

## **Presentación: Relaciones Públicas en Política**

### **Presentation: Public Relations in Politics**

Ana-Belén Fernández Souto

[abfsouto@uvigo.es](mailto:abfsouto@uvigo.es)

Universidad de Vigo, España

Ivone de Lourdes Oliveira

[ivonepucmg@gmail.com](mailto:ivonepucmg@gmail.com)

Universidad de la Puc-Minas Gerais, Brasil

Coordinadoras del número

<http://dx.doi.org/10.5783/RIRP/18-2019-01-01-04>

A día de hoy, las relaciones públicas conforman un área de conocimiento muy amplio en el ámbito político, social, cultural... y es por ello que no se debe circunscribir su campo de actuación a las estructuras empresariales, sino que debemos ir más allá y comprender a las organizaciones como actores sociales y políticos.

Esta perspectiva amplía las funciones profesionales de los especialistas en relaciones públicas, quienes deben estar capacitados para promover la relación de las organizaciones con la sociedad a través de acciones estratégicas en distintos ámbitos. Parece fundamental entender que en el caso de las relaciones públicas políticas, la búsqueda de la comprensión y el reconocimiento de la participación política y de las relaciones de poder sobrepasan la propia interacción con los públicos.

Las relaciones de poder derivan de los vínculos dentro y fuera del ambiente organizacional, caracterizado por un complejo eje de relaciones que se dan en los niveles interpersonal, intergrupales e interinstitucionales. Esta dimensión demuestra la importancia de entender las relaciones públicas desde una perspectiva crítica, sin restarle valor a los instrumentos/herramientas para concretar los objetivos propuestos, pero yendo más allá de la mera instrumentalización e invirtiendo en la comprensión de las disputas de poder entre los distintos actores sociales involucrados en los procesos interactivos del contexto organizacional.

Conceptos y prácticas de conversación abierta, deliberación, diálogo, colaboración, participación política, configuración de la identidad organizacional y vínculo con sus comunidades son temas que necesitan estar presentes en la formación del profesional de RRPP y en su campo conceptual, de forma que se promueva una sensibilidad políticamente relacional que busque la reciprocidad, puesto que las decisiones, sean de la naturaleza que sean, tomadas por las organizaciones afectan directamente a la vida cotidiana de las personas.

En ese sentido, se vinculan las decisiones organizacionales a los sujetos y se destaca la importancia de compartirla con los ciudadanos (Lefebvre, 2001) tanto individual como colectivamente. Al hablar de participación política debemos referirnos también a todas las acciones sociales desarrolladas por el Estado o por la sociedad civil, en las que los ciudadanos toman parte del proceso de decisiones. Siguiendo a Lefebvre (2001), las personas que están en el mismo espacio poseen códigos comunes que se desarrollan a lo largo de su vida y, precisamente por eso, dividen la responsabilidad de cuidar de sus derechos e intereses. Es por ello que son valoradas las dinámicas de interlocución de las organizaciones con sus públicos y, consecuentemente, las estrategias de comunicación, necesitan considerar la opinión de los sujetos sociales y su participación en el proceso de conversación y/o negociación.

Ese proceso es una disputa de poder, en el que están presentes la argumentación y la postura política. Se subraya así, la importancia de comprender la imposición de poder y la configuración de prácticas de participación política en los procesos interactivos que el profesional de las relaciones públicas va a planificar y ejecutar.

Los vínculos establecidos no pueden firmarse en prácticas tradicionales de gerencia ni dejar de lado las interferencias de los actores sociales. Ahí se pueden destacar las formas participativas de comunicación fundamentadas en la humanización, negociación, mediación de conflictos y diálogo. Sobre esa perspectiva, las organizaciones pasan a ser vistas como entidades políticas, productoras de sentido que dan forma a modos particulares de entendimiento.

Por este motivo, también es necesario reflexionar sobre la frontera entre público y privado. Cómo es que las organizaciones calificadas como entes políticos y sociales participan de la

sociedad? Volvemos a los vínculos, los que establecen con los colectivos, las formas de asociación y de relación que promueven con la sociedad y de cómo se influyen nuestras individualidades y lo social.

Con todo, ante las transformaciones que pasa la sociedad y, consecuentemente las organizaciones, no es posible tener fronteras rígidas y separatistas entre la práctica y los conceptos, sino que, al contrario se debe invertir en las lógicas y dinámicas de los procesos interactivos de las organizaciones con la sociedad.

Interesa en este momento, profundizar en la reflexión sobre la forma politizada de comprender la función de las relaciones públicas en un mundo complejo, incierto y volátil. El profesional de relaciones públicas necesita revelarse como estimulador de apertura de espacios y canales dialógicos que posibiliten el respeto y la valorización del otro. Así, las interacciones comunicativas que se diseñan en contextos organizacionales están marcados por la cooperación, la disputa de poder, la participación y producción de sentido, conectados por asimetrías simbólicas, discursivas y culturales entre los sujetos.

Es dentro de este marco que situamos una selección de artículos para el presente número de la *Revista Internacional de Relaciones Públicas*. Gracias a ellos, daremos continuidad a la reflexión entre los conceptos de Relaciones Públicas y Política, abarcándolos en el más amplio sentido de sus acepciones.

En un primer bloque, presentamos varios artículos que profundizan en la consideración teórica que vincula ambos conceptos y lo hacen dentro de la esfera institucional de la comunicación política. De esta forma, el artículo “A produção científica em Relações Públicas e Política: uma análise bibliométrica” servirá de marco para el resto de propuestas académicas.

Continuaremos con el estudio de casos referentes a la esfera social de las relaciones públicas políticas, como “Comunicación política digital en Instagram. Los casos de Cristina Fernández de Kirchner y Mauricio Macri en Argentina”, “Vestir la política: la indumentaria como estrategia en comunicación electoral” o “No-Do en la construcción de imagen marca país en el primer franquismo (1943-1951)”

Finalmente, este número especial dedicado a las Relaciones Públicas de carácter político, recoge varias consideraciones sobre los vínculos entre ambos conceptos desde el punto de vista de la comunicación organizacional. Así los casos de “La gestión comunicativa de las empresas vitivinícolas de España en las principales redes sociales”, “Los desafíos de la comunicación estratégica de las Universidades Públicas portuguesas en los procesos de internacionalización”, “*Outcomes* en la evaluación de las relaciones públicas, la aproximación semiótica”, “Investigación en comunicación. Metodologías, temáticas y fuentes”, “Redes Sociales y ONG en Colombia ¿uso estratégico o respuesta a la tendencia?”, “La RSE del fútbol profesional español en los medios de comunicación: Análisis de la presencia mediática de las fundaciones de los clubes”, “Interdisciplinaridad y desarrollo de competências profesionales: el levantamiento empírico con egresados de RRPP de la Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil”.

Esperamos que con esta selección de artículos, el lector pueda hacerse una idea del destacable papel que juegan las relaciones públicas más allá de la actividad propia dentro de las organizaciones, tanto a título privado como público. Cada vez más, las relaciones públicas promueven el diálogo entre todos los elementos sociales y atienden, de forma pormenorizada, sus necesidades e inquietudes, aspecto fundamental para que los distintos *stakeholders* de las organizaciones e instituciones se sientan vinculadas con ellas.

## Referencia

LEFEBVRE, H. (2001). *O Direito à Cidade*. 5a ed. São Paulo: Centauro.

### Forma de citar esta presentación:

FERNÁNDEZ SOUTO, A.B. y DE LOURDES OLIVEIRA, I. (2019). Relaciones Públicas Políticas. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, Vol. IX, Nº 18, 1-4. Recuperado el \_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_, de <http://dx.doi.org/10.5783/RIRP/18-2019-01-01-04>.