

Presentación: Relaciones Públicas Multidimensionales Presentation: Multidimensional Public Relations

Ana Almansa Martínez

anaalmansa@uma.es

Isabel Ruiz Mora

isabelruiz@uma.es

Editoras de la *Revista Internacional de Relaciones Públicas*

<http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-7-2014-01-03-04>

Pocas disciplinas son tan amplias y están de tan actualidad como las Relaciones Públicas. Por ello, hemos querido titular el Nº 7, Vol. IV de la *Revista Internacional de Relaciones Públicas* como “Relaciones Públicas Multidimensionales”, para poner en evidencia las múltiples aristas de la disciplina.

En este número, efectivamente, se presentan resultados de investigaciones que se han llevado a cabo desde diferentes áreas y distintas perspectivas. Comenzamos con un artículo de Ramón Girona Y Jordi Xifra sobre “The Ramparts We Watch: el discurso del cine documental en el campo de las Relaciones Públicas”, para continuar con otro artículo, y otra arista, sobre “El profesional de las Relaciones Públicas en Galicia: el caso de los principales ayuntamientos gallegos”, de Montse Vázquez y Ana Belén Fernández Souto.

El tercer artículo es fruto de una investigación realizada fuera de España. Sonia Pedro Sebastiao y Catia Acevedo publican “Associativismo y Consultores de Comunicación: ventajas e inconvenientes”. Y algo parecido ocurre con el quinto artículo, que recoge los resultados de investigaciones realizadas en toda Europa. Ángeles Moreno, Piet Verhoeven, Ralph Tench y Ansgar Zerfass escriben sobre “Incrementar el poder y asumir el liderazgo. ¿Qué hacen realmente los profesionales? Evidencias empíricas sobre el sector”.

También se publican en este número artículos sobre responsabilidad social e identidad. Concretamente, el cuarto artículo versa sobre “La consolidación de la identidad a través de la marca secundaria: el caso del Campus de Segovia de la Universidad de Valladolid”, de Belinda de Frutos y María Merino. Y el sexto artículo habla de “La responsabilidad social empresarial –RSE- en Chile: causas de su tardía difusión”, de Cecilia Burgos.

De estrategia en relaciones públicas, especialmente en medios audiovisuales, hablan los siguientes artículos. El séptimo artículo lo publican María Ivette Trevisan y Fabiana Costa y se refieren a “Relaciones entre organizaciones y televisión comunitaria como estrategia de comunicación”. El octavo capítulo lo publica Leonardo Soares Silva, sobre “Estudio sobre las relaciones de los productores de contenidos audiovisuales con su público: Youtube Brasil”. El noveno capítulo está firmado por María Antonia Strauck y Claudia Guillén y versa sobre “La gestión de la comunicación en los gobiernos locales, una mirada desde la perspectiva estratégica: análisis del caso peruano”.

El décimo artículo es fruto de una investigación histórica de las relaciones públicas. Jesús Reina Estevez e Inmaculada González España publican “Prat Gaballí y Juan Beneyto: una aproximación a la introducción de la disciplina de las relaciones públicas”. Y el undécimo artículo es “TripAdvisor y el comportamiento de planificación y reservas de los portugueses”, de Susana Wichels.

Este número, que recoge investigaciones variadas, realizadas desde diferentes perspectivas y desde muy diferentes países pone en evidencia la multidimensionalidad de las relaciones públicas. Concluye este número la reseña de Nereida Cea del libro de Miguel Túñez titulado “La gestión de la comunicación en las organizaciones”.

Buena lectura.