

Presentación: Diversidad de las Relaciones Públicas

Presentation: Diversity of Public Relations

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-17-2019-01-01-04>

Cuando la sociedad, afortunadamente, cada vez reconoce y valora más la diversidad, presentamos este número, que invita a reflexionar sobre la gran variedad de ámbitos de las relaciones públicas. Como no podía ser de otra manera, este número de la *Revista Internacional de Relaciones Públicas* aborda la disciplina desde diferentes perspectivas y esferas. Es decir, presenta la diversidad de las relaciones públicas. Y diversos son también los investigadores que publican en el número, vinculados a universidades o centros de investigación de España, Brasil, Qatar, Portugal y Ecuador; así como son diversos los idiomas en los que publican sus artículos: español, portugués e inglés.

Los *socialmedia* están muy presentes también en esta publicación. Precisamente, el primer artículo del número, publicado en inglés, analiza cómo usar hashtags en la estrategia de marca política. Los investigadores Lluís Mas Manchón y Frederic Guerrero-Solé, de la Universitat Pompeu Fabra son los artífices del texto.

La investigación bibliométrica en relaciones públicas es el nexo de unión de dos de los artículos que ahora se publican. El primero está desarrollado por la investigadora de la Universitat Jaume I Susana Miquel Segarra y por Gisela Gonçalves, de la Universidade da

Beira Interior (Portugal). Las autoras realizan un estudio comparativo sobre las tesis doctorales sobre relaciones públicas en España y en Brasil en una década. De métricas y metodologías empleadas en revistas de Brasil versa el otro texto sobre bibliometría que incluye este número. En esta ocasión, son investigadores de la Universidade de Sao Paulo y Metodista de Sao Paulo quienes han realizado el estudio. Concretamente, Valéria Siqueira Castro Lopes, Luiz Alberto Bezerra de Farias y Rosiane Simone Moro.

En un ámbito diferente, aunando relaciones públicas, fútbol y redes sociales, las profesoras Gema Lobillo y Emilia Smolak han escrito un artículo en el que estudian cómo figuras del fútbol, en el marco de su estrategia comunicativa, hacen uso de las redes sociales. También de estrategia para crear buena imagen versa el artículo de Antonio Raúl Fernández Rincón y Pedro Hellín Ortuño. Concretamente, estos investigadores de la Universidad de Murcia centran su investigación en la gestión estratégica de la identidad visual en las organizaciones.

Y de las relaciones públicas estratégicas en la creación de una buena imagen continúa hablando el siguiente artículo. Centrado en el ámbito turístico, los investigadores de la Universidad de Málaga Carlos de las Heras, Carmen Jambrino y Patricia Iglesias, junto al profesor de la Northwestern University in Qatar Jairo Lugo, analizan la situación para plantear una propuesta de modelo sostenible.

También con la sostenibilidad y equilibrio como telón de fondo, publicamos otro artículo. Inversión y evaluación es el objeto de estudio de la profesora de la Universitat Jaime I Madalena Mut, en su artículo sobre patrocinio deportivo.

El siguiente artículo versa sobre otro ámbito de las relaciones públicas, demostrando una vez más la gran diversidad de la disciplina. En este caso, la investigadora de la Universidad de Sevilla Sara Rebollo Bueno analiza la presencia mediática de los *think tanks*, las organizaciones políticas que están adquiriendo una gran importancia.

De las relaciones públicas y organización de eventos para promocionar territorios trata el artículo *Identidad e imagen corporativas. Relación entre los perfiles de identidad e imagen de la Feria de Loja*, de Javier Vire Riascos, director de comunicación de la Corporación Feria de Loja, Ecuador.

Los dos últimos artículos del número están publicados en portugués y ambos están relacionados con las TIC. Las investigadoras de la Universidade de Lisboa Fátima Rubina Pita Rodrigues y Sonia Pedro Sebastiao presentan los resultados de un estudio sobre las salas de prensa virtuales en Portugal. Y el otro artículo analiza el uso estratégico de las redes sociales en el ámbito político. Concretamente, las investigadoras Michele Goulart Massuchin, de la Universidade Federal do Paraná, y Luana Fonseca Silva Correo, de la Universidade Federal do Maranhão, se centran en el estudio del caso del gobernador Flávio Dino, de Brasil.

Como es costumbre en la *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, se publica una reseña sobre una reciente publicación. Esta vez, la reseña, firmada por Elena Millán Celis, es del libro *Gestión de la comunicación en instituciones*, publicado recientemente en Pearson por Carlos de las Heras Pedrosa, Isabel Ruiz Mora y Francisco J. Paniagua Rojano.

Un número -el que ahora ponemos a su disposición de forma gratuita y en *Creative Commons*- muy diverso, ya que sus artículos abordan diferentes matices de las relaciones públicas. Sin duda, una buena lectura para docentes, investigadores y profesionales de las relaciones públicas, así como para todos los amantes de esta disciplina científica.

¡Buena lectura de este número!

Forma de citar esta presentación:

ALMANSA-MARTÍNEZ, A. y RUIZ-MORA, I. (2019). Diversidad de las Relaciones Públicas. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, Vol. IX, Nº 17, 1-4. Recuperado el ___ de _____ de _____, de <http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-17-2019-01-01-04>.