

Presentación: Relaciones Públicas. Múltiples opciones para las organizaciones

Presentation: Public Relations. Multiple options for organizations

Ana Almansa Martínez

anaalmansa@uma.es

Isabel Ruiz Mora

isablruiz@uma.es

Editoras de la *Revista Internacional de Relaciones Públicas*

<http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-13-2017-01-01-04>

El amplio y variado campo de actuación de las Relaciones Públicas en la actualidad está muy bien representado en este número de la *Revista Internacional de Relaciones Públicas*. Esta revista, que continúa siendo la única especializada en Relaciones Públicas en España, publica en esta ocasión artículos sobre medios sociales, sobre comunicación institucional, sobre la creación de imagen y percepción de los públicos, sobre comunicación en el deporte, sobre comunicación en crisis, sobre dirección de comunicación y sobre responsabilidad social. Y lo hace con artículos recibidos desde muy diferentes lugares del mundo, escritos en español, inglés o portugués.

El primer artículo se titula “Theoretical Framework for the Analysis of Messages on Enterprise Social Media”. Escrito por Peter Jan, de la Vrije Universiteit Brussel, Department of Media and Communication Studies, se adapta el modelo comunicativo de Lasswell en un nuevo marco para el análisis de contenido en los medios sociales.

Le sigue el artículo “Comunicación institucional y relaciones informativas. El caso de la administración cultural en Andalucía”, en el que Fernando Martínez Vallvey, Andrés Mellado Segado, Mateo Jesús Hernández Tristán

Segado y Mateo Jesús Hernández Tristán analizan las relaciones con los medios de comunicación de las administraciones públicas en general y de la Junta de Andalucía en particular.

De imagen pública continúa hablando el tercer artículo (“Impeachment e imagem pública: uma análise do discurso vazado de Michel Temer”), escrito por los investigadores Bruno Washington Nichols y Pedro Chapaval Pimentel, de la Universidade Federal do Paraná (Brasil). Asimismo, los investigadores Joel Felipe Guindani, Marcela Guimarães Silva y Leonardo Oliveira Marion (Brasil) cierran el bloque de Relaciones Públicas Institucionales con el artículo titulado “As relações públicas em instituições religiosas: uma análise sobre o Centro Espírita de Umbanda São Jorge de São Borja”.

De instituciones pasamos a mostrar resultados de investigaciones sobre comunicación en crisis. El quinto artículo lleva por título “Gestión Comunicacional de Crisis: Entre la agenda corporativa y mediática. Estudio de caso Volkswagen España” y está firmado por Luis Miguel Romero-Rodríguez, Angel Torres-Toukoumidis y Amor Pérez-Rodríguez.

El sexto artículo fusiona redes sociales y fútbol. Los investigadores españoles Rafael Cano Tenorio y Francisco Javier Paniagua Rojano nos explican “El uso de Twitter por parte de los futbolistas profesionales. Contenidos y relaciones con los públicos”. El séptimo artículo también tiene como protagonistas las redes sociales. En este caso, los brasileños Eugenia Mariano da Rocha Barichello y Daiane Scheid nos explican la “Visibilidade organizacional nas redes sociais digitais: contexto, indícios e reflexões”. Y el octavo artículo vuelve a reunir a redes sociales y deporte. Los portugueses Sonia Pedro Sebastiao y André Bettencourt da Câmara Correia nos ofrecen sus estudios sobre “Eventos desportivos e a noticiabilidade. O caso da Lisboa Classic Regatta”.

El noveno artículo se aleja un poco de las redes sociales, que dejan de estar en el epicentro, y aborda las Relaciones Públicas en la Universidad: “Propuesta de un Departamento de

Relaciones Públicas para la Universidad La Salle Cancún”, de la profesora cubano-mexicana Magda Rivero.

El décimo artículo aplica los modelos de Relaciones Públicas a un caso: “Apontamentos críticos dos modelos de Relações Públicas excelentes no maior acidente ambiental do Brasil”. Este artículo está escrito por la investigadora brasileña Fábila Pereira Lima.

Y el undécimo artículo, de Hernández-Corchete, versa sobre Responsabilidad Social y Universidad. Titulado “Relaciones públicas, Responsabilidad Social Corporativa y Universidad. Análisis de la RSU del Centro Universitario de la Defensa de Zaragoza”, estudia a fondo el caso de este centro formativo.

El número concluye, como es habitual, con una reseña de un libro que, en este caso, también tiene como protagonista a la Responsabilidad Social. El profesor e investigador de Relaciones Públicas de la Universidad de Málaga Antonio Castillo escribe una reseña del libro “Responsabilidad Social en la Comunicación Digital Organizacional”, recientemente publicado por Rebeca Arévalo y María Antonieta Rebeil en México y que contiene aportaciones de investigadores de casi todos los países de América Latina, así como España.

Un ejemplar, el número 13 de esta revista, que ofrece Investigaciones muy variadas, tanto en la temática como en el origen de los autores. Eso sí, siempre con el denominador común de las Relaciones Públicas. Buena lectura.

