

Conclusiones

IX Congreso Internacional de Investigación en Relaciones Públicas “Las Relaciones Públicas para el cambio social”

En primer lugar deseamos dar la enhorabuena a la organización del IX Congreso Internacional en Relaciones Públicas por el gran trabajo realizado y expresar nuestro agradecimiento a la Universidad de Alicante por su hospitalidad, en un entorno siempre tan agradable, así como a sus estudiantes por el interés demostrado y por su colaboración directa, fundamental para el correcto desarrollo de este evento. Además, cabe destacar de modo especial el trabajo de los investigadores junior que han participado activamente en el Congreso con la presentación de sus pósters, un total de nueve, que han plasmado de una forma muy clara y a través de aproximaciones prácticas la relevancia de la planificación estratégica de las relaciones públicas.

Como prueba de la importancia que la AIRP concede a estos investigadores noveles y a su trabajo, en esta edición del Congreso se han entregado los primeros Premios AIRP a la Excelencia Universitaria sobre Relaciones Públicas a los mejores trabajos de fin de máster y trabajos de fin de grado defendidos en nuestro ámbito, iniciativa que esperamos se consolide en próximas ediciones.

Por otra parte, también es interesante recordar la labor que ha desarrollado el Comité Científico, que realiza una revisión ciega y por pares de todos los abstracts recibidos y, posteriormente, de todos los textos completos, garantizando que éstos cumplan los requisitos mínimos de calidad que deben exigirse a todas las aportaciones científicas.

Y por último, un agradecimiento para todos los autores, desde la ponente invitada, la profesora Gisela Marques Pereira Gonçalves, a todos los que han presentado una comunicación en el Congreso, ya que con sus contribuciones ayudan a la defensa y desarrollo de una profesión cuya relevancia es ya incuestionable.

En total, se han defendido un total de 22 comunicaciones, divididas en las mesas de “Formación e investigación”, “Sector profesional”, “Gestión de comunidades y públicos



emergentes” e “Innovación”. La mesa más prolífica ha sido la dedicada a la gestión de comunidades y públicos emergentes y en ella se han presentado varios trabajos relacionados con temáticas locales o de ámbitos muy específicos de los que se pueden extraer interesantes conclusiones extrapolables a contextos más genéricos.

En cuanto a la formación, se ha incidido en el elevado número de estudiantes que cursan la titulación de Publicidad y Relaciones Públicas en España y en el carácter instrumental y técnico de las enseñanzas que reciben, destacando la necesidad de orientar estos estudios hacia cuestiones más estratégicas. En cuanto a la investigación y evaluación, se ha constatado la necesidad aplicar técnicas de evaluación que midan y valoren las relaciones, frente a la medición de otros conceptos mecanicistas y parciales que, si bien pueden generar alguna información de interés, no aportan datos estratégicos cruciales para planificar mejor las relaciones entre una organización y sus stakeholders. Así mismo, se ha destacado la necesidad de desarrollar técnicas que permitan análisis cualitativos y de contenido en el ámbito online.

Por lo que se refiere al sector profesional, se ha dado cuenta de la evolución en los modelos y fórmulas que aplican actores profesionales como las consultoras para adaptarse a un nuevo entorno marcado por el cambio social, aunque también se ha constatado que en diversos ámbitos y en las pymes la actividad comunicativa continúa desarrollándose con bajos estándares profesionales y de un modo rutinario.

En cuanto a la innovación, las aportaciones se han centrado en el aspecto tecnológico, analizando tanto el nivel de utilización de diferentes herramientas online desde un punto de vista cuantitativo como su utilidad para la generación de reputación, de interactividad y para la construcción de relaciones, corroborando la infrautilización de muchas de las posibilidades que ofrecen estos nuevos medios.

En síntesis, en la presente edición del congreso se ha realizado un diagnóstico amplio y plural de las debilidades y carencias de la profesión, aunque también se han presentado experiencias en las que se ha hecho patente que una gestión adecuada de las relaciones públicas resulta eficaz para solucionar problemas comunicativos y de relación con los públicos. En este sentido, conviene destacar que la labor de los



investigadores no consiste únicamente en analizar la realidad, sino también en aportar ideas y propuestas prácticas que permitan el desarrollo y la mejora continua en la disciplina y la profesión. Y esta es la línea en la que se debe seguir trabajando en futuras ediciones de este Congreso.

M^a Isabel Míguez González
Coordinadora Comité Científico
IX Congreso Internacional de Investigación en Relaciones Públicas

