

## **Presentación: Dimensiones de las Relaciones Públicas** Presentation: Public Relations Dimensions

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/revrrpp.v13i25.818>

Cuando se cumplen cien años de la publicación del libro de Edward Bernays *Cristalizando la opinión públicas* (*Crystallizing Public Opinion*), considerado el primer libro de Relaciones Públicas, en la *Revista Internacional de Relaciones Publicas* sacamos un número en el que se muestran las dimensiones de las Relaciones Públicas.

Pero este año no estamos solamente de aniversario por este libro, sino que la Asociación de Investigadores de Relaciones Públicas (AIRP) cumple veinte años. La asociación, que engloba a investigadores de todas las universidades españolas y cuenta con una representación internacional, está celebrando en este 2023 sus primeras dos décadas.

Un 2023 que invita a la reflexión sobre la historia de las Relaciones Públicas, en el mundo y, más concretamente, en España, con los veinte años de AIRP. Y desde la *Revista Internacional de Relaciones Públicas* queremos contribuir a esta celebración con un número en el que se muestra la diversidad de la disciplina y su importancia a la sociedad actual, en la que las relaciones con los públicos son imprescindibles para cualquier organización.

De esta manera, el número arranca con los resultados de la investigación realizada por Mateus Noronha y Gisela Gonçalves, de la Universidad de Beira Interior (Portugal). Los autores presentan una investigación con una finalidad práctica, la de proponer una estrategia de comunicación para incrementar el índice de notoriedad de la Comunidad Intermunicipal de Beiras y Serra da Estrela, en el norte de Portugal.

El segundo artículo también promueve el desarrollo. En este caso, Belén Barroso (Argentina) y Juan Carlos Tójar (España) han realizado una encuesta a setenta y nueve empresas de veintisiete países, en la que analizan las aportaciones de las Relaciones Públicas a la generación de impacto social y ambiental positivos y al logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenibles (ODS).

El tercer artículo se cambia de dimensión. Los investigadores de la Universidad de Vigo Carmen López de Aguilera, Julinda Molares y Vicente Badenes analizan la cultura organizacional de las empresas del IBEX en España, analizando los principales elementos que contribuyen a definir el propósito como generador de valor.

El cuarto artículo se centra en el estudio de la percepción y los parámetros de evaluación de la gestión de comunicación por parte de los directores generales de las organizaciones

feriales afiliadas a la Asociación Internacional de Ferias de América. Los investigadores Javier Vire (Ecuador) y Ana Castillo (España) son los encargados de realizar el estudio, que les ha permitido comprobar que la gestión de la comunicación es más operativa que estratégica en el sector.

El quinto artículo continúa con la dimensión de la dirección de comunicación. Boris Orlando Hernández (Colombia) realiza una caracterización de los directores de comunicación en las universidades privadas de alta calidad en América Latina, con la pretensión de conocer el papel del profesional en estas organizaciones, su lugar en la estructura y aspectos relacionales con la consolidación de su rol.

El sexto artículo cambia de dimensión. Deja al director de Relaciones Públicas y se centra en el lobby. Concretamente, los investigadores Andrea Moreno (España) y Antonio Castillo (España) analizan el papel que juegan los lobbies en el proceso de toma de decisiones en Europa y en el proceso de construcción europea.

El séptimo artículo aborda una nueva dimensión. En este caso, las Relaciones Públicas en museos. El artículo presenta los resultados de un estudio bibliométrico sobre comunicación y museos, realizado desde 1976, primer año en que se detectan publicaciones en este ámbito, hasta la actualidad. El trabajo lo firman Ainhoa del Pino Rodríguez (España), Carlos de las Heras (España) y Jairo Lugo (Emiratos Árabes Unidos).

El octavo artículo se refiere a las relaciones públicas y el deporte, otro ámbito de actuación. Las investigadoras españolas Ana Belén Fernández, Montse Vázquez y Elisenda Estanyol presenta los resultados de una investigación sobre eventos deportivos a partir de la pandemia. Bajo el título *La organización de eventos deportivos en España tras la irrupción de la Covid-19* analizan todos los cambios sufridos en el sector.

El noveno artículo podemos ubicarlo en la misma dimensión, ya que versa sobre protocolo. En este caso, M. Dolores Fernández (España) presenta un estudio longitudinal de la dirección estratégica de comunicación de la Casa de SM el Rey durante una década, resumiendo esta gestión como el paso del consenso a la transparencia.

El décimo artículo aborda otra dimensión. En este caso, se hace un planteamiento del futuro de las Relaciones Públicas. Los investigadores de la Quadriga University of Applied Sciences (Alemania) Ana Adi, Ronny Fechner y Rene Seidenglanz se preguntan hacia dónde va la comunicación. Presentan los resultados de una investigación sobre la próxima generación de profesionales de las Relaciones Públicas.

Y el undécimo artículo, de nuevo, aborda una nueva dimensión. Las investigadoras mexicanas Cristina Barroso y Eva María Pérez realizan un análisis de la implementación de la Norma Oficial Mexicana-035 y de las estrategias de comunicación utilizadas en el interior de una empresa privada.

Como es habitual en la *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, el número se cierra con una reseña de un libro. En este caso, la investigadora mexicana Lucía Alejandra Sánchez Nuevo revisa el libro coordinado por Lorena Font titulado *Comunicación y Tercer Sector de Acción Social. Miscelánea sobre la reputación de las ONG en España y Latinoamérica*, un libro en el que se hace un amplio repaso de las Relaciones Públicas en el ámbito de las organizaciones sociales en Hispanoamérica.

Un número, como decíamos al principio que, en un año de aniversarios, muestran la vigencia de esta disciplina comunicativa y de la importancia que tiene en la actualidad en las diferentes dimensiones.

Variedad de dimensiones y también diversidad de países de origen de los investigadores que publican en este número. Europa y América Latina son los ámbitos territoriales objeto de estudio en la mayoría de los artículos que se publican.

Por todo ello, por ser un número muy variado en cuanto a dimensiones y territorio, confiamos en que la lectura sea provechosa y en que sirva para futuras investigaciones.

¡Buena lectura!

