

Presentación

La nueva geografía de las Relaciones Públicas

Dr. Salvador Hernández Martínez

Área de Publicidad y RR.PP.
Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación
Universidad Católica San Antonio
shernandez@pdi.ucam.edu

Introducción

La disciplina de las Relaciones Públicas es, sin lugar a dudas, un ámbito de investigación y desarrollo creciente pese a las dificultades provenientes del choque con otras áreas afines, como las propias de la comunicación comercial o las relaciones informativas que, aunque cuentan con una amplia incidencia en la práctica profesional, pueden suponer un obstáculo en la eficaz proyección de la imagen de ésta a sus públicos.

En el momento actual, tras casi un siglo de historia, es posible observar con cierta perspectiva el recorrido que ha seguido la práctica profesional de las Relaciones Públicas. De hecho, sin alejarse de la centralidad que durante estas décadas parece seguir ofreciendo EEUU, aporta ya abundantes ejemplos profesionales en diversas partes del mundo que ayudan a enmarcar, contextualizar y entender el modo en el que la academia y la profesión han ido creando nuevos caminos a partir de las necesidades reales del mercado y el progresivo asentamiento del conocimiento.

En el presente número de *Sphera Publica* trataremos de abordar esta particular y renovada geografía de las Relaciones Públicas desde una perspectiva panorámica en la que la dilatada muestra de experiencias profesionales puedan completar el camino trazado desde los orígenes de la disciplina, sus éxitos y fracasos, y sus tendencias de futu-

ro. Esta información pretendemos que sirva de ayuda y pauta sobre el nuevo modelo de Relaciones Públicas que parece dibujarse para los próximos años.

Entre los autores que han participado en este nuevo número de *Sphera Publica* contamos con algunos de los más influyentes en esta área a nivel internacional, como Glen T. Cameron, Chris Galloway, James G. Hutton o Betteke van Ruler, así como en nuestro país, entre los que destacamos a Jordi Xifra, María Teresa Otero, Paul Capriotti o Antonio Castillo.

Si realizamos un breve recorrido por los contenidos, nos fijamos en primer lugar en **Chris Galloway**, de la Monash University en Australia, que realiza un análisis muy certero acerca del panorama actual de las Relaciones Públicas, planteando una concepción de futuro distinta a la actual, pero más adecuada a las necesidades reales de la profesión en nuestra sociedad.

Continuando con la reflexión teórica, **Jordi Xifra**, de la Universidad de Girona y Presidente de la Asociación Española de Investigadores en Relaciones Públicas (AIRP), reflexiona en torno a la dimensión estructural de éstas, planteando la complejidad de la disciplina, a pesar de que cuenta con menos de un siglo de existencia, así como las escasas aportaciones científicas, principalmente norteamericanas. Por otra parte, se analizan los déficits que plantean las teorías de Grunig, así como que se haya reducido el estudio de las Relaciones Públicas al territorio de la comunicación empresarial y se hayan ignorado sus efectos sociales. Si es ésta una disciplina norteamericana, occidental o universal, o si tiene sentido calificarla como ciencia, son otros de los interrogantes sobre los que gira este artículo.

James G. Hutton, del *Silberman College of Business* de la Universidad norteamericana *Fairleigh Dickinson* en Teaneck, aborda un análisis del futuro de las Relaciones Públicas, partiendo de la carencia de una definición adecuada del concepto. Según este autor, la definición correcta tiene que cumplir necesariamente con una serie de requisitos, que le confieran claridad y credibilidad, como es desarrollar una teoría relevante con una aplicación práctica más sofisticada, que sea comunicada de forma clara y continuada, así como que se vea acompañada de medidas agresivas que sirvan como herramientas eficaces para la educación y formación no sólo de los estudiantes, sino también de los profesores e in-

vestigadores. Continúa afirmando que resultaría más acertado descartar el concepto de “gestión de la reputación (corporativa)”, por el de gestión estratégica del conjunto de relaciones de la organización.

Paul Capriotti, de la Universidad *Rovira i Virgili* de Tarragona, centra su artículo en el análisis del concepto y naturaleza de “los públicos” en Relaciones Públicas, planteando que ha sido poco estudiado hasta el momento. Partiendo de que la teoría situacional de los públicos no define la naturaleza de éstos, propone una definición de Relaciones Públicas en la que acentúa la importancia del concepto de *relación*, tomando como referencia las teorías de la Interacción social y la de los *Stakeholders*. Este análisis le permite afirmar que las relaciones entre las personas y la organización originarán unos intereses específicos en cada público. Asimismo, plantea como función básica de las Relaciones Públicas la identificación de las relaciones y el análisis de los intereses que se generan entre públicos y organización.

Glen T. Cameron, Yan Jin y Augustine Pang, de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Missouri-Columbia y de la Escuela de Comunicación de la *Virginia Commonwealth University*, respectivamente, defienden una nueva perspectiva de análisis de las situaciones de crisis, que otorga un valor básico al estudio de las emociones para lograr respuestas y soluciones efectivas. Por otra parte, los autores establecen una tipificación de situaciones de crisis teniendo en cuenta dos perspectivas distintas, la implicación de las organizaciones con el tema que da lugar a la crisis y la estrategia de cooperación pública primaria.

En cuanto al artículo de este servidor, se profundiza en el conocimiento del protocolo, una herramienta de las Relaciones Públicas de un valor innegable en el ámbito público en nuestro país, y cada vez más valorado también en las organizaciones privadas. En un primer momento se precisa el término de protocolo en general, vinculado a las Relaciones Públicas, para, a continuación, referirse al sector específico de los gabinetes de protocolo de las universidades españolas y las funciones que realizan.

Betteke van Ruler, de la Escuela ASCOR en Investigación de la Comunicación de la Universidad de Ámsterdam, realiza un interesante estudio en el que denuncia la paradoja existente en cuanto al enfoque no comunicativo de la comunicación que plantean los expertos en Relaciones Públicas. En su opinión, la mayor parte de las teorías que se plan-

tean en torno a la comunicación en el ámbito de las Relaciones Públicas, la presentan como un concepto vital que hay que defender y aplicar. Sin embargo, no se precisa con claridad de qué forma, dado que se pasa por alto una definición y discusión en profundidad del concepto. Por este motivo, Van Ruler plantea que el estudio de la comunicación es el “talón de Aquiles” de las investigaciones de calidad en Relaciones Públicas.

Eva María Bocco, de la Universidad Católica San Antonio de Murcia, se centra en su artículo en un análisis de la Organización de Naciones Unidas y sus públicos en el marco de las Relaciones Públicas internacionales. Bocco opina que la ONU necesita de acciones publicirrelacionistas con carácter local, para abordar las temáticas y situaciones que inciden –en última instancia– en la misión y calidad de vida de sus principales públicos. Asimismo, defiende y analiza que, si se considera la proyección laboral del profesional de las Relaciones Públicas internacionales, la actividad profesional en la *ONU* trasciende el ámbito de las relaciones informativas.

Enric Ordeix y Antonio Navío, de las Universidades Ramon Llull y Autónoma de Barcelona, respectivamente, analizan la importancia de la defensa de actitudes y valores comunes en las organizaciones para mejorar las relaciones de calidad con sus empleados. En su artículo plantean qué elementos determinan la construcción de esos valores y defienden la necesidad de un modelo de gestión organizacional por competencias de sus empleados. En su opinión, este sistema permite desarrollar habilidades, conocimientos y actitudes vinculados a la comunicación y al ambiente de trabajo.

María Teresa Otero, de la Universidad de Sevilla, realiza una descripción del significado de las Exposiciones Universales, destacando su valor como política de Relaciones Públicas de los Estados. Partiendo de un recorrido histórico por las distintas Exposiciones Universales celebradas, definición y tipología de las mismas, continúa con un análisis de los distintos modelos de relaciones públicas aplicados a los acontecimientos especiales, categoría en la que se incluyen las Exposiciones Universales. Concluye describiendo la estructura, características y objetivos de la Expo Universal de Sevilla, celebrada en 1992.

Antonio Castillo Esparcia, de la Universidad de Málaga, aborda un estudio de las políticas de Relaciones Públicas en las organizaciones no

gubernamentales. El autor parte de una descripción general de estas instituciones y sus relaciones con los medios de comunicación, para profundizar en el análisis de contenido de una acción concreta de una de las ONG más conocidas, Greenpeace, y su campaña de comunicación con motivo de la acción mundial en contra de las pruebas nucleares realizadas por Francia en el atolón de Mururoa en 1995.

Por último, **Esther Martínez Pastor y Antonio J. Baladrón**, de la Universidad madrileña Rey Juan Carlos, plantean en su artículo un análisis de la evolución y situación actual de la conocida como *publicidad ambient*, que la sitúa como nuevo modelo frente a la pérdida de eficacia de la publicidad tradicional. Partiendo de un análisis de la situación de crisis del sector, describen cómo la *publicidad ambient* es una alternativa cada vez más valorada, así como su vinculación con las políticas de Relaciones Públicas de una organización. Asimismo, describen las razones por las que, en los últimos años, prestigiosos profesionales del sector defienden la posible suplantación de la publicidad tradicional por campañas de Relaciones Públicas.