

RELACIONES PÚBLICAS: ¿DE LA COMUNICACIÓN A LA RELACIÓN CON LOS PÚBLICOS?

Andrea Oliveira
Universidad de Girona
andrea.oliveira@udg.edu

Ileana Zeler
Universidad de Girona
ileana.zeler@udg.edu

Kathy Matilla
Universidad Ramón Llull
kathyms@blanquerna.url.edu

RESUMEN

En el ámbito de las Relaciones Públicas los estudios se orientan significativa y progresivamente hacia un enfoque cada vez más relacional. El objetivo principal de este artículo es identificar las principales reflexiones sobre el abordaje del enfoque relacional en el ámbito de estudio. La investigación se llevó a cabo a través de una revisión bibliográfica. Los resultados indican que todavía no hay un consenso pleno sobre la definición de relación entre los académicos analizados. Tampoco se identifica una visión unificada sobre como adoptar/integrar la relación como elemento básico de las investigaciones con el enfoque relacional. Una de las principales contribuciones de esta investigación ha sido la recopilación y sistematización de las principales reflexiones académicas sobre la idea de relación en el campo de las Relaciones Públicas.

Palabras Clave: Comunicación - Relación - Relaciones Públicas.

ABSTRACT

In the field of Public Relations, studies are oriented significantly and progressively towards a more relational approach. The objective of this article is to identify the main reflections on this relational approach in the field of study. The investigation was

153

Oliveira, Andrea; Zeler, Ileana; Matilla, Kathy

carried out through a literature review. The results indicate that there is still not a consensus on the definition of relations between academics, nor is there a unified vision for how to adopt/integrate the relationship as an element of research with a relational approach. One of the main contributions of this research has been the compilation and systematization of the main reflections on the idea of relationship in the field of Public Relations.

Key Words: Communication - Relations- Public Relations.

RESUMO

No campo das Relações Públicas, os estudos são orientados de forma significativa e progressiva para uma abordagem cada vez mais relacional. O principal objetivo deste artigo é identificar as principais reflexões sobre a abordagem do enfoque relacional no campo de estudo. A investigação foi realizada por meio de uma revisão de literatura. Os resultados indicam que ainda não há consenso total sobre a definição de relação entre os acadêmicos analisados. Tampouco se detectou uma visão unificada sobre como adotar / integrar a relação como elemento básico de pesquisa com a abordagem relacional. Uma das principais contribuições desta pesquisa é a compilação e sistematização das principais reflexões acadêmicas sobre a ideia de relação no campo das Relações Públicas.

Palavas chave: Comunicação - Relação - Relações Públicas

INTRODUCCIÓN

Todo apunta a que las investigaciones en el ámbito de las Relaciones Públicas se orientan cada vez más hacia la perspectiva «relacional», es decir, que los académicos ponen el acento en la relación como elemento central del estudio y la práctica de las Relaciones Públicas. Un buen ejemplo de esta afirmación serían las investigaciones de Grunig y Huang (2000), que experimentan un viraje hacia el establecimiento y el

Oliveira, Andrea; Zeler, Ileana; Matilla, Kathy

mantenimiento de las relaciones entre las organizaciones y sus públicos. En el libro *Excellence in Public Relations and Effective Organizations*, Grunig *et al.* (2002) también argumentan que las buenas relaciones con los públicos permiten que las organizaciones disfruten de más libertad para cumplir su misión y, por tanto, para ser más eficaces.

Así, ¿cómo se está abordando en la literatura académica internacional este giro hacia el enfoque relacional?

El objetivo principal de este trabajo es identificar las principales orientaciones de pensamientos sobre el abordaje del enfoque relacional en el ámbito de estudio.

MARCO TEÓRICO

1. La perspectiva relacional: un breve recorrido cronológico

A partir de la década de los años noventa del siglo XX, las investigaciones del ámbito de las Relaciones Públicas empiezan a orientarse hacia una perspectiva «relacional», es decir, que determinados académicos ponen el acento en la relación como elemento central del estudio y la práctica de las Relaciones Públicas. En este sentido, por ejemplo, Grunig y Huang (2000), en sus investigaciones experimentan un viraje hacia el establecimiento y el mantenimiento de las relaciones entre las organizaciones y sus públicos.

Según algunos autores (Grunig y Huang, 2000, p. 23; Ledinghan y Bruning, 2000, p. xiii; Toth, 2000, p. 205), Ferguson (1984) fue la primera académica que defendió «la relación» como elemento central de estudio de las Relaciones Públicas. Ferguson afirma que el estudio «relacional» es mucho más significativo que el estudio del proceso de comunicación en sí: “understanding public relationships requires more than understanding communication process and effects. It may require understanding

Oliveira, Andrea; Zeler, Ileana; Matilla, Kathy

organizations, understanding publics and understanding the larger social environment within which these two social units exist” (Ferguson, 1984, p. 26)

No obstante, Xifra pone de manifiesto que es Matrat a quien se puede considerar:

“el pionero a la hora de abordar las relaciones públicas desde la perspectiva relacional, con una intencionalidad alejada de los criterios propios de la metodología del estudio de la comunicación de masas y centrada en la creación y mantenimiento de relaciones entre estructuras *sociales*” (Xifra, 2006, p. 237)

De igual modo, Matilla (2009) afirma que, en la doctrina europea, el propósito de las Relaciones Públicas es el establecimiento de relaciones de confianza entre las organizaciones y los públicos, lo que la acerca a la perspectiva del *relationship management* propuesta por Ledingham y Bruning en la década de los años noventa del siglo XX.

La doctrina europea de las Relaciones Públicas, que tiene como principal referente a Lucien Matrat, se estructura en la década de los años setenta del siglo XX. Su trabajo hizo posible la construcción de la teoría de las relaciones públicas en Europa. Xifra (2006, pp.229-240) destaca que, en 1965, Matrat aprobó el código de ética internacional de las Relaciones Públicas, conocido como Código de Atenas. Para Matrat, a partir de la conciliación entre los intereses de la empresa y los públicos, las Relaciones Públicas instauran una política de comunicación para cultivar relaciones de confianza entre los dos actores sociales, hecho que, para Matrat, las separa de otras formas de comunicación persuasiva, como la propaganda. Por ello, el principal objetivo de las Relaciones Públicas en Matrat (*cfr.* Xifra, 2006, p. 237) sería contribuir tanto a la creación de un clima de confianza, como a la estructuración de condiciones para la participación efectiva del hombre social. En este sentido, Castillo (2010, p. 38) afirma que el concepto de confianza es fundamental en la doctrina europea y que «las relaciones públicas deben intentar conciliar los intereses de la organización y los de sus públicos, de manera que exista un entendimiento y una confianza entre ellos».

En cualquier caso, cabe destacar que para Ledinghan y Bruning (2000, p. xiii) –los autores que más estudios han desarrollado bajo esta perspectiva de investigación de las Relaciones Públicas–, el planteamiento relacional no reemplaza a la teoría de sistemas, sino que la considera una construcción global de la disciplina. Según Bruning y Ledinghan (1999), para que las organizaciones valoren las Relaciones Públicas, los profesionales deben concentrar sus esfuerzos en el desarrollo a largo plazo de las relaciones entre las organizaciones y sus públicos clave, en lugar de confiar únicamente en actividades simbólicas destinadas a mejorar la imagen de la organización. Ledinghan y Bruning (2000) recalcan que esta perspectiva permite entrar en la esencia de las Relaciones Públicas: qué son, qué hacen y cuál es su función. Por ello, Ledinghan y Bruning (1998) argumentan que la perspectiva de las Relaciones Públicas como gestión de las relaciones representa un importante cambio conceptual en la disciplina. Con este giro, la visión tradicional de las Relaciones Públicas como una actividad de comunicación deja paso a la gestión de las relaciones que utiliza la comunicación de modo estratégico. En el período de transición al nuevo milenio, un considerable número de autores (Broom, et al., 1997; Ledinghan y Bruning, 1998; Bruning y Ledinghan, 1999; Xifra, 1999; Coombs, 2000; Ledinghan y Bruning, 2000; Toth, 2000) corroboran la idea de que el estudio y la práctica de las Relaciones Públicas deben centrarse en las relaciones entre las organizaciones y sus públicos estratégicos. Estos investigadores también defienden que la perspectiva relacional integre conceptos de disciplinas como la comunicación de masas, la comunicación interpersonal, el comportamiento interorganizacional, la psicología social, el marketing y el management. Y a partir de la integración de estos conceptos, Bruning y Ledinghan (1999, pp. 159-160) afirman que para que una organización ejerza las relaciones públicas desde una perspectiva relacional, esta primero debe reconocer que puede afectar a las vidas de los públicos y, al mismo tiempo, reconocer que estos también pueden afectar a la suya. Del mismo modo, los públicos también deben ser conscientes de su influencia. Solo cuando exista tal reconocimiento, la relación puede analizarse en términos de percepción de la relación entre ambas partes: organización y públicos clave. Si la primera condición es la

Oliveira, Andrea; Zeler, Ileana; Matilla, Kathy

consciencia, la segunda es el diálogo. La organización y los públicos clave tienen que estar dispuestos a dialogar; por ello, Bruning y Ledinghan (1999) afirman: “It then becomes incumbent upon the organization to develop practices that facilitate exchange between the organization and the public's the organization serves, exchanges that provide building-blocks for relationships” (p.160)

Las conclusiones de estudios como los de Ledinghan *et al.* (1999), desarrollados en el campo de las Relaciones Públicas, demuestran que la percepción que tienen los públicos respecto a la relación organización-público, además de influir en las percepciones que los públicos clave tienen de la organización, influye en el comportamiento de los mismos en relación a ella. A través de la gestión de la relación organización-público por medio de la función de las Relaciones Públicas, las organizaciones pueden iniciar, desarrollar y mantener relaciones con los públicos, que limitan o potencian su habilidad para alcanzar su misión. Por tanto, lo que diferencia básicamente a la perspectiva relacional de la sistémica es el enfoque de estudio. Así, mientras que la primera destaca la relación y la percepción de la relación que tienen las organizaciones y los públicos como forma de influencia vinculada al comportamiento, la segunda centra su atención en los flujos comunicativos de las organizaciones con los públicos de su entorno como forma de influencia del comportamiento.

2. Las «relaciones» en las Relaciones Públicas

Aunque entre la década de los años sesenta y de los ochenta del siglo XX ya encontramos una orientación teórica que propone que las «relaciones» deberían constituirse en el núcleo de las investigaciones de las Relaciones Públicas, no es hasta 1997 que se produce el primer intento de definir las relaciones. Broom *et al.* (1997) señalan que, hasta ese momento, los autores académicos se habían preocupado más en medirlas que en definir las. Asimismo, afirman que en el ámbito de las Relaciones Públicas se ha escrito y valorado acerca de las relaciones, asumiendo que el término tiene un significado común que hace innecesaria mayor explicación.

Xifra (2003, p. 165) destaca que Grunig fue el primer investigador en el campo de las relaciones públicas que, a partir de la teoría de sistemas, hizo hincapié en el estudio de los vínculos existentes entre la organización y sus públicos. Basándose en la teoría sistémica, Grunig y Hunt (1984) utilizan el concepto «vínculo», estableciendo los sistemas interpenetrantes que alteran el equilibrio de la organización. No obstante, Grunig no definió el concepto «relación» dentro del campo de las relaciones públicas.

A posteriori, Grunig *et al.*, (1992 *cfr.* Broom, *et al.*, 1997, pp. 84-85) ponen de manifiesto que el concepto de relación entre las organizaciones y los públicos es fundamental para la teoría de las Relaciones Públicas. Sin embargo, aunque llegan a la conclusión de que las relaciones han sido poco investigadas en la disciplina, se limitan a establecer indicadores –una combinación de percepciones y atributos– para medirlas, sin proponer una definición. Según Broom, *et al.* (1997, pp. 83-85), la ausencia de una definición de «relación» no es algo exclusivo de Grunig, ya que otros autores (Ferguson, 1984; Pavlik, 1987; Ehling, 1992; Center y Jackson, 1995), aunque argumentan la importancia que tienen el estudio y la definición de relación para la disciplina, tampoco la definen.

Por otra parte, con objeto de proponer una definición de la relación organización-público en el ámbito de las Relaciones Públicas, Broom *et al.* (1997, pp. 86-93) revisan el concepto “relación” en otras disciplinas: la comunicación interpersonal la psicoterapia, la relación interorganizacional y la teoría de sistemas. A partir del análisis de estas perspectivas conceptuales diversas, Broom *et al.* (1997) concluyen que los investigadores conciben las relaciones tanto como procesos observados a lo largo del tiempo, como estados que se pueden medir en un solo punto en el tiempo, o como combinaciones de estados y procesos. Además, los autores (1997) observan que, mientras que algunos académicos definen las relaciones como una realidad subjetiva, otros las definen como una realidad objetiva. No obstante, la mayoría de las investigaciones revisadas definen «relación» como la combinación de percepciones

subjetivas de los participantes, y dejan los atributos de las relaciones al margen de los participantes.

3. Modelo de relación organización-público de Broom, Casey y Ritchey (1997)

En su primera investigación sobre el concepto de relación en las Relaciones Públicas, Broom *et al.* (1997, p. 95) no proponen una definición, pero elaboran un modelo y llegan a algunas conclusiones para el desarrollo posterior de la definición de relación en la disciplina. Según estos autores (1997), estas relaciones tienen características propias, únicas y medibles, es decir, que se definen y se investigan como algo separado de los participantes y de sus percepciones. En lo que se refiere a su formación, afirman que las relaciones se establecen cuando las partes tienen percepciones y expectativas sobre las demás partes, cuando una o ambas partes necesitan del recurso de la otra, cuando ambas partes perciben amenazas mutuas en un entorno turbulento, o cuando existe una necesidad legal o voluntaria de asociación entre ambas partes.

Asimismo, Broom *et al.* (1997) también señalan que las relaciones constituyen patrones de vínculos en los que ambas partes persiguen satisfacer sus necesidades interdependientes y que son el resultado de los intercambios dinámicos y la reciprocidad que se establecen y evolucionan, aunque esto no es óbice para que puedan describirse en un punto temporal dado. De igual modo, sostienen que las relaciones pueden generar una mayor dependencia, una mayor pérdida de autonomía, mayores impedimentos para el logro de metas y, asimismo, configurar una interdependencia en forma de comportamiento rutinario e institucionalizado y afirman que, tanto los antecedentes como las consecuencias de las relaciones tienen también propiedades únicas que los distinguen de la propia relación. Por último, ponen de manifiesto la importancia del vínculo comunicacional para el establecimiento de la relación. Merece la pena destacar que, según estos autores (1997), el vínculo comunicacional representa las interacciones encaminadas hacia el logro de objetivos comunes entre las dos partes.

Oliveira, Andrea; Zeler, Ileana; Matilla, Kathy

Las conclusiones formuladas por Broom, *et al.* (1997) permiten afirmar que los públicos, además de actores activos y estratégicos, son entidades constituidas en sí mismas como algo separado de la organización, que generan percepciones, expectativas e intereses independientes y propios, y que establecen, por medio del proceso dinámico de interacción y comunicación, una relación con las organizaciones con objeto de satisfacer los intereses interdependientes, adaptándose mutuamente en la relación, en un intercambio de respuestas. Por otro lado, la percepción aparece como elemento esencial en cuanto a los atributos subjetivos de los participantes de la relación.

4. Definiciones de «relaciones» en las Relaciones Públicas

Se observa que, en el ámbito de las Relaciones Públicas, los estudios de la literatura analizada se orientan significativa y progresivamente hacia un enfoque cada vez más relacional. Este cambio de orientación, según ciertos investigadores de la disciplina (Heath, 2001; Ledingham y Bruning, 1998; Broom *et al.*, 1997) genera un cambio de perspectiva, ya que para ellos el estudio de las relaciones es más amplio que el estudio de los públicos y la comunicación entre estos y las organizaciones. De cualquier modo, a pesar de lo dicho, la tentativa de formular una definición relacional en dicho ámbito de conocimiento es posterior al desarrollo de los indicadores de medición.

Además, pese a que otras corrientes (Heath, 2001; Ruler y Vercic, 2002) evidencian la importancia de las relaciones en la teoría de las Relaciones Públicas, las definiciones de «relación» en la disciplina fueron formuladas solo desde la perspectiva de estudio del *management relationship* de Ledingham y Bruning, de adscripción estadounidense. En Europa, sin embargo, no existe una división natural entre la comunicación y la relación en el ámbito de las Relaciones Públicas, ya que se considera que la comunicación es una forma de conducta y, al mismo tiempo, constituye la esencia de cualquier tipo de

Oliveira, Andrea; Zeler, Ileana; Matilla, Kathy

relación. Por ello, Ruler y Vercic (2002) afirman que «what one sees as communication is what another uses the word relationships for» (Ruler y Vercic, 2002, p.6)¹.

En este contexto, resulta imprescindible justificar la ausencia de definiciones de «relación» en otras corrientes de investigación y la presencia casi exclusiva de definiciones en la perspectiva relacional, vinculada a la orientación organizacional de las Relaciones Públicas. Desde la perspectiva relacional, el concepto alude a las relaciones organización-público, que se definen de dos maneras: como un proceso dinámico de interacción entre las organizaciones y sus públicos, o como un estado de interacción positiva mutua.

Para Broom et al. (2000: 18), estas relaciones serían modelos dinámicos de interacción, transacción, intercambio y vinculación entre las organizaciones y sus públicos, que poseen características propias en cuanto a identidad, atributos y percepciones. Asimismo, los autores añaden: «though dynamic in nature, organization-public relationship can be described as a single point in time as tracked over time» (Broom *et al.*, 2000, p.18)

Por otra parte, para Ledingham y Bruning (1998, p. 62), la relación organización-público es el estado que existe entre una organización y sus públicos clave, «en el que las acciones de cualquiera de las partes repercuten en el bienestar económico, social, político y/o cultural de la otra parte» y definen la relación organización-público ideal como el estado que existe entre la organización y sus públicos, que proporciona beneficios económicos, sociales políticos o culturales a todas las partes implicadas y que se caracteriza por la mutua interacción positiva.

¹ Según Ruler y Vercic (2002) la comunicación se debería entender como un tipo de comportamiento de las personas a través de signos y símbolos o como un proceso en el que los significados desarrollan y alteran la esfera pública. Respecto a esta cuestión, los resultados de su investigación no son concluyentes. Para ampliar información, véase Ruler y Vercic (2002).

Merece la pena resaltar las diferencias entre las conceptualizaciones de Ledingham y Bruning (1998) y de Broom *et al.*, (2000):

- a) Mientras que Broom *et al.* (2000) definen la relación organización-público como un «proceso» de interacción dinámica entre la organización y sus públicos, que se puede describir en el tiempo, Ledingham y Bruning (1998) la consideran un «estado» que existe entre la organización y sus públicos clave, en el que las acciones de un participante repercuten en el otro².
- b) Aunque Broom *et al.* (2000) se refieren a la relación organización-público como una interacción que se establece entre la organización y los públicos, Ledingham y Bruning (1998) afirman que tal relación se desarrolla solo con los públicos clave de la organización.

En lo que respecta a la primera discrepancia, algunos autores que han recogido definiciones de “relación” en sus obras (como Coombs, 2000 y 2001; y Thomlison, 2000) conciben la relación como un proceso. Coombs (2001) hace referencia a la definición de relación de O’Hair, Friedrich, Wiemann y Wiemann, (1995) como «*the interdependence of two or more people*» (Coombs, 2001, p. 106) y afirma que la relación implica una interacción mutua a través del tiempo.

Por su parte, Thomlison (2000, p. 178) asume la definición de relación del ámbito de la comunicación interpersonal de Berko, Rosenfeld y Samovar (1977), como: *the connection that exists when the interactants are aware of each other and take each other into account, there is some exchange of influence, and there is some agreement about what the nature of relationship is and what appropriate behaviors are, given the nature of the relationship* (Thomlison, 2000, p. 178)

²Este tipo de discusión no es exclusiva del ámbito de las relaciones públicas. Para ampliar información, véase Broom *et al.* (1997) y Duckett *et al.* (1997).

Desde el campo de la comunicación interpersonal, Duck *et al.* (1997) resaltan la importancia de no perder de vista que, al estudiar un momento de la relación, hay que volver a insertarla dentro del proceso y dentro de un contexto. Duck *et al.* (1997) afirman que cuando un investigador mide la relación una sola vez, no puede tratarla como la historia completa de la relación. Sostienen, además, que los individuos y las relaciones son procesos, por lo que siempre se trata de algo inacabado, en constante evolución.

En esta misma línea, Dindia (1997, p. 303) afirma que:

“researchers treat relationships as static, monolithic containers of two pre-formed, intact, stable, independent selves, whereas real persons' relationships are dynamic processes involving change and individuals in relationships are open-ended, unstable and changing, and are constructed in relationships”.

Dindia (1997) añade que cuando en la relación está presente el diálogo, los seres humanos tampoco son contenedores preformados, sino que son entes sociales abiertos, inestables y cambiantes.

Por lo tanto, pese a que Ledingham y Bruning (1998) definen las relaciones organización-público como un estado, se observa una tendencia a considerar las relaciones como un proceso. Esta visión no negaría el análisis y la gestión de la relación en un determinado momento. El resultado sería el conocimiento (indicadores de medida de la relación, análisis del nivel de la relación³) del estado de la relación organización-público en ese momento del proceso, dentro de un contexto. La relación, concebida como un proceso, supone el reconocimiento de un contexto temporal, de que comienza, se desarrolla, evoluciona, experimenta mayor o menor intensidad o, incluso, puede dejar de existir

³ Para ampliar esta información, véase Thomlison (2000) y Cuenca (2010).

El hecho de concebir la relación como un proceso permite inferir que los públicos no se comportan siempre de la misma manera dentro del proceso de la relación que establecen y desarrollan con la organización, básicamente, porque las relaciones no son una experiencia consistente a lo largo del tiempo, sino que constituyen un proceso múltiple y dinámico, en el que las partes tienen comportamientos también dinámicos.

La otra diferencia en la definición de relación organización-público es que Broom *et al.* (2000) hacen referencia a la relación organización-público como una interacción que se establece entre la organización y los públicos, mientras que Ledingham y Bruning (1998) afirman que tal relación se establece sólo con los públicos clave de la organización. Las Relaciones Públicas, concebidas como función del *management*, establecen relaciones con los públicos que tienen capacidad de afectar a los negocios de las organizaciones (Grunig y Hunt, 1984; Grunig *et al.*, 2002). Como pone de manifiesto Míguez González (2010), es lógico que la práctica de las Relaciones Públicas, desde un punto de vista directivo (*management*), centre sus acciones en los públicos considerados importantes para la organización, ya que los recursos y el tiempo son limitados.

De igual modo, según Thomlison (2000, p. 178), «relationship management in public relations settings implies the development, maintenance, growth, and nurturing of mutually beneficial relationships between organizations and their significant publics». Así, no parece que la gestión de la relación organización-público sea lo mismo que la relación organización-público. La relación organización-público no se establecería solo entre la organización y sus públicos estratégicos, sino con todos los públicos de la organización, al margen de la importancia que tengan para la misma. La relación entendida como un proceso implica la idea de que, en un momento determinado, un público que la organización no consideraba estratégico puede pasar a serlo ante los cambios constantes del entorno. Por tanto, la idea de relación con los públicos –y no únicamente con los públicos estratégicos- estaría más en consonancia con la noción de

Oliveira, Andrea; Zeler, Ileana; Matilla, Kathy

la relación como proceso. Y, por el contrario, la idea de «gestión de la relación» organización-público estaría asociada específicamente a la noción de gestión de la relación entre las organizaciones y sus públicos estratégicos.

Otra cuestión es que las relaciones no se tratan a partir de las problemáticas o momentos conflictivos que ocurren en el proceso de interacción entre la organización y sus públicos. Esto no significa que los investigadores dejen de estudiar el aspecto conflictivo de la relación organización-público en el ámbito de conocimiento (Bridges y Nelson, 2000 y Coombs, 2000). Sin embargo, hallamos también otras investigaciones (Ledingham y Bruning; 1998; Ledingham *et al.*, 1999) que no se basan en la solución del conflicto, sino en el cultivo y el mantenimiento de relaciones cordiales entre las organizaciones y sus públicos.

Por último, cabría añadir que, a pesar de la existencia de dos definiciones de “relación organización-públicos” en el ámbito de las Relaciones Públicas (Ledingham y Bruning; 1998; Broom *et al.*, 2000), los investigadores (Coombs, 2000; Thomlison, 2000; Coombs, 2001) siguen citando definiciones de relación procedentes de otras disciplinas ajenas a las Relaciones Públicas. Se podría afirmar, por consiguiente, que, aunque las relaciones constituyen el centro de las investigaciones en el ámbito de las relaciones públicas, no existe consenso en cuanto a la definición de las relaciones en la disciplina y su aplicación en las investigaciones del ámbito de estudio.

5. La “relación” en las definiciones de Relaciones Públicas

Bruning y Ledingham (1999, p. 158) y Xifra (1999, pp.13-14) señalan la definición de Cutlip, Center y Broom del año 1985 como punto de referencia del cambio que experimenta el concepto de relaciones públicas. Si, antes, la definición de relaciones públicas de Cutlip y Center (1952) fijaba la atención en la influencia de la opinión pública, a partir de 1985 la definición de dichos autores, en colaboración con Broom, remite a una función directiva (*management*) que establece y mantiene relaciones de

Oliveira, Andrea; Zeler, Ileana; Matilla, Kathy

beneficio mutuo entre las organizaciones y los públicos, unas relaciones que pueden influir en su éxito o en su fracaso. Para Bruning y Ledinghan (1999) y Xifra (1999) la función de *management* de las Relaciones Públicas pone en evidencia que se considera una función destinada a establecer y mantener relaciones entre las organizaciones y los públicos.

Respecto a la definición de Relaciones Públicas de Cutlip, Center y Broom (2001), llama la atención la ausencia del factor comunicacional a la hora de conceptualizarlas, ya que la idea de una comunicación de dos vías mutuamente satisfactoria estaba ya presente en la definición de Cutlip y Center de 1952. De hecho, Castillo (2010) afirma que, tradicionalmente, las Relaciones Públicas «se han venido manifestando como una actividad comunicativa entre una organización y sus públicos en la búsqueda de la comprensión y el beneficio mutuos» (p. 60). Asimismo, Cutlip, Center y Broom (2001) sostienen, incluso, que los profesionales de las Relaciones Públicas son mediadores de la comunicación entre la organización y sus públicos, dado que facilitan los canales de la comunicación entre ambas partes y eliminan barreras en la relación: «Su finalidad es mantener tanto a la dirección de la empresa como a sus públicos informados para que se puedan tomar decisiones de interés mutuo» (Cutlip *et al.*, 2001, p. 79).

El hecho de poner énfasis solo en la relación, sin referirse a la comunicación, no es exclusiva de la definición de Cutlip, Center y Broom (1985). En este contexto, Oliveira (2012), en una investigación, tras examinar más de cien definiciones de relaciones públicas⁴, identificó que el 25,8% de ellas no hace alusión alguna al aspecto comunicativo y se centra básicamente en el factor relacional. Por lo contrario, el 37,5% de las definiciones enfatiza solamente la cuestión comunicacional y no hace hincapié en el aspecto relacional. Por último, solo el 9,2% de las definiciones examinadas hace

⁴ Cabe añadir que en su estudio Oliveira (2012), igualmente, detectó que el 27,5% de las definiciones analizadas no subraya ni la relación ni la comunicación, sino que se centra solamente en elementos asociados a los efectos de la influencia mutua que persiguen las relaciones públicas.

Oliveira, Andrea; Zeler, Ileana; Matilla, Kathy

referencia tanto al factor comunicativo como al relacional, como por ejemplo en Stacks (2002, p. 18), que define las relaciones públicas como «(1) a management function that (2) conducts research about the organization and its publics to (3) establish mutually beneficial relationship through (4) communication».

Esta variedad de elementos incluidos en las definiciones analizadas, a veces asociados entre sí, a veces no, revela que existe una imprecisión en la conceptualización y delimitación de lo que son las relaciones públicas. Este desajuste podría poner en evidencia que los académicos aún no han orientado sus esfuerzos y reflexiones para alcanzar un consenso contundente y exento de ambigüedades en la definición de las relaciones públicas. Debido a ello, Fernández Cavia y Huertas (2009, p. 3) afirman que el concepto de Relaciones Públicas sigue siendo objeto de debate y que no parece que se vaya a alcanzar rápidamente dicho consenso de forma generalizada.

En cualquier caso, Toth (2002) argumenta que en la definición de 2001 de Cutlip, Center y Broom la relación y, más específicamente, la construcción de relaciones entre las organizaciones y los públicos de su entorno, reemplaza a la comunicación como concepto central de la disciplina, desplazando el concepto de comunicación a un segundo plano (*cfr.* Míguez González, 2006, pp. 52-53). Respecto a esta cuestión, Ruler y Vercic (2002) destacan que la comunicación sería, por tanto, una condición necesaria, pero no suficiente, en las Relaciones Públicas, porque el eje relacional implica más aspectos que la simple idea de simetría, ya que contempla fundamentos de la psicología social, la antropología, el *management*, las nuevas tecnologías y otras ciencias sociales. No obstante, para dichos autores, las relaciones solo se pueden establecer por medio de la comunicación y, así, básicamente, Ruler y Vercic (2002) argumentan que, en la tradición europea de las ciencias sociales, la comunicación en sí misma es una forma de conducta y, a la vez, la esencia de cualquier tipo de relación.

De todo lo expuesto podría inferirse que, si en el ámbito de las Relaciones Públicas se utiliza cada vez más el término «relación», podría deberse a que la palabra «comunicación» no logra evidenciar que “comunicación” implica la idea de construir o

Oliveira, Andrea; Zeler, Ileana; Matilla, Kathy

mantener una relación, aunque sea el elemento fundamental para la gestión de la relación. La necesidad de que, en la disciplina, la relación figure en primer plano podría deberse a que, en la historia de las relaciones públicas, las formas de comunicación unidireccionales también estaban asociadas a formas de relación.

6. Conclusiones y consideraciones finales

Este trabajo persigue examinar y visibilizar las principales reflexiones de la bibliografía especializada sobre el enfoque relacional en el ámbito de las relaciones públicas y, así, contribuir a una profundización en el *corpus* teórico de la disciplina.

En la revisión del corpus bibliográfico se ha identificado que el abordaje académico se orienta cada vez más hacia el enfoque relacional. No obstante, todavía no se aprecia con claridad la existencia de un consenso generalizado sobre cómo desarrollar e integrar la idea de las relaciones en la disciplina. Aunque existen definiciones de la relación organización-públicos, se observan diferencias significativas y contradictorias entre las esencias de éstas, así como de su aplicación en el ámbito de estudio.

Por otra parte, se verifica que el término “relación” está presente en un porcentaje significativo de las definiciones de relaciones públicas analizadas, lo que permite elucubrar que la razón tal vez sea que el vocablo “comunicación” no sea suficiente para englobar la dimensión teórica de las relaciones públicas. Sin embargo, pese la presencia del expresión “relación” en las definiciones, a día de hoy el vocablo “comunicación” es el que prevalece en las definiciones de relaciones públicas y los indicadores de medición de la actividad se siguen centrando en los procesos comunicativos que se producen entre las organizaciones y sus públicos (Bruning *et al.*, 2008; Cuenca, 2017; Marca, *et al.*, 2017).

Una de las principales contribuciones de esta investigación se focaliza en la identificación, recopilación y sistematización de las principales reflexiones académicas sobre la idea de relación en el campo de las Relaciones Públicas. El estudio puede servir como base inicial y punto de partida para crear nuevos fundamentos teóricos y

Oliveira, Andrea; Zeler, Ileana; Matilla, Kathy

metodológicos en futuras las investigaciones en el ámbito de estudio, ya que la continua reflexión sobre el enfoque relacional en la disciplina contribuye a la profundización del entendimiento del proceso (comunicacional y relacional) de la interdependencia entre las organizaciones y sus públicos.

BIBLIOGRAFÍA

Bridges, J. A., y Nelson, A. R. (2000). "Issue Management: A Relational Approach". En J. A. Ledingham y S. D. Bruning (Eds.), *Relations as Relationship Management: A Relational Approach to the Study and Practice of Public Relations*, pp. 95-115. Nueva Jersey: Lawrence Erlbaum.

Broom, G. M., Casey, S. y Ritchey, J. (1997). "Toward a Concept and Theory of Organization-Public Relationships". *Journal of Public Relations Research*, N° 9, vol. 2, pp. 83-98, [recuperado 10/5/ 2011 de <https://www.tandfonline.com/toc/hpr20/current>]

Broom, G. M., Casey, S., y Ritchey, J. (2000). "Concept and theory of organization-public relationships". En J. A. Ledingham y S. D. Bruning (Eds.), *Public Relations as Relationship Management: A Relational Approach to the Study and Practice of Public Relations*, pp. 3-22. Nueva Jersey: Lawrence Erlbaum

Bruning, S. D. y Ledingham, J. A. (1999). "Relationships between organizations and publics: Development of a multi-dimensional organization-public relationship scale". *Public Relations Review*, N° 25, vol. 2, pp. 157-170, [recuperado 15/02/ 2011 de <https://www.journals.elsevier.com/public-relations-review>]

Burning, S. D., Dials, M. y Shirka, A. (2008). "Using dialogue to build organization-public relationships, engage publics, and positively affect organizational outcomes".

Oliveira, Andrea; Zeler, Ileana; Matilla, Kathy

Public Relations Review, N° 34, vol. 1, 25-31, [recuperado 15/02/ 2011 de <https://www.journals.elsevier.com/public-relations-review>]

Castillo, A. (2010). *Introducción a las Relaciones Públicas*. España: Instituto de Investigación en Relaciones Públicas [recuperado 10/5/2011 de <http://antoniocastillo.moonfruit.com/>]

Coombs, W. T. (2000). "Crisis Management: Advantages of Relational Perspective". En J. A. Ledingham y S. D. Bruning (Eds.), *Public Relations as Relationship Management: A Relational Approach to the Study and Practice of Public Relations*, pp. 73-93. Nueva Jersey: Lawrence Erlbaum.

Coombs, W. T. (2001). "Interpersonal Communication and Public Relations". En R. Heath y G. Vasquez (Eds.), *Handbook of public relations*, pp. 11-30. California: Sage Publications.

Cuenca, J. (2017). "Cómo hacer un plan estratégico de comunicación", Vol III. *La investigación estratégica preliminar*. Barcelona: UOC

Cutlip, S. y Center, A. H. (1978). *Effective Public Relations* (5 ed.). Nueva Jersey: Prentice-Hall.

Cutlip, S., Center, A. H. y Broom, G. M. (2001). *Relaciones Públicas Eficaces* (8 ed.). Barcelona: Gestión 2000.

Dindia, K. (1997). "Communication". En S. Duck (Ed.), *Handbook of personal relationships*, pp. 303-305. Chichester, Inglaterra: Wiley.

Oliveira, Andrea; Zeler, Ileana; Matilla, Kathy

Duck, S., West, L. y Acitelli, L. K. (1997). "Sewing the field: The tapestry of relationships in life and research". En S. Duck (Ed.), *Handbook of personal relationships*, pp. 1-23. Chichester, Inglaterra: Wiley.

Ferguson, M. A. (1984). "Building theory in public relations: interorganizational relationships as a public relations paradigm". En *Association for Education in Journalism and Mass Communication*. Gainesville Florida.

Fernández, J. C. y Huertas, M^a A. (2009). *Redacción en Relaciones Públicas*. Madrid: Pearson Prentice Hall.

Grunig, J. E. y Huang, Y. H. (2000). "From Organizational Effectiveness to Relationship Indicators: Antecedents of Relationships, Public Relations Strategies, and Relationship Outcomes". En J. A. Ledingham y S. D. Bruning (Eds.), *Public Relations as Relationship Management. A Relational Approach to the Study and Practice of Public Relations*, pp. 23-35. Nueva Jersey: Lawrence Erlbaum.

Grunig, J. E. y Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. California: Thomson.

Grunig, L. A., Grunig, J. E. y Dozier, D. M. (2002). *Excellent public relations and effective organizations: a study of communication management in three countries*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.

Harlow, R. (1976). "Building a public relations definition". *Public Relations Review*, 2 (4), pp. 34-42, [recuperado 15/02/ 2011 de <https://www.journals.elsevier.com/public-relations-review>]

Heath, R. (2001). "Shifting Foundations: Public Relations as Relationship Building". En R. Heath y G. Vasquez (Eds.), *Handbook of Public Relations*, pp. 1-9. California: Sage Publications.

Ledingham, J. A. y Bruning, S. D. (1998). "Relationship Management in Public Relations: Dimensions of an Organization- Public Relationship". *Public Relation Review*, N° 24, vol. 1, pp. 55-65, [recuperado 15/02/ 2011 de <https://www.journals.elsevier.com/public-relations-review>]

Ledingham, J. A. y Bruning, S. D. (2000). "Introduction: background and current trends in the study of relationship management". En J. A. Ledingham y S. D. Bruning (Eds.), *Public Relations as Relationship Management: A Relational Approach to the Study and Practice of Public Relations* (pp. XI-XVII). Nueva Jersey: Lawrence Erlbaum.

Ledingham, J. A., Bruning, S. D. y Wilson, L. J. (1999). "Time as an indicator of the perceptions and behavior of members of a key public: monitoring and predicting organization-public relationships". *Journal of Public Relations Research*, N° 11, vol. 2, pp. 167-183, [recuperado 10/5/ 2011 de <https://www.tandfonline.com/toc/hpr20/current>]

Marca, G., Oliveira, A., Matilla, K. y Miranda, T. (2017). "El valor de la evaluación de las relaciones públicas y de la comunicación en las organizaciones: el caso de los hospitales del Sistema Nacional de Salud Español". *Palabra Clave*, N° 20, vol. 2, pp. 506-528, DOI: <http://dx.doi.org/10.5294/pacla.2017.20.2.9>, [recuperado 10/5/ 2018 de <http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave>]

Matilla, K. (2009). *Conceptos Fundamentales en Planificación Estratégica de las Relaciones Públicas*. Barcelona: UOC.

Míguez González, M. I. (2006). *Los Públicos en las Relaciones Públicas: Estudio recopilatorio y crítico sobre las principales aportaciones a la investigación de los públicos en las relaciones públicas*. Universidad de Vigo, Pontevedra.

Oliveira, Andrea; Zeler, Ileana; Matilla, Kathy

Míguez González, M. I. (2010). *Los públicos en las relaciones públicas*. Barcelona: UOC.

Oliveira, A. (2012). *Los públicos en la etapa de investigación de la Planificación Estratégica de las Relaciones Públicas. Estudio de los públicos en las empresas productoras, distribuidoras y comercializadoras de gas natural y energía eléctrica en España*. Universitat Rovira i Virgili, Tarragona.

Ruler, B., van y Vercic, D. (2002). *The Bled Manifesto on Public Relations*. Ljubljana: Pristop Communications.

Stacks, D. W. (2002). *Primer of Public Relations Research*. Nueva York: The Guilford Press.

Szalay, J. R. (1974). *Relaciones Públicas: su administración en las organizaciones*. México: Trillas.

Thomlison, T. D. (2000). "Interpersonal primer with implications for public relations". En J. A. Ledingham y S. D. Bruning (Eds.), *Public Relations as Relationship Management: A Relational Approach to the Study and Practice of Public Relations*, pp. 177-203, Nueva Jersey: Lawrence Erlbaum.

Toth, E. (2000). "From personal influence to interpersonal influence: A model for relationship management". En J. A. Ledingham y S. D. Bruning (Eds.), *Public Relations as Relationship Management: A Relational Approach to the Study and Practice of Public Relations*, pp. 205-219. Nueva Jersey: Lawrence Erlbaum.

Xifra, J. (1999). *Les relacions públiques, ciència del diàleg*. Girona: Universitat de Girona.

Xifra, J. (2003). *Teoría y estructura de las relaciones públicas*. Madrid: McGraw Hill.

Xifra, J. (2006). "Lucien Matrat y la consolidación de la relaciones públicas en Europa".
Revista Historia y Comunicación Social, N° 11, pp. 229-240, [recuperado 10/5/ 2009
de <http://revistas.ucm.es/inf/11370734/articulos/HICS0606110229A.PDF>]