

## **Presentación: Las Relaciones Públicas en el nuevo milenio: retos y oportunidades**

Presentation: Public Relations in the new millennium: challenges  
and opportunities

Ana Almansa Martínez | [ORCID ID](#)

[anaalmansa@uma.es](mailto:anaalmansa@uma.es)

Isabel Ruiz Mora | [ORCID ID](#)

[isablruiz@uma.es](mailto:isablruiz@uma.es)

Editoras de la *Revista Internacional de Relaciones Públicas*

<http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-20-2020-01-01-04>

Cuando la *Revista Internacional de Relaciones Públicas* está empezando a celebrar su décimo aniversario (2011-actualidad), se ha considerado oportuno compartir investigaciones sobre los cambios y retos de las Relaciones Públicas en el nuevo milenio. Por eso, este número está dedicado a los últimos veinte años de las Relaciones Públicas.

Sin duda, durante las últimas dos décadas la sociedad en general y las Relaciones Públicas en particular, han vivido cambios trascendentales: la evolución tecnológica, los *socialmedia*... y, más recientemente, la pandemia, han dejado huella tanto en la profesión como en la investigación y docencia de las relaciones que con los públicos. Y estos cambios han hecho, si cabe, aún más necesarias las Relaciones Públicas.

Al poco de comenzar el siglo y el milenio, las redes sociales se convertían en fenómeno de masas. Nacían así nuevas oportunidades para las relaciones con los públicos y nuevos

perfiles profesionales de Relaciones Públicas, tales como el *community manager* o el *personal branding*.

La dirección de Relaciones Públicas en las organizaciones adquiriría importancia (Dircom, 2005, 2010, 2015, 2018) e incluso la crisis económica vivida en la primera década del siglo servía para fortalecer el sector, porque en los momentos difíciles se demostró la importancia de tener unas buenas relaciones con los públicos (Cabrera-Cabrera y Almansa-Martínez, 2016).

En el ámbito docente e investigador, en este siglo ha crecido la única asociación específica del sector que existe en la actualidad en España: la Asociación de Investigadores en Relaciones Públicas (AIRP), que desde el 2004 aglutina a profesorado e investigadores de las universidades españolas y también de fuera del país. Poco después, en 2011, nacía la *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, que ahora cumple su primera década.

En la actualidad, las Relaciones Públicas, en este mundo cambiante, tienen nuevos retos: la apuesta por la planificación estratégica, la calidad, la transparencia, la igualdad, la inclusión, la necesidad de evaluar y medir resultados; y la necesaria formación especializada para los profesionales del sector (Almansa-Martínez y Fernández Souto, 2020). En este número se recogen investigaciones sobre algunos de estos retos y los temas que han sido tendencia en los últimos veinte años.

De este modo, se publica un monográfico, con seis artículos sobre diferentes ámbitos de las Relaciones Públicas. El primero se centra en las Relaciones Públicas en redes en el ámbito feminista, sin duda uno de los movimientos emergentes en los últimos años.

El segundo artículo cuenta la evolución de la AIRP y lo que esta asociación está suponiendo para las Relaciones Públicas.

Y el tercer artículo fusiona dos aspectos fundamentales en la actualidad: la participación ciudadana y la COVID-19. Este artículo analiza qué está pasando durante la pandemia en cuanto a ciudadanía y toma de decisiones se refiere.

El cuarto artículo versa sobre otro aspecto fundamental, como es el retorno de la inversión en Relaciones Públicas. El quinto artículo se centra en el sector profesional de las asesorías de comunicación ante el reto digital. Y el sexto artículo cierra el monográfico. Aborda otro asunto de máxima actualidad, como es la desinformación y las *fakes news*.

Fuera de monográfico, en la sección artículos, podemos leer artículos sobre sitios webs y redes sociales, sobre la comunicación de los despachos de abogados en España, sobre la importancia de la comunicación interna, sobre el lenguaje en las Relaciones Públicas y sobre publicaciones en América Latina.

El número, como es habitual, termina con la recomendación de un libro. En esta ocasión se ofrece una reseña de un libro sobre comunicación interna.

Es este un número muy variado, no solo por la temática, sino por el origen de los autores y por la lengua en la que se escriben. En esta ocasión, les ofrecemos 6 artículos publicados en portugués, 5 en español y uno en inglés. Y todos los artículos cuentan con un *extended abstract*, para facilitar la difusión de las investigaciones que ahora presentamos.

¡Buena lectura!

## REFERENCIAS

ALMANSA-MARTÍNEZ, A. y FERNÁNDEZ-SOUTO, A. Professional Public Relations (PR) trends and challenges. *El profesional de la información*, 29 (3).

<https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.03>

CABRERA-CABRERA, M. y ALMANSA-MARTINEZ, A. (2016). El director de relaciones públicas en las grandes empresas españolas. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 6(11), 113-134. <http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-11-2016-07-113-134>

DIRCOM (2018). Anuario de la comunicación 2018. Asociación de Directivos de Comunicación. Madrid: Dircom.

DIRCOM (2015). Anuario de la comunicación 2015. Asociación de Directivos de Comunicación. Madrid: Dircom.

DIRCOM (2010). Anuario de la comunicación 2010. Asociación de Directivos de Comunicación. Madrid: Dircom.

DIRCOM (2005). Anuario de la comunicación 2005. Asociación de Directivos de Comunicación. Madrid: Dircom

**Forma de citar esta presentación:**

ALMANSA-MARTÍNEZ, A. y RUIZ-MORA, I. (2020). Las Relaciones Públicas en el nuevo milenio: retos y oportunidades. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 10(20), 1-4. Recuperado el \_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_, de <http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-20-2020-01-01-04>.