiencia cotidiana (Getz, 1991). El significado epistemológico del vocablo latín *eventus* también contempla ese acontecimiento o suceso, esa eventualidad que dota a los eventos de un carácter singular.

Precisamente, la singularidad de los eventos facilita llegar al factor experiencial diferencial, algo que en determinados contextos puede resultar de extraordinaria eficacia para lograr los objetivos buscados con las relaciones públicas. En una sociedad cada vez más saturada de datos e información que no es capaz de procesar por completo, el impacto generado por una experiencia única puede ser de extraordinario interés para empresas, corporaciones, administraciones, etc. que buscan herramientas sobre las que apoyar sus estrategias de comunicación y marketing. Es precisamente en este sentido que las relaciones públicas deben aprovechar estas actividades que ocurren de manera ocasional para, por ejemplo, conseguir que las empresas se aproximen a sus objetivos comerciales (Arnaldi, 1968) ya que los actos o eventos son considerados estrategias de las relaciones públicas (Otero, 2011). Goldblatt (2002) refiere que, para numerosos profesionales de las relaciones públicas, los eventos son la alternativa con un crecimiento más rápido dentro de las estrategias de relaciones públicas. Como herramienta para estos profesionales, los eventos deben identificar los objetivos, a ser posible simples y claramente delimitados, logrando a su vez identificar los responsables de alcanzarlos y los grupos que estos responsables deberán tener en cuenta para conseguirlos (Watt, 1998). Los garantes de las relaciones públicas podrán valerse de este potencial para comunicar de manera consistente sus mensajes a la vez que forjan relaciones con sus públicos objetivos con el fin generalizado de construir una imagen positiva. Teniendo claros estos aspectos, se puede llegar a comprender el alcance del evento que se quiere gestar, teniendo clara su intención -la meta y los objetivos-, la extensión -espacio, asistentes, proveedores necesarios, etc.- y el contenido (Silvers, 2004).

Pero la organización de un evento no es la única opción en la que las relaciones públicas se pueden apoyar para lograr sus objetivos. Si bien la gestación y producción de un

acontecimiento puede ser una herramienta óptima, también deben considerarse alternativas como la asistencia de un evento organizado por un tercero donde poder comunicar, presentar novedades, ampliar la red de contactos o conocer a posibles nuevos clientes. Otra alternativa más basada en la participación activa puede consistir en tener una presencia activa dentro del contenido del evento, como puede ser a través de un stand en una feria comercial o bien realizando una presentación o ponencia en el marco del encuentro, algo que también puede contribuir a aumentar la visibilidad global. Para Xifra (2007) estamos frente a técnicas que suponen una relación con la comunidad como son la organización de eventos especiales, la participación en salones o ferias, las jornadas de puertas abiertas o el mecenazgo. En esta línea, se aporta otra definición recogida en el informe del sector de eventos y espectáculos públicos “por evento o espectáculo público se entiende la actividad pública o privada, con o sin ánimo de lucro, abierta o no a la pública concurrencia, con montaje de instalaciones temporales y/o ya disponibles” (Sánchez, 2020, p.4).

En cualquiera de los casos anteriores, la seguridad de asistentes y participantes deberá ser una máxima para alcanzar los objetivos. De manera genérica, para Maslow (1963) el ser humano busca garantizar el cumplimiento de sus necesidades de seguridad, justo tras garantizar las necesidades fisiológicas que se sitúan en el primer lugar de la jerarquía propuesta por este autor. Podríamos extrapolar esta afirmación al contexto de los eventos y afirmar que los asistentes deberán cubrir sus necesidades fisiológicas y de seguridad en primer lugar, para poder más adelante ir en búsqueda de satisfacer necesidades más complejas como son las de afiliación. Precisamente son las relaciones públicas las que inciden en esa necesidad conductual del ser humano de relacionarse y donde podríamos situar muchos de los objetivos que, a través de ellas, se persiguen con los eventos como la asociación, la participación o la aceptación.

A tenor de lo expuesto, los eventos deben poder garantizar que sus participantes sientan cubierta la necesidad de seguridad a través de la prevención de los riesgos que pueden ver asociados y que deben ser minimizados. La identificación de amenazas y de los riesgos asociados definen el inicio de un proceso de seguridad:

La decisión de entrar en un proceso de seguridad empieza desde la percepción de la amenaza (‘fuente de daño’) y está justificada por la valoración subsecuente de los potenciales daños (‘riesgos’) al valor protegido. La percepción, siendo el punto

inicial del proceso de seguridad y afectando las subsiguientes fases de cognición, decisión y acción, tiene una valía especial en seguridad. (Manunta, 1998, p. 77)

La importancia de la subjetividad cuando se habla de percepción de seguridad obliga a reflexionar acerca de las creencias, las actitudes, los juicios de las personas, los valores sociales y culturales, a la hora de aceptar riesgos en contraposición al valor potencial de los beneficios (The Royal Society, 1995) e incluso a plantearnos si realmente existe la posibilidad de hablar de seguridad objetiva (Guillén, 2020). Trasladándose al contexto de los eventos, la sociedad conoce la existencia de riesgos asociados a su celebración, percibidos de formas diferentes, pero también sabe de la importancia de los beneficios asociados -económicos, sociales, culturales, académicos, etc.- y es por ello que la balanza se inclina hacia la continuidad y crecimiento del sector.

De nuevo, nos encontramos con escaso desarrollo teórico acerca de los conceptos de seguridad en eventos. En muchos casos, observamos que la temática se centra en aspectos que vinculan uno de los riesgos más extendidos como es el terrorismo y la actividad turística dentro de la que también podríamos englobar determinados eventos. Resulta interesante la reflexión que propone Korstanje (2012) acerca de la similitud de turismo y terrorismo en la búsqueda de una gestión del mensaje de los medios y de la necesaria manipulación de percepciones y actitudes, lógicamente cada uno con unos públicos y objetivos diferenciados, algo que podríamos extender a las relaciones públicas que se fundamentan en la organización de eventos.

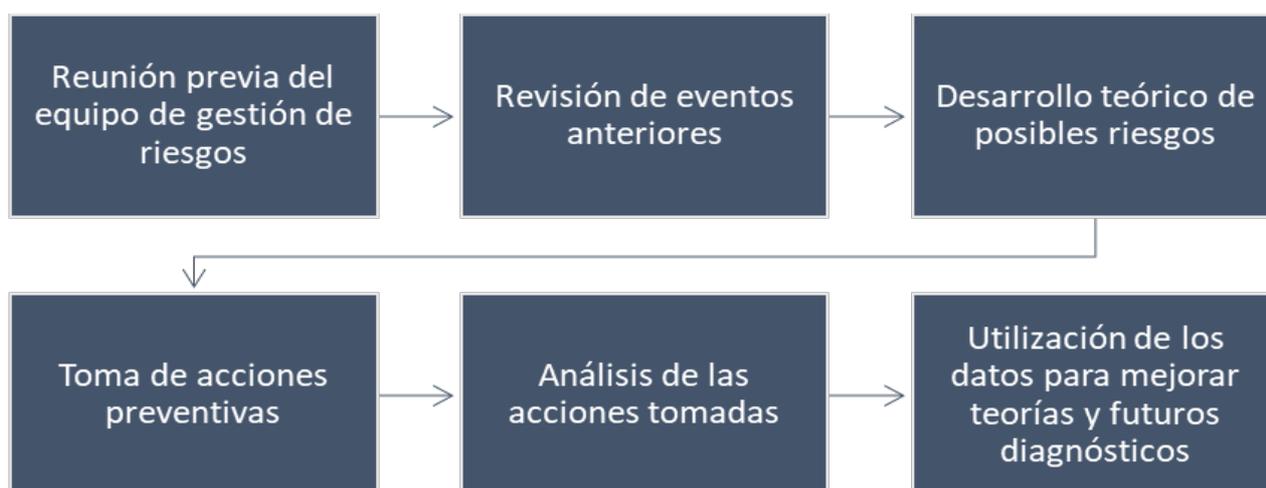
Si tenemos en cuenta tanto la amplitud de la tipología de eventos y la búsqueda constante de la singularidad para poder transmitir el mensaje adecuado en cada momento, nos encontramos ante una cantidad de posibles riesgos casi ilimitada. Para Tarlow (2002), nos encontramos en una cuarta ola en la gestión de riesgos para eventos, creando un paralelismo con las teorías del sociólogo Toffler, en la que los responsables de la seguridad de estos deben tener un rol ampliado que contemple aspectos de seguridad y prevención y en la que conceptos como participante, asistente e incluso turista se diluyen en pro de ampliar esos límites perceptivos. De manera genérica establece un paradigma para la gestión moderna de los riesgos en eventos que se inicia a través de una reunión previa de un equipo de gestión, pasa por diferentes fases hasta la toma de acciones preventivas y concluye con el análisis y utilización de los datos obtenidos en un ciclo de mejora continua (ver Figura 1).

Desde la organización de un evento se deberán identificar riesgos a través de factores tangibles e intangibles, llegando a actuar como ‘calmante’ psicológico frente a posibles percepciones del riesgo en una sociedad hiperconectada cualquier incidente en cualquier lugar del planeta puede derivar en nuevas situaciones de riesgo en escasos segundos.

Los responsables de relaciones públicas encargados de la organización del evento deben formar parte de ese proceso de consideración de riesgos, junto con los responsables de seguridad y los responsables del recinto donde se va a celebrar entre otros, pudiendo llegar a ser los responsables últimos de las decisiones en caso de roles directivos), algo que otros autores cuestionan debido a la incertidumbre acerca de la suficiente competencia en la materia (Frosdick y Chalmers, 2005).

Figura 1

Paradigma moderno de gestión de riesgos en eventos



Fuente: Elaboración propia a partir de Tarlow, 2002.

Por último, hay que destacar que el rol de la comunicación para la seguridad de un evento contribuye al aumento de la confianza y la mejora perceptiva. Como ocurre con cualquier proceso comunicativo, será necesario que los mensajes sobre seguridad se trasladen de la forma más adecuada para alcanzar al público objetivo y lograr el objetivo que no debe ser otro que el aumento de la seguridad percibida. Mediante su correcta utilización y gracias a las oportunidades tecnológicas, los organizadores de eventos y los responsables de seguridad pueden contribuir a la planificación de actos más seguros y mejor comunicados (Moreno, 2019).

Además de ser una herramienta de relaciones públicas según lo anteriormente expuesto, no debemos olvidar el papel que estas juegan para el propio evento. Es decir, cada evento debe tener en cuenta la información o la percepción que del evento y de su seguridad se tienen, como consecuencia de lo que terceras partes pueden estar diciendo del mismo. De hecho, Goldblatt (2005) apunta que para la promoción de un evento son, como mínimo, tan importantes las acciones de relaciones públicas como las basadas en la publicidad convencional, debiéndose contemplar la comunicación de crisis en caso de que la situación lo requiera.

3. Diseño de la investigación

3.1. Preguntas de investigación

La primera pregunta que se plantea es si la seguridad y la prevención son valores relevantes en la celebración de eventos y, por tanto, en esta técnica de relaciones públicas.

La segunda cuestión se centra en identificar los posibles elementos que afectan a la percepción de la seguridad en los eventos.

Como tercera pregunta se cuestiona acerca de la existencia de diferencias entre las percepciones de los asistentes a eventos y los responsables de la seguridad de estos.

La cuarta pregunta busca constatar la relevancia de la componente comunicativa en el proceso de aumento de la percepción de la seguridad en los eventos.

3.2. Objetivos generales y específicos

El objetivo general planteado en la presente investigación es el que sigue:

- Identificar a través de los resultados obtenidos en las investigaciones de los autores posibles pautas y recomendaciones para la realización de eventos desde la perspectiva de las relaciones públicas.

Por su parte, los objetivos específicos de la investigación quedan detallados a continuación:

- Mostrar las diferentes percepciones de la seguridad y la prevención entre los asistentes y los responsables de la seguridad de eventos.
- Identificar los principales factores que contribuyen a mejorar la percepción de la seguridad en un evento.

- Valorar la relevancia de la comunicación en el proceso de la percepción de seguridad de un evento.
- Aportar aspectos que puedan ser relevantes en el contexto de los eventos como herramientas de las relaciones públicas surgidos a partir de la pandemia derivada del COVID-19.

3.3. Metodología

El presente trabajo se basa en las investigaciones previas de los autores (Sánchez, 2017; Moreno, 2019), extrayendo y conjugando aquellos elementos que permitan alcanzar los objetivos anteriormente identificados. De manera general conviene apuntar que se han considerado investigaciones empíricas basadas en dos métodos de recopilación de datos: a nivel cuantitativo se apoyan en 762 encuestas a asistentes a eventos y a nivel cualitativo se contemplan 45 entrevistas a profesionales de la seguridad en eventos y 20 entrevistas a organizadores de eventos. En todos los casos, se ha tenido en cuenta que eran personas que residían o realizaban su actividad profesional en España.

En el caso de los asistentes a eventos, se realizaron 362 encuestas presenciales y por internet a asistentes en 2016 (Sánchez, 2017) y 400 encuestas a través de internet en 2018-2019 (Moreno, 2019). En ambas ocasiones se realizaron preguntas cerradas a los participantes de las investigaciones. Al respecto de los profesionales de la seguridad, se ha utilizado la técnica de la entrevista semiestructurada permitiendo una vertiente más exploratoria, pero también proporcionando datos que permitan valorar la intensidad y el alcance de los resultados que a continuación se muestran. Los profesionales participantes del estudio fueron seleccionados por su experiencia profesional y/o académica, buscando un abanico de roles a nivel de especializaciones: seguridad privada, seguridad pública, consultorías de seguridad, miembros de equipos de emergencia y rescate, especialistas en prevención y autoprotección, personal operativo y expertos académicos de seguridad en eventos (Moreno, 2019).

4. Análisis e interpretación de datos

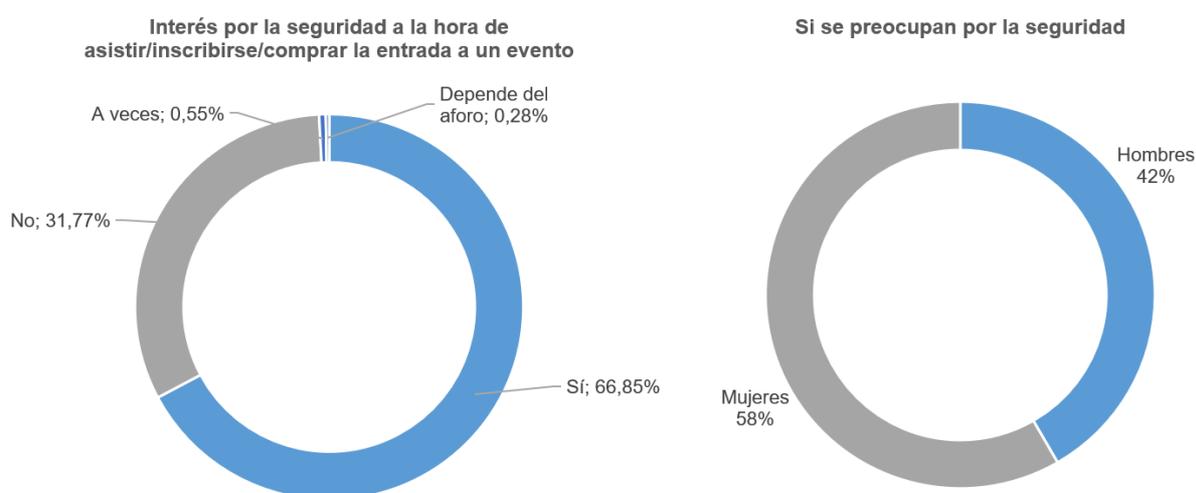
4.1. El interés por la seguridad a la hora de asistir a un evento

En primer lugar, los resultados obtenidos en las encuestas realizadas por Sánchez (2017) muestran que existe un interés por la seguridad a la hora de tomar la determinación por

asistir o comprar una entrada a un evento, siendo una mayoría. El 66,85% de los participantes manifiestan ese interés previo por la materia. Los datos también muestran que, entre los que muestran ese interés, un 58,33% son mujeres (ver Gráfico 1).

Gráfico 1

Interés por la seguridad a la hora de asistir, inscribirse o comprar la entrada a un evento y preocupación por la seguridad dependiendo del sexo

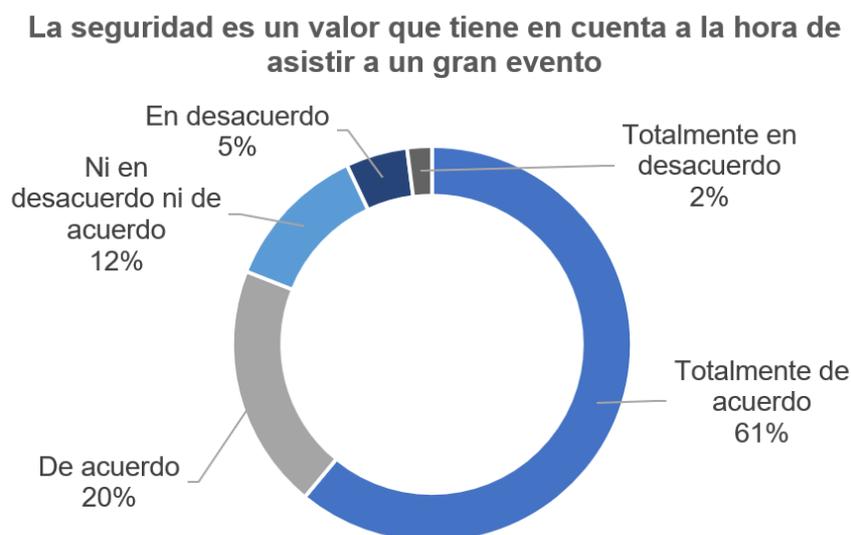


Fuente: Elaboración propia a partir de gráficos 36 y 50, Sánchez, 2017.

Por su parte, los datos obtenidos por Moreno (2019) enfatizan aún más ese interés por la seguridad como valor a tener en cuenta a la hora de asistir a un evento. En este caso, los asistentes valoraban su nivel de acuerdo o desacuerdo al respecto, siendo más de un 80% los que ponían de manifiesto esa importancia de la seguridad para formar parte de un evento (ver Gráfico 2).

Gráfico 2

Valoración sobre la afirmación referente al valor de la seguridad a la hora de asistir a un gran evento según los asistentes



Fuente: Elaboración propia a partir de Moreno, 2019.

4.2. Percepción de problemas de seguridad en eventos

En el caso de las investigaciones de Sánchez (2017), los resultados recogen que cerca del 60% de los asistentes participantes en el estudio no se habían encontrado con ningún problema de seguridad ni condiciones que supusieron un peligro para el evento. En cualquier caso, aunque no sea la mayoría, nos encontramos con cerca de un 40% de asistentes que, de alguna forma u otra, habían percibido la inseguridad en su experiencia en eventos. Hay que añadir que, ante la posibilidad de realizar alguna recomendación a los organizadores de eventos, un 23,12% de los encuestados incidirían en los aspectos de seguridad, accesibilidad, señalización, mejor organización, más personal y control de accesos.

Más centrado en grandes eventos, los datos recogidos por Moreno (2019) nivelan la balanza y un 48% de los participantes sí habían observado algún problema de seguridad o condiciones peligrosas en alguno de los eventos a los que había acudido recientemente.

Si comparamos los resultados de los asistentes con las respuestas obtenidas por parte de los entrevistados profesionales de la seguridad en eventos realizada por Sánchez (2017)

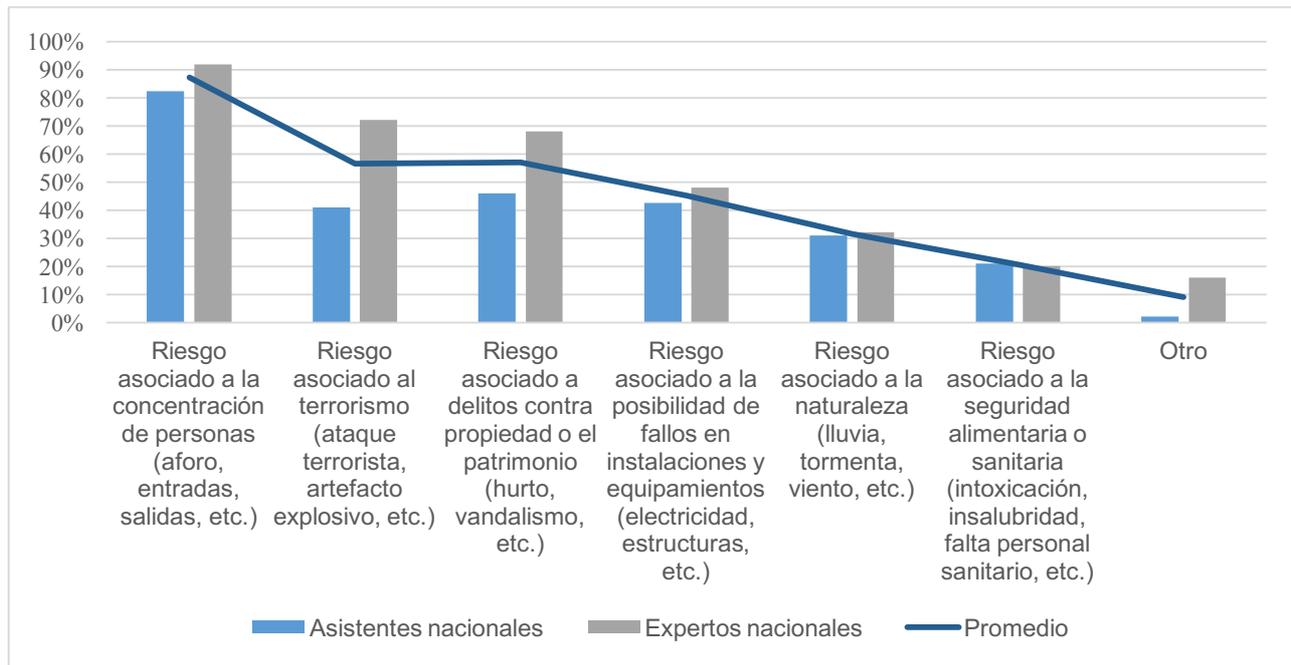
se evidencia la existencia de deficiencias en seguridad, aunque dependiendo del tipo de evento señalan distintos porcentajes de carencias.

4.3. Principales riesgos observados en eventos

El estudio de Moreno (2019) muestra cuáles son los principales riesgos de los eventos a los que habían asistido los participantes. En este caso, entre los principales riesgos observados por parte de los asistentes destaca el riesgo asociado a la concentración de personas que puede verse reflejado en problemas de aforo, en la gestión de los accesos o en las salidas de emergencia. Este riesgo es claramente el que más veces es apuntado, por parte de un 82% de los encuestados. En una escala inferior, entre el 41 y el 46% de los participantes del estudio, sitúan los siguientes riesgos: el asociado a delitos contra la propiedad y el patrimonio, el asociado a fallos en instalaciones y equipamientos y el riesgo terrorista.

Gráfico 3

Observación de diferentes tipologías de riesgos en eventos por parte de asistentes y responsables de seguridad



Fuente: Elaboración propia a partir de Moreno, 2019.

Formulada la misma pregunta a los profesionales de la seguridad en eventos observamos una coincidencia en identificar el riesgo asociado a la concentración de personas como el

principal riesgo, en un 92% de las respuestas. Por su parte, el segundo lugar lo ocupa el riesgo vinculado al terrorismo, con un porcentaje de identificación mucho mayor que en el caso de los asistentes a eventos, un 72% versus el 41%. Los siguientes riesgos identificados por parte de los responsables de la seguridad también coinciden, aunque en diferente valoración respecto a los asistentes, siendo el riesgo contra la propiedad y el patrimonio (con un 68%) y el riesgo a los fallos en instalaciones o equipamiento (un 48%).

Con relación a los resultados obtenidos por Sánchez (2017) se aprecia a través de la tabla comparativa que además de los indicados se revela la insuficiencia de presupuesto a la partida de seguridad, la falta de comunicación de la celebración del evento a otros colectivos de interés, la mejora de la formación y concienciación junto con la disparidad de normativa entre comunidades autónomas.

Tabla 1

Comparativa sobre la identificación de problemas de seguridad de las respuestas de organizadores/promotores de eventos vs profesionales de seguridad.

Problemas de seguridad con los que se encuentran

Organizadores/Promotores eventos	Profesionales de seguridad
El control del aforo y accesos por no respetarlo o por no poder controlarlo.	El insuficiente presupuesto destinado a las necesidades de seguridad junto con la primacía de la consecución de beneficios frente a la seguridad.
Falta de notificación a los agentes de seguridad de la llegada de una autoridad y no son atendidos correctamente.	Falta de información, comunicación y coordinación interior y exterior
Ausencia de una normativa nacional específica para los elementos artísticos que se contratan en la realización de desfiles.	Falta de formación, concienciación y profesionalidad.
Ausencia de profesionales formados específicamente para atender grandes eventos.	Poca planificación y organización de los eventos.
La no disponibilidad de un plan de contingencias.	Ausencia de una autoridad única administrativa y baja sensibilidad por parte de autoridades y directivos a los aspectos de seguridad general.

Falta de formación e información.	Insuficiente disponibilidad de medios humanos y materiales al igual que poca optimización de medios.
Falta de conocimiento de procedimientos en caso de emergencia.	Existencia de múltiple normativa diferente al respecto, ausencia de mandos intermedios.
La seguridad se ve como un gasto no una inversión.	
Falta de inspecciones.	
Falta de coordinación entre los distintos cuerpos de seguridad	

Fuente: Elaboración propia a partir de Sánchez, 2017.

Así mismo, también se aprecia que la amplia mayoría de los profesionales de seguridad entrevistados afirman que los organizadores y promotores de eventos no realizan una previsión de riesgos y amenazas cuando organizan un acto o evento, en menor medida se detalla que algunos sí lo realizan en función del tipo de evento.

4.4. Principales factores que aumentan la percepción de seguridad en eventos

Con la voluntad de identificar aquellos elementos con los que debe contar un evento, a nivel de seguridad y prevención, para que pueda ser considerado como seguro, los datos de la investigación muestran aspectos diferenciales entre las respuestas obtenidas por los asistentes a eventos y las recopiladas del colectivo de expertos de seguridad. Los participantes del estudio han valorado la importancia que, para ellos, tienen diferentes factores que mantienen una determinada relación con la celebración de un evento seguro, asignando un valor a cada uno de los ítems según el siguiente significado: 1 sin importancia, 2 de poca importancia, 3 moderadamente importante, 4 importante y 5 muy importante.

Para los asistentes encuestados, los elementos más relevantes para considerar un gran evento como seguro son la presencia de asistencia sanitaria, la ordenación en los controles de acceso y, seguidamente, la visibilidad de elementos de seguridad y autoprotección como pueden ser extintores, señales de salida de emergencia, etc.

El contar con unos controles de acceso ordenados es el hecho más destacado para la consideración de un evento seguro por parte de los expertos en seguridad entrevistados. Con el punto de mira centrado de nuevo en los accesos, el segundo elemento que destaca

serían las medidas de seguridad en las entradas. Y vemos que, con una misma valoración, vuelven a aparecer dos factores ya destacados por los asistentes como son la presencia de asistencia sanitaria y la visibilidad de elementos de seguridad y autoprotección.

De especial interés, al afectar a aspectos comunicativos, también se pone de relieve que tanto el hecho de aportar información in situ al asistente sobre elementos de seguridad a través de la señalización, medios audiovisuales u otras fórmulas, como la comunicación relacionada con la seguridad a través de redes sociales o la web del evento, son considerados factores bastante importantes para los asistentes y los profesionales participantes del estudio.

De manera similar, pero en sentido opuesto a lo comentado, los elementos que menos valor parecen aportar a la percepción de seguridad de un evento de entre los analizados serían la presencia de la seguridad pública en el interior del recinto y los factores reputacionales vinculados al recinto donde se celebra y al organizador del evento.

Tabla 2

Valoración de factores que contribuyen a una mayor percepción de seguridad en un evento por parte de asistentes y profesionales de la seguridad

Factores	Asistentes	Profesionales seguridad
Comunicación sobre la seguridad del evento a través de la web o redes sociales	4,30	4,64
Controles de accesos ordenados	4,71	4,92
Información de seguridad facilitada al asistente in situ (pantallas, señalización, megafonía, folletos, etc.)	4,55	4,68
La reputación del lugar en el que se celebra el evento	3,97	4,16
La reputación del organizador del evento	3,99	3,96
Medidas de seguridad en acceso (registro de bolsas, arcos detectores, unidades caninas, etc.)	4,46	4,84
Medios de transporte y movilidad del entorno	4,29	4,52
Presencia de asistencia sanitaria	4,73	4,80
Presencia de FFCCS en el exterior	4,45	4,72
Presencia de FFCCS en el interior	4,02	3,92

Presencia de personal de seguridad privada	4,20	4,64
Visibilidad de elementos de seguridad y autoprotección (cámaras, extintores, salidas de emergencia, etc.)	4,70	4,80

Fuente: Elaboración propia a partir de Moreno, 2019.

En este punto, y considerando el necesario acercamiento a la actualidad, debe señalarse que las encuestas y entrevistas fueron realizadas antes de la irrupción de la pandemia provocada por el COVID-19. Con la finalidad de aportar una visión complementaria a estos datos y a pesar de la falta de investigaciones concretas centradas en este ámbito, el estudio de Templeton y Dang (2020), fundamentado en las experiencias de asistentes a eventos deportivos en Reino Unido, destaca el valor del mantenimiento de la distancia en las filas y entre las localidades, contar con geles o soluciones higienizantes en el recinto, la comunicación de los procesos de limpieza y la limitación del aforo en los espacios donde se celebran eventos.

4.5. Comunicación de la seguridad de un evento

Uno de los aspectos que pueden generar dudas a los responsables de los eventos es la conveniencia o no de comunicar acerca de los aspectos relacionados con la seguridad y evento del acto que van a organizar. A este respecto, los datos indican que, tanto los asistentes como los expertos nacionales de seguridad, valoran de forma claramente positiva la afirmación sobre la contribución de una mayor comunicación de la seguridad para un aumento de la sensación de seguridad percibida en un evento (Moreno, 2019).

A través de una escala de Likert, los entrevistados debían responder específicamente en base a su nivel de acuerdo o desacuerdo, indicando alguno de los valores: 1 como totalmente en desacuerdo, 2 en desacuerdo, 3 ni en desacuerdo ni de acuerdo, 4 de acuerdo y 5 como totalmente de acuerdo. Los expertos en seguridad muestran con un 4,84 su práctica totalidad de acuerdo con esta afirmación mientras que los asistentes también entienden que comunicar sobre seguridad contribuye a aumentar la percepción de la propia seguridad, con un 4,46 en este caso.

5. Discusión

A tenor de los resultados de las investigaciones expuestas y las diferentes aproximaciones conceptuales identificadas, se observa que la seguridad y la prevención juegan un papel destacado en el conjunto de elementos que conforman un evento. Por tanto, a modo de reflexión crítica podemos considerar los aspectos que a continuación se detallan.

La seguridad y la prevención deben considerarse como criterios definitorios de un evento. En este sentido, y dadas las nefastas consecuencias que puede acarrear la celebración de un evento que no cumpla con los requisitos legales o exigibles en materia de seguridad y prevención, los responsables de las relaciones públicas y la organización de un evento deben asegurar la seguridad de este. Adicionalmente, las investigaciones realizadas ponen de manifiesto que los asistentes tienen en consideración la seguridad como factor a la hora de determinar su participación en un acto, por tanto, las decisiones de los organizadores deben ir orientadas a garantizar ese valor. En el proceso de planificación de un evento, los profesionales de las relaciones públicas se deberán enfrentar a demandas que pueden generar riesgos como pueden ser las presiones comerciales para hacer viable un evento, la búsqueda de la creación de eventos excitantes a la vez que confortables, los requerimientos normativos y legales, y la necesidad de evitar generar efectos negativos sobre el recinto o el acto (Frosdick y Chalmers, 2005).

Otro aspecto remarcable es el hecho de que la seguridad y la prevención se fundamentan en percepciones por lo que resulta conveniente entender el prominente carácter subjetivo del concepto de seguridad (Guillén, 2020). Por consiguiente, y como parte del ejercicio de identificación de los públicos a los que se debe llegar a través del evento, los responsables de su organización deben conocer qué aspectos pueden afectar a la percepción de la seguridad y contribuir, a través de la planificación y la comunicación, a mejorarla. Para ello, la mirada que persigue la identificación debe ser amplia y la creación de equipos multidisciplinares que trabajen en la planificación global de un evento permitirá un mayor control de las amenazas y un mayor potencial del evento (Tarlow, 2002). Las investigaciones realizadas muestran que la presencia de asistencia sanitaria, los controles ordenados en el acceso y la visibilidad de elementos de seguridad y autoprotección han sido los elementos más destacados por parte de los asistentes en este sentido. Deben ser considerados en el proceso de planificación del evento, si bien la propia singularidad de cada uno de los encuentros deberá tenerse en cuenta como criterio para la adopción de

medidas específicas. De la misma forma, puede ser de valor conocer que el riesgo asociado a la concentración de personas es, para los asistentes y responsables de seguridad participantes del estudio, el mayor riesgo percibido, existiendo modelos académicos propuestos para poder reducirlo (Still, 2014; Fruin, 1993). Todavía falta por conocer el posible impacto perceptivo que supondrá la aparición del COVID-19 a nivel de valoración de riesgos y elementos, aunque por lo recogido en los primeros estudios académicos y por las características del propio virus, es probable que la concentración de personas y la necesidad de su ordenación sigan destacando (Templeton y Dang, 2020), algo para lo que ya existen guías de recomendaciones y buenas prácticas (Valera *et al.*, 2020).

Los elementos más destacados para considerar la seguridad de un evento pueden diferir entre los asistentes y los profesionales de la seguridad, e incluso entre los organizadores del evento (Sánchez *et al.*, 2019). De nuevo, volvemos a hablar de percepciones y, en este sentido, se debe trabajar conociendo qué aspectos son los que van a aportar un mayor sentimiento de seguridad para el público asistente o los participantes del acontecimiento. Para los responsables de relaciones públicas y los organizadores de eventos, también resulta conveniente conocer esa posible desalineación entre los asistentes y los responsables de seguridad sobre los riesgos percibidos y los elementos para crear eventos seguros. De hecho, se acentúa la necesidad de una visión integral del evento, no limitada únicamente a la mirada de los responsables de seguridad, en la que la identificación de riesgos profundice sobre esa mirada, a fin de conseguir mayor cantidad y mejor calidad de las fuentes que colaborarán en la percepción (Manunta, 1998).

Los responsables de un evento deberán hacer frente a cualquier cambio en sus asistentes ligado a lo experimentado como consecuencia de la pandemia. De hecho, estamos hablando de otro riesgo asociado a la vida social y, por ende, a los eventos. Seguramente el riesgo asociado a la concentración de personas vea aún más subrayada su relevancia. En cualquier caso, recientes estudios concretan que los asistentes reciben de manera favorable la implementación de medidas para reducir ese riesgo, siendo necesaria su correcta comunicación (Templeton y Dang, 2020), algo que concuerda con lo mostrado en los datos de la investigación. Gracias a la correcta transmisión de la información relativa a las medidas, aspecto que también toca con la responsabilidad legal y la necesidad de comunicar todos los riesgos posibles asociados a su comportamiento (Fruin, 1993), se consigue una mejor experiencia del asistente. De su correcta implementación también

dependen unos correctos tiempos de espera que no deben afectar al propio evento y, en consecuencia, al estado de ánimo y las emociones del público (Berlonghi, 1994).

La consideración de los riesgos existentes en la celebración de un evento debe llevar a una reflexión acerca de riesgos menos tangibles, pero igual de importantes para las relaciones públicas como son los riesgos asociados a la imagen o reputación de quien lo organiza (Cuadrado, 2016). Puede darse el caso de una concatenación de riesgos: cuando no se mitiga, o no se percibe esa voluntad mitigadora, algún riesgo por parte del organizador, puede acabar derivando en un riesgo reputacional si así lo percibe la opinión pública.

A tenor de lo expuesto, resultará difícil alcanzar los objetivos propuestos desde las relaciones públicas a través de la realización de un evento si no se consigue crear un entorno seguro en el cual los asistentes perciban esa sensación de seguridad y protección, necesaria casi a nivel primario si seguimos las teorías expuestas por Maslow (1943), para poder transmitir los mensajes y generar el efecto persuasivo deseado.

6. Conclusión

Tras la realización de la investigación y en línea con los objetivos planteados se concluye en primer lugar la importancia de la seguridad y la prevención a la hora de tomar la decisión de participar en un evento por parte de los potenciales asistentes. La multiplicidad de riesgos y la subjetividad existente ponen de manifiesto la existencia de potenciales diferencias en las percepciones en seguridad por parte de los asistentes y por parte de los responsables de seguridad de eventos, hecho que resulta de relevancia para la planificación y ejecución de eventos.

En segundo lugar, se identifican como principales factores que contribuyen a mejorar la percepción de la seguridad en un evento, tanto para asistentes como para responsables de la seguridad, como son la presencia de asistencia sanitaria, controles de acceso ordenados y con medidas de seguridad, y la visibilidad de elementos de seguridad y autoprotección.

En tercer lugar, se valora la relevancia de la comunicación en el proceso de la percepción de seguridad de un evento debido a su impacto directo sobre la misma. Los estudios ponen de manifiesto la conveniencia de comunicar acerca de la seguridad con el fin de reforzarla.

Para finalizar, según los resultados obtenidos en las investigaciones de los autores, se recomiendan, como pautas de actuación a seguir desde la perspectiva de los profesionales de relaciones públicas, la consideración de la seguridad y la prevención como criterios imprescindibles en la planificación de eventos y gestión de un evento. Por ello, se revela como imprescindible la previsión y análisis global de riesgos y amenazas de distinta naturaleza que pueden rodear a un evento. Los eventos como estrategias de las relaciones públicas deben poner en valor la seguridad y la prevención con el fin de alcanzar los objetivos propuestos, celebrándose en entornos que no solo sean seguros, sino que también sean percibidos como tal por parte de los asistentes, en un trabajo conjunto con los profesionales de la seguridad y el resto de *stakeholders*.

7. Bibliografía

- Arnaldi, P. (1968). *Manual de relaciones públicas*. Madrid: Ibérico-Europea de Ediciones.
- Backman, K. F. (2018). Event management research: The focus today and in the future. *Tourism Management Perspectives*, núm. 25, pp. 169–171.
- Berlonghi, A. (1994). *The Special Event Risk Management Manual*. Dena Point.
- Berridge, G. (2007). *Event design and experience*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Bowdin, G. (2006). *Events Management*. Oxford: Routledge.
- Cuadrado, C. (2016). Las vertientes de la seguridad en los eventos. En Sánchez, O. (coord.). *Protocolo, comunicación y seguridad en eventos: posibles amenazas*, pp. 37-56. Madrid: Icono14 Editorial.
- Frosdick, S. y Chalmers, J. (2005). *Safety and Security at Sports Ground*. Paragon Publishing.
- Fruin, J. J. (1993). The causes and prevention of crowd disasters. *Engineering for crowd safety*; pp. 99-108.
- Getz, D. (1991). *Festival, special events, and tourism*. Nueva York: Van Nostrand Reinhold.
- Goldbaltt, J. (2005). *Special Event: Event Leadership for a New World*. Hoboken: Wiley & Sons.
- Guillén, F. (2020). The fallacy of objective security and its consequences. *International e-Journal of Criminal Sciences*, artículo 4, núm. 15.
- Korstanje, M. (2011). ¿Por qué a la industria turística le preocupa el terrorismo?: Una introducción al problema. *Anuario Turismo y Sociedad*, núm.12, pp. 147-167.

- Manunta, G. (1998). *Seguridad: una introducción*. Tesis doctoral. Barcelona: Universitat de Barcelona.
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, núm. 50 (4), pp. 370-396.
- Moreno, C. (2019). *La seguridad y su comunicación en grandes eventos*. Tesis Doctoral. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Otero, M.T. (2011). *Protocolo y empresa. El ceremonial corporativo*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.
- Real Decreto 1254/2009, de 24 de julio, por el que se establece el título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos y se fijan sus enseñanzas mínimas. Boletín Oficial del Estado, núm. 302, de 16 de diciembre de 2011, p.p. 137724 a 137797.
- Sánchez, O. (2017). *Protocolo, Comunicación y Seguridad en Eventos*. Tesis Doctoral. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Sánchez, O. (2020). Información y percepción sobre medidas de prevención en caso de emergencia durante la celebración de eventos: enfoque crítico. En Nogales-Bocio, A.I. (coord). *La comunicación del poder. Análisis del discurso en redes y estrategias de cobertura mediática*. Madrid: Egregius.
- Sánchez, O. (2020). *Informe Sector Eventos y Espectáculos Públicos 2018. Estudio para justificar la necesidad de reglamentación homogeneizada y específica para la Celebración y Producción de Eventos y Espectáculos Públicos en España*, Asociación Icono14, Grupo de investigación Observatorio Científico de Eventos. Obtenido de <https://www.eventosysuseguridad.es/observatorio-de-eventos/estudio-eventos-y-espect%C3%A1culos-organizadores-y-promotores/>
- Sánchez, O. y Alonso A. (2020). *Informe situación actual y problemáticas de Técnic@s de Eventos y Espectáculos 2018*. Grupo de investigación Observatorio Científico de Eventos. Obtenido de <https://www.eventosysuseguridad.es/observatorio-de-eventos/estudio-situaci%C3%B3n-actual-y-problem%C3%A1ticas-de-trabajadores-t%C3%A9cnic-s-de-eventos-y-espect%C3%A1culos/>
- Sánchez, O., Payá Santos, C., y Delgado Morán, J. J. (2018). Observatorio Científico de Eventos: riesgos y amenazas que justifican su creación. En O. Sánchez González, *Protocolo, comunicación y seguridad en eventos: observatorio de eventos* (pp. 11-34). Madrid: Icono14.
- Silvers, J. (2004). *Professional Event Coordination*. Hoboken: Wiley & Sons.

- Templeton, A. y Dang, J. (2020). *Returning to UK sporting events during COVID-19: Spectator experiences at pilot events*. Sports Grounds Safety Authority, UK Sport, University of Edinburgh. Recuperado de: <https://sgsa.org.uk/wp-content/uploads/2020/10/Returning-to-UK-sporting-events-during-COVID-19-Analysis-of-spectator-experiences-at-pilot-events.pdf>
- Valera, R., Alonso, A., Gallardo, J.L., y López, M. (2020). *Directrices y recomendaciones para la celebración de Eventos y Espectáculos en contexto COVID-19*. Obtenido de Publicaciones Observatorio científico de Eventos: <https://www.eventosysuseguridad.es/publicaciones-y-estudios/directrices-y-recomendaciones-eventos-covid19/>
- Watt, D.C. (1998). *Event Management in Leisure and Tourism*. Londres: Addison Wesley Longman.
- Xifra, J. (2007). *Técnicas de las Relaciones Públicas*. Barcelona: Editorial UOC.