

Revisión y clasificación de los paradigmas científicos de las relaciones públicas del s. XXI

Marc Compte-Pujol

Universidad de Vic –Barcelona, España
marc.compte@uvic.cat

Resumen

Con el objetivo de facilitar la comprensión de la aparente complejidad teórica y terminológica de las Relaciones Públicas contemporáneas, el presente estudio busca ordenar y simplificar de un modo esquemático la diversidad de paradigmas y perspectivas que coexisten en la actualidad de la disciplina. Para ello, se ha realizado una revisión bibliográfica de las principales clasificaciones realizadas anteriormente por expertos académicos de ámbito español e internacional, buscando la identificación de aquellos conceptos clave que las asemejan y de aquéllos que las distinguen. Finalmente, el estudio concluye con una nueva propuesta de clasificación elaborada por el autor.

Palabras clave: Paradigmas en Ciencias Sociales, Paradigmas en Relaciones Públicas, Teoría de las Relaciones Públicas.

Revision and Classification of the Scientific Paradigms of Public Relations in the 21st Century

Abstract

In order to facilitate understanding of the theoretical and terminological complexity of contemporary public relations, this study aims to organize and simplify schematically the diversity of perspectives and

paradigms that coexist today in the discipline. To this end, a literature review of classifications previously performed by some national and international scholars has been conducted, looking to identify those key concepts that are similar and those that are unique. Finally, the study concludes with a new classification proposal developed by the author.

Keywords: Public Relations Paradigms, Public Relations Theory, Social Sciences Paradigms.

INTRODUCCIÓN

Las Relaciones Públicas se caracterizan por ser a la vez una práctica profesional y un sub-campo de la Comunicación (Botan & Taylor, 2004:645; Botan, 2009:702). Como práctica profesional, se han encontrado ejemplos de la actividad de Relaciones Públicas en las antiguas civilizaciones de Iraq, India, Grecia y Roma, si bien suele decirse que la práctica contemporánea de las mismas nace a principios del siglo XX con las personalidades de Ivy Ledbetter Lee y Edward L. Bernays (Broom, 2009:689; Xifra, 2005:59-66). Mientras que como sub-campo de la Comunicación, no es hasta las últimas décadas del siglo XX que las Relaciones Públicas cuentan con una investigación y base teórica propias, gracias a los trabajos de Cutlip, Ferguson o Grunig, entre otros.

A pesar de su juventud como disciplina académica, las Relaciones Públicas son probablemente la especialidad del campo de la Comunicación que más se ha desarrollado de un modo especializado (Botan, 2009:700), y esto ha sido posible en parte a las revistas académicas internacionales especializadas en la materia, como *Journal of Public Relations Research*, *Public Relations Review*, *Public Relations Quarterly* o *Public Relations Journal*, y también gracias a la creación de sus propias asociaciones académicas y profesionales o de sus propias editoriales.

El hecho de que la mayoría de investigadores en Relaciones Públicas solamente envíen artículos a publicaciones especializadas en su campo de estudio podría explicar, según Botan & Taylor (2004:646), porqué tan pocos académicos de las Ciencias de la Comunicación están familiarizados con la teoría de las Relaciones Públicas. En cualquier caso, dichos autores defienden que, con la solidez actual de su cuerpo teórico, las Relaciones Públicas están capacitadas para ofrecer un modelo de comunicación capaz de unificar varias áreas de comunicación aplicada y para servir a todo tipo de organizaciones (*Ibidem*, 2004:659). A lo

que Broom (2009:697) añade que su papel no es solamente capital para las organizaciones, sino que, gracias a su función social, también son fundamentales para las sociedades democráticas.

Existe, sin embargo, un problema ya identificado por Stacks *et al.* (1996:459), muy común entre académicos especializados en Relaciones Públicas: la tendencia a obviar la existencia de distintos acercamientos teóricos a esta área de la comunicación. Y eso que, a pesar de su juventud respecto a otras Ciencias Sociales, las Relaciones Públicas cuentan con una importante variedad de perspectivas y paradigmas conceptuales. Un fenómeno que suele ser sinónimo de madurez de una disciplina, aunque también supone el riesgo de que las diferencias entre las distintas visiones prevalezcan sobre sus conexiones, limitando así el auténtico potencial de enriquecimiento mutuo (Edwards, 2012:7-8).

1. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

Con el objetivo de facilitar la comprensión de la aparente complejidad teórica y terminológica de las Relaciones Públicas contemporáneas, el presente estudio busca ordenar y simplificar de un modo esquemático la diversidad de paradigmas y perspectivas que coexisten en la actualidad de la disciplina. Para ello, se ha realizado una revisión bibliográfica de varias clasificaciones de las perspectivas realizadas anteriormente por expertos académicos de ámbito español e internacional, localizadas en libros, revistas académicas y tesis doctorales, buscando la identificación de aquellos conceptos clave que las asemejan y de aquéllos que las distinguen.

2. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Se han detectado un total de siete clasificaciones –más dos más citadas directamente por Edwards (2012)– sobre las distintas corrientes de pensamiento en Relaciones Públicas: la de Trujillo & Torth (1987), la de Botan & Taylor (2004), la de Xifra (2006), la de Míguez (2006), la de Grunig (2009), la de Edwards (2012) y la de Oliveira (2013). Veamos a continuación cada una de las propuestas.

2.1. La clasificación de Trujillo y Torth (1987)

Nick Trujillo y Elizabeth Lance Torth (1987:202-217) proponen una clasificación con tres tipologías de perspectivas en Relaciones Pú-

blicas, todas ellas partiendo de la investigación y la práctica organizativa: las funcionalistas, las interpretativas y las críticas.

Las perspectivas funcionalistas de las Relaciones Públicas serían aquéllas que se preocupan fundamentalmente de la efectividad y la eficiencia de la organización de un modo objetivo y centrándose en aspecto instrumental de la vida organizativa. Unas perspectivas que incluirían, a su vez, las perspectivas clásicas y neo-clásicas, las de Recursos Humanos y las basadas en la teoría de sistemas.

Las perspectivas interpretativas, por el contrario, contemplarían las Relaciones Públicas como el proceso central a través del cual se gestionarían los *issues* e imágenes particulares y mediante el cual se dirigirían simbólicamente las propias organizaciones. Los autores ponen como ejemplos de perspectivas interpretativas la del *sense making*; la retórica y la cultural.

Por último, las perspectivas críticas considerarían las organizaciones como “*ideological and material arenas for power, influence, and control*”, las cuales tratarían a sus públicos como coaliciones y *constituencies* poseedores de distintas necesidades, valores y percepciones (*Ibidem*: 216-217). Ejemplos de perspectivas críticas serían las perspectivas políticas y las del *radical change*.

2.2. La clasificación de Botan y Taylor (2004)

Para Botan y Taylor (2004) existirían únicamente dos paradigmas en Relaciones Públicas: el paradigma funcional y paradigma co-creacional.

El paradigma funcional contemplaría las Relaciones Públicas como un instrumento para alcanzar determinados objetivos de la organización (Botan & Taylor, 2004: 651) e incluiría la aproximación técnica a las Relaciones Públicas¹, la teoría de la persuasión, la teoría de las *media relations*, la *information subsidy* y el *agenda setting*. Dicho paradigma funcional sería, a su entender, el más popular en la actualidad.

En cambio, el paradigma co-creacional sería mucho más humanista y no contemplaría los públicos no como colectivos a instrumentalizar, sino como co-creadores de significado. En síntesis, quitaría protagonismo a los objetivos de la organización y se lo daría a las relaciones existentes entre los públicos y las organizaciones, en el entendimiento mutuo fruto de una interacción entre iguales (Botan, 2009:702), a la vez que concebiría la comunicación como un proceso de construcción de signifi-

cado a largo plazo (Botan & Taylor, 2004:652). Según los autores, el paradigma co-creacional incluiría aproximaciones como la teoría relacional (*theory of organizational-public relationships*), la teoría de la comunidad (*community theory*), la teoría de la co-orientación (*coorientation theory*), la teoría de la reconciliación o del acuerdo (*accommodation theory*), la teoría del diálogo (*dialogue theory*), y la teoría simétrica o de la excelencia (*symmetrical/excellence theory*).

Señalar también que aunque históricamente la teoría co-creacional más investigada haya sido el modelo simétrico o de la excelencia, en la actualidad la investigación en Relaciones Públicas ha virado hacia perspectivas aún más relacionales, centrándose en explicar, operacionalizar y medir las relaciones. Para ello se han introducido bases teóricas de otras disciplinas, como la Comunicación Interpersonal y conceptos como el de diálogo que permiten acercamientos a las Relaciones Públicas desde orientaciones dialógicas.

2.3. La clasificación de Jordi Xifra (2006)

Jordi Xifra (2006) prefiere hablar de perspectivas o concepciones teóricas desde las cuales se han definido las Relaciones Públicas, evitando usar el término paradigma. Concretamente identifica siete perspectivas: La perspectiva psicosocial; la perspectiva funcional; la perspectiva pragmática; la perspectiva normativa; la perspectiva instrumental; la perspectiva estructural; y la perspectiva relacional.

La primera y más antigua sería la perspectiva psicosocial, o como también la apoda Xifra, la “concepción persuasiva”, una aproximación influenciada por la psicología social, que consideraría las Relaciones Públicas como una realidad teórica donde se destaca por encima de todo su finalidad persuasiva, no muy diferente de la propaganda y la publicidad. Desde esta conceptualización, las organizaciones estarían orientadas al interés público, aunque el público seguiría considerándose un elemento fundamentalmente pasivo en el proceso comunicativo. Para Xifra se trataría de una visión asimétrica ya superada en la actualidad, especialmente a partir de los trabajos de Grunig y de Cutlip y Center, que abandonaron la dimensión persuasiva para centrarse en la relación de equilibrio mutuo entre los sujetos de la comunicación, destacando el papel de la organización en el marco de la teoría general de sistemas.

La siguiente perspectiva identificada por Xifra es la perspectiva funcional o la concepción estratégica o directiva, nacida en los años '80 y en la cual el foco de atención de los investigadores que pretenden definir las Relaciones Públicas se pone en el emisor (la organización). Esta perspectiva sigue siendo, según Xifra, la dominante en los primeros años del siglo XXI. La negación del individuo como sujeto de las Relaciones Públicas es una de las principales características de esta perspectiva excluyente, si bien algunos autores han previsto esta dualidad individuo/organización en el elemento emisor de la disciplina.

En lo referente a la perspectiva pragmática o de concepción profesional, Xifra entiende que comparte ciertas características con la perspectiva directiva, si bien se distingue de ella en tanto que resulta elaborada por los propios profesionales de las Relaciones Públicas. Un ejemplo de esta aproximación serían las definiciones de las asociaciones profesionales que formaban la *Confédération Européenne des Relations Publiques (CERP)* y que fueron recogidas en un documento de 1974 para construir un concepto sintético de las Relaciones Públicas de acuerdo con la descripción que hacían los estatutos y reglamentos de las asociaciones nacionales europeas. Al respecto, Xifra puntualiza que estas definiciones serían más descripciones de la actividad profesional que un análisis disciplinario profundo.

En cuanto a la perspectiva normativa o de concepción legal, Xifra defiende que se limitaría a determinadas disposiciones orgánicas de registros profesionales sin finalidad reguladora sistemática, caracterizándose, generalmente, por desvirtuar lo que en realidad son las Relaciones Públicas.

Por perspectiva instrumental o de concepción comercial, el experto catalán entiende aquella planteada especialmente desde el ámbito del marketing y desde la comunicación global, cuyos investigadores habrían reducido la publicidad y las Relaciones Públicas a un plano estrictamente instrumental. Esta visión de las Relaciones Públicas, dominante hoy por hoy en las Relaciones Públicas contemporáneas, habría traspasado los límites conceptuales y habría servido para acuñar con nueva terminología comercial acciones y políticas más propias del proceso comunicativo de las Relaciones Públicas que del *marketing*, como el *marketing* social, el *marketing* relacional, el *marketing* ferial, el *marketing* de eventos, el *marketing* interno, el *marketing* político, el *marketing* de las naciones o el *marketing* preventivo.

Por otra parte, la perspectiva estructural o de concepción científica sería aquella que considera las Relaciones Públicas como una ciencia social aplicada. Y aunque, según Xifra, seguiría tratándose de una perspectiva bastante minoritaria, reconoce que la comunidad científica cada vez coincide más en la existencia de un estatuto epistemológico de las Relaciones Públicas.

Finalmente, Xifra concluye con la perspectiva relacional o co-creacional, cuyo nombre y contenido se corresponden con el paradigma propuesto por Botan y Taylor (2004). Esta perspectiva, nacida en los años '90, incidiría en la relación de los sujetos activos con el entorno y no en los públicos como únicos protagonistas del análisis científico de las Relaciones Públicas.

2.4. La clasificación de M^a Isabel Míguez González (2006)

La doctora Míguez identifica hasta catorce perspectivas y paradigmas en Relaciones Públicas: las primeras concepciones; la perspectiva sistémica; el paradigma relacional; el paradigma reputacional; la perspectiva crítica; la perspectiva retórica; la perspectiva de la comunidad; la corriente postmodernista; la perspectiva reflexiva; la corriente de la esfera pública; la nueva perspectiva de sistemas; la perspectiva transicional; la perspectiva de la sociedad civil y la perspectiva dialógica (Míguez González, 2006:36-49).

En primer lugar, lo que Míguez entiende por primeras concepciones de las Relaciones Públicas se correspondería, básicamente, a la perspectiva psicosocial de Xifra. Unas concepciones influenciadas, sobre todo, por el trabajo de Edward L. Bernays en los años '20 del siglo XX, que contemplaban la disciplina a partir de la consecución del apoyo del público a través de la información y la persuasión. Su concepción era muy parecida a la de la propaganda, una práctica muy mal vista después de la Segunda Guerra Mundial, por lo que, para diferenciarse de ella, las Relaciones Públicas fueron añadiendo conceptos como el *goodwill* o la buena voluntad del público, basadas en la idea del interés general o bien común.

En segundo lugar, la perspectiva sistémica o gerencial se correspondería, *grosso modo*, con el paradigma funcional de Botan y Taylor (2004) y con la perspectiva funcional de Xifra (2006). Desde esta óptica, la organización es un sistema que debe sobrevivir en el entorno y que cuenta, a su vez, con diversos subsistemas para su correcto funciona-

miento, entre los cuales se encuentra el de las Relaciones Públicas, una función directiva inseparable del resto de las funciones directivas de la organización.

En tercer lugar, el paradigma relacional, considerado por la autora como la vanguardia teórica de la disciplina, coincidiría plenamente con el paradigma co-creacional de Botan y Taylor (2004) y la perspectiva relacional de Xifra (2006).

Por su parte, el cuarto paradigma mencionado por Míguez, el reputacional, profundizaría sobre todo en la definición del término reputación, asociado con el antiguo concepto de imagen. Charles J. Fombrun es uno de los autores que sienta las bases de esta perspectiva, que se distingue por buscar fórmulas para valorar y medir la reputación de una organización ante sus públicos.

En quinto lugar se encuentra la perspectiva crítica, que básicamente sería la postura crítica a la perspectiva directiva de las Relaciones Públicas. Según Míguez, sus autores cuestionan el exceso de supremacía de la organización y la mera orientación económica, en detrimento del bienestar o la consideración de los públicos, a la vez que estudian la práctica de las Relaciones Públicas mediante el análisis reflexivo y crítico de los mensajes y de los valores que transmite la organización, así como en sus procesos simbólicos de comportamiento. Dentro de esta perspectiva, la autora incluye corrientes como la feminista, que estudia el papel de la mujer en la profesión de Relaciones Públicas.

En sexto lugar, la perspectiva retórica defendería que, mediante la teoría de la representación retórica, es posible demostrar cómo las Relaciones Públicas pueden desempeñarse para ofrecer un valor añadido a las organizaciones y a la sociedad. Sus teóricos realizan un análisis retórico del discurso de la organización en los medios, en tanto que entienden que la comunicación no solamente transfiere información, sino que ésta también es capaz de transformar la cultura. Si bien los autores de esta perspectiva se posicionan como corriente independiente, Míguez opina que sus principales postulados coinciden con las ideas básicas de la perspectiva crítica.

En séptimo lugar, la autora identifica la perspectiva de la comunidad, que según hemos observado analizando a Botan y Taylor (2004), debería situarse dentro del paradigma co-creacional. Este acercamiento se alejaría de los planteamientos de la teoría sistémica y se centraría especialmente en el proceso de comunicación, al igual que la perspectiva

retórica, aunque en este caso estudiando el papel de la comunidad, entendida como una construcción comunicativa, como un espacio mental y no solo físico y geográfico.

En octavo lugar, la autora establece la perspectiva postmodernista, que se desarrollaría a partir de las corrientes filosóficas del mismo nombre y que tendría como principal representante a Derina R. Holtzhausen. Esta aproximación conceptual permitiría comprender la diversidad social y entender por qué unas prácticas aparentemente correctas no conllevarían siempre buenos resultados.

En noveno lugar, la perspectiva reflexiva se concebiría como una visión fundamentada en la sociología moderna y en la identificación de la reflexión en Relaciones Públicas en relación a los procesos cambiantes de legitimación social. De origen europeo, estaría capitaneada por Suzanne Holmström.

En décimo lugar, Míguez distingue la perspectiva de la esfera pública, otra corriente europea desarrollada especialmente por Juliana Raupp, quien defiende que el estudio de las Relaciones Públicas debería incluir el concepto de esfera pública planteado por Habermas como eje vertebrador. Además, entiende que la esfera pública y los públicos específicos de una organización son nociones interdependientes al representar dos dimensiones de la comunicación –una estructural y otra encaminada a la acción–, por lo que ambos deberían ser considerados en la disciplina.

En undécimo lugar, la nueva perspectiva de sistemas, abanderada por el alemán Klaus Merten, argumentaría que el subsistema de comunicación social es el más importante de la sociedad, siguiendo las premisas constructivistas. Sus autores afirman que hoy vivimos en una sociedad mediática en la cual nada es relevante si no aparece en los medios, entendidos éstos como constructores de imágenes y que deberían ser dirigidos mediante las Relaciones Públicas a través de la comunicación para construir las realidades mediáticas y conseguir unos determinados efectos.

En duodécimo lugar, la perspectiva transicional, desarrollada sobre todo por Ryszard Ławniczak, propondría el análisis de la realidad de las Relaciones Públicas en el contexto de Europa Central y del Este. En dichos contextos, las Relaciones Públicas son denominadas transicionales porque deben contribuir a educar a sus respectivas sociedades y ayudarles a conseguir su transformación en estados modernos y desarrollados.

En décimo-tercer lugar, la perspectiva de la sociedad civil justificaría que las Relaciones Públicas no sólo deberían tener en cuenta el papel de los medios de masas en la formación de la opinión pública, sino también el de las instituciones de la sociedad civil, puesto que es ahí donde se origina y difunde la información y el conocimiento.

En décimo-cuarto y último lugar, Míguez identifica la perspectiva dialógica, que se fundamentaría en un modelo de planificación y evaluación de las Relaciones Públicas orientado hacia el consenso.

2.5. La clasificación de James E. Grunig (2009)

James E. Grunig (2009) habla de dos paradigmas de Relaciones Públicas globales² en la era digital: el paradigma conductual-de gestión estratégica (*behavioural, strategic management paradigm*) y el paradigma simbólico-interpretativo (*symbolic, interpretive paradigm*).

Para Grunig, el paradigma conductual-de gestión estratégica entendería las Relaciones Públicas como participantes en la toma de decisiones de la organización y como un mecanismo basado en la investigación que permitiría a la organización escuchar y aprender, a la vez que a establecer relaciones con los públicos relevantes. En este paradigma podría incluirse, según Grunig, la teoría situacional de los públicos, creada por él mismo a partir de unas investigaciones realizadas en la década de 1960, en las que se concluía que los públicos siempre han tenido el control sobre los mensajes a los que son expuestos.

Y opuesto al anterior, el paradigma simbólico-interpretativo sería aquél que contempla las Relaciones Públicas como una función de la organización para informar y persuadir a sus audiencias mediante la *publicity* y las relaciones con los medios. Sería, según Grunig, el paradigma más tradicional y de influencia marquetiniana, al creer sus defensores que la organización puede cambiar las representaciones cognitivas en las mentes de los públicos mediante el control de los mensajes emitidos.

2.6. La clasificación de Lee Edwards (2012)

Lee Edwards (2012: 11-12) propone que todas las corrientes teóricas pueden sintetizarse en dos grandes paradigmas: el funcionalista, que en síntesis sería aquél que ve las relaciones públicas como una función organizacional, y el no funcionalista, el cual se focalizaría en el rol que desempeñan las relaciones públicas en la sociedad.

En su escrito, Edwards repasa otras clasificaciones anteriores, como la realizada por Aldoory (2005) –quien distingue cuatro paradigmas en Relaciones Públicas: el paradigma de gestión, el retórico, el post-moderno y el feminista– o la realizada por Toth (2010) –para quien existen un total de seis paradigmas: el de comunicación de crisis, el de la teoría crítica, el feminista, el retórico, el de gestión estratégica y el táctico–.

2.7. La clasificación de Andréa Oliveira dos Santos (2013)

Concluimos el repaso de clasificaciones de paradigmas y perspectivas en Relaciones Públicas con la propuesta realizada por la Dra. Andréa Oliveira dos Santos (2013: 25), quien opina que la disciplina contaría con tres grandes paradigmas teóricos: el organizacional, el retórico y el crítico.

El primer paradigma identificado por Oliveira, el organizacional, entendería las Relaciones Públicas como una función organizacional encargada de gestionar las relaciones entre las organizaciones y sus públicos, e incluiría a su vez las perspectivas persuasiva, sistémica y relacional. Por lo tanto, la autora concibe como un mismo paradigma lo que otros autores dividen en dos: el funcionalista y relacional.

Sobre el paradigma retórico, Oliveira entiende que incluiría todas aquellas aproximaciones a las Relaciones Públicas cuyo objeto de estudio sea el discurso y sus significados.

Mientras que en relación al paradigma crítico, la autora opina que incluiría aquellos autores que defienden que el estudio de las Relaciones Públicas debe alejarse de las organizaciones.

3. CONCLUSIONES

Tras revisar una selección de propuestas de clasificación sobre los paradigmas y perspectivas existentes en las Relaciones Públicas contemporáneas, se observa una falta de unidad tanto en la cantidad de aproximaciones propuestas –encontramos divisiones de 2, 3, 4, 6, 7 y hasta 14 paradigmas/perspectivas por autor– como en la nomenclatura de las mismas.

Del mismo modo, el hecho de encontrar algunas clasificaciones tan extensas (ej. las de Xifra y Míguez) parece estar en consonancia con las observaciones de Stacks *et al.* (1996: 459), cuando afirmaban que las Relaciones Públicas se distinguían de otras Ciencias Sociales jóvenes por

contar, precisamente, con una gran diversidad de perspectivas y paradigmas conceptuales.

A pesar de las ya mencionadas diferencias evidentes en las clasificaciones seleccionadas para la revisión bibliográfica, entendemos que, tras contrastar las distintas definiciones propuestas por los expertos para cada división y subdivisión de sus respectivos listados, podrían extraerse, por lo menos, los siguientes cuatro paradigmas: el funcionalista o funcional; el co-creacional o relacional; el interpretativo o retórico; y el crítico. Todos ellos contenedores, a su vez, de distintas perspectivas conceptuales (Ver Tabla 1).

Tabla 1. Clasificación de los principales paradigmas, perspectivas y teorías en Relaciones Públicas

Paradigma funcionalista o funcional	Paradigma co-creacional o relacional	Paradigma interpretativo o retórico	Paradigma crítico
<ul style="list-style-type: none"> •Perspectiva técnica, instrumental o comercial •Perspectivas de recursos humanos •Perspectiva sistémica •Perspectiva psicosocial o persuasiva •Perspectiva estratégica o directiva •Perspectiva profesional o pragmática •Perspectiva reputacional •Perspectiva de comunicación de crisis •Perspectiva normativa •Teorías de las media relations, la información subsidy y la agenda setting 	<ul style="list-style-type: none"> •Teoría de las relaciones entre las organizaciones y los públicos •Teoría de la comunidad •Teoría de la coorientación •Teoría de la reconciliación o del acuerdo •Teoría del diálogo •Teoría simétrica/de la excelencia 	<ul style="list-style-type: none"> •Perspectiva del sense making •Perspectiva retórica •Perspectiva cultural 	<ul style="list-style-type: none"> •Perspectiva postmodernista •Perspectiva reflexiva •Perspectiva de la esfera pública •Perspectiva de la nueva teoría de sistemas •Perspectiva transicional •Perspectiva de la sociedad civil •Perspectiva dialógica •Perspectivas políticas •Perspectivas del radical change •Perspectiva feminista

Fuente: Elaboración propia.

Advertimos que es muy probable que alguna perspectiva o teoría presente en la Tabla 1 pueda incluirse en más de un paradigma a la vez, puesto que la tendencia en Ciencias Sociales marca que un mismo autor transite por distintos paradigmas científicos a lo largo de su carrera (Soriano, 2007:45).

En cualquier caso, la clasificación que proponemos es simplemente orientativa y cuya finalidad es sencillamente la de esclarecer y ordenar una serie de clasificaciones que, al menos según nuestro conocimiento, no habían sido revisadas ni comparadas con anterioridad.

Respecto a la propuesta de la Tabla 1, apuntamos también que no hemos considerado como paradigmas los acercamientos normativo y estructuralista/científico propuestos por Xifra, al tratarse, según nuestro entender, de acercamientos minoritarios y que sólo este autor contemplaba como independientes.

Sin embargo, en el hipotético caso de tener que incorporar también ambas aproximaciones al listado, opinamos que la perspectiva normativa podría incluirse, si acaso, en el paradigma funcional, puesto que en el fondo trata de definir y regular la función de las Relaciones Públicas. Del mismo modo, en cuanto a la aproximación estructuralista/científica, que contempla las Relaciones Públicas como ciencia social aplicada, Xifra no da suficiente información como para saber a qué ejemplos de investigación se refiere, pero a nuestro entender tiene elementos en común con la perspectiva estratégica de las Relaciones Públicas, también incluida en el paradigma funcional.

Por lo que al paradigma co-creacional o relacional se refiere, podríamos resumirlo como aquél que contempla el concepto de relación como el nuevo eje de la disciplina (Ledingham *et al.*, 1999: 181), pudiéndose trabajar éste desde distintas perspectivas, incluso desde la perspectiva sistémica o directiva (Botan & Taylor, 2004: 652; Míguez González, 2006: 40). Cabría añadir también que uno de los principales valedores de esta perspectiva relacional es John A. Ledingham, quien a partir de una revisión de la literatura más relevante de la óptica relacional ofrece una serie de axiomas o evidencias de la realidad de las relaciones entre la organización y sus públicos, muy útiles para ilustrar algunas de las principales características de esta perspectiva (Ledingham, 2003:194).

En cuanto a la perspectiva crítica y la perspectiva retórica (o interpretativa), si bien la Dra. Míguez reconocía claras similitudes conceptuales entre ellas, hasta el punto de valorar la inserción del acercamiento retórico dentro del paradigma crítico, nosotros optamos por separarlas, al igual que hacen la mayoría de autores. Y no sólo por ello, sino porque manteniendo su separación, logramos preservar a la vez el esquema característico de los tres paradigmas existentes en Ciencias Sociales según Soriano (2007:43-45): el empírico-analítico, el crítico y el interpretativo.

De hecho, si extrapoláramos la clasificación de Soriano íntegramente a las Relaciones Públicas, podríamos contemplar lo que anteriormente hemos denominado paradigmas funcionalista (o funcional)³ y

co-creacional (o relacional) no como paradigmas, sino como grandes perspectivas pertenecientes al paradigma empírico-analítico, puesto que desde ambas aproximaciones se contempla la medición de las relaciones entre públicos y organizaciones [Ver Tabla 2].

Tabla 2. Propuesta de clasificación de paradigmas en Relaciones Públicas a partir de los paradigmas en Ciencias Sociales detectados por Soriano (2007)

Paradigma empírico-analítico	Paradigma interpretativo	Paradigma crítico
<ul style="list-style-type: none"> • Macro-perspectiva funcionalista o funcional • Macro-perspectiva co-creacional o relacional 		

Fuente: Elaboración propia.

En definitiva, creemos que esta última clasificación sería la más rigurosa si se desea legitimar las Relaciones Públicas dentro de la investigación en Ciencias Sociales, evitando crear nuevos nombres de paradigmas específicos para las Relaciones Públicas cuando, en realidad, sería más correcto hablar de perspectivas o corrientes, porque de paradigmas sólo habría estos tres. De todos modos, para evitar confusión con las perspectivas funcionalista y co-creacional respecto a las otras perspectivas que, a su vez, las componen, como las perspectivas reputacional, instrumental, sistémica, etc., quizás debería usarse un vocablo específico que sirva como categoría intermedia entre los paradigmas y las perspectivas. Por este motivo, proponemos el uso del prefijo “macro” delante del término “perspectiva”, indicando que tanto la funcionalista como la co-creacional son grandes paraguas conceptuales que no deben ser confundidos al mismo nivel de las demás perspectivas que las componen (Ver Tabla 2).

No podemos terminar este escrito sin hacer referencia a las limitaciones de la investigación. Y es que, si bien se ha procurado detectar la mayor cantidad, calidad y diversidad de clasificaciones de paradigmas y perspectivas en Relaciones Públicas contemporáneas realizadas con anterioridad, no debe entenderse la selección propuesta para la revisión bibliográfica como una muestra estadísticamente representativa, porque

desconocemos a ciencia cierta cuántas clasificaciones se han podido llevar a cabo alrededor del planeta en las últimas décadas. Dicho de otro modo, asumimos que esta investigación podría verse ampliada con otras clasificaciones igualmente relevantes y significativas, pero que a muy a nuestro pesar no han sido identificadas.

En cualquier caso, entendemos que la clasificación de los paradigmas y perspectivas en Relaciones Públicas fundamentada en los paradigmas de las Ciencias Sociales que proponemos se presenta como una solución suficientemente integradora y lógica como para no verse afectada, necesariamente, con la inclusión de nuevas clasificaciones a nuestra revisión bibliográfica, por lo que, tal vez, podría llegar a convertirse en una posible vía para unificar la dispersión conceptual de nuestro campo de estudio en el futuro.

Notas

1. La aproximación técnica considera las Relaciones Públicas como un kit de técnicas de escritura y habilidades de *publicity* alejadas de la planificación estratégica, la ética y la comunicación bidireccional (Botan, 2009:700).
2. Las “relaciones públicas globales” son aquella tipología de RP “*that contains generic principles and specific applications*” (Rhee, 2002: 159) para ser practicadas en cualquier lugar del mundo, posicionándose como un acercamiento intermedio entre el etnocentrismo y el relativismo cultural. Precisamente por ser extrapolables a cualquier contexto, hemos considerado oportuno citar también esta clasificación de Grunig sobre las relaciones públicas globales.
3. Señalamos que, a pesar de distinguir varias ópticas analizadas en el campo de la teoría, la práctica profesional de las Relaciones Públicas suele limitarse a la macro-perspectiva funcionalista, tanto en su vertiente de perspectiva instrumental como en la más moderna perspectiva directiva.

Referencias Bibliográficas

- BOTAN, Carl. 2009. “Theories and Effects of Public Relations” en EADIE, William (ed.). *21st Century Communication: A Reference Handbook*. pp. 698–706. Ed. SAGE. Thousand Oaks (USA).
- BOTAN, Carl & TAYLOR, Maureen. 2004. “Public Relations: State of the Field”. *Journal of Communication*. Vol. 54. N° 4: 645–661.

- BROOM, Glen M. 2009. "History and Concepts of Public Relations" en EA-DIE, William (ed.) *21st Century Communication: A Reference Handbook*, pp. 689–698. Ed. SAGE. Thousand Oaks (USA).
- EDWARDS, Lee. 2012. "Defining the 'Object' of Public Relations Research: A New Starting Point". *Public Relations Inquiry*. Vol. 1. N° 1: 7–30.
- GRUNIG, James. 2009. "Paradigms of Global Public Relations in an Age of Digitalisation". *PRism*. Vol. 6, N° 2: 1–19.
- LEDINGHAM, John. 2003. "Explicating Relationship Management as a General Theory of Public Relations". *Journal of Public Relations Research*. Vol. 15. N° 2: 181–198.
- LEDINGHAM, John; BRUNING, Stephen & WILSON Laurie. 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*, Vol. 11. N° 2: 167–183.
- MÍGUEZ GONZÁLEZ, María Isabel. 2006. **Los públicos en las Relaciones Públicas: Estudio recopilatorio y crítico sobre las principales aportaciones de los públicos en las Relaciones Públicas**. Tesis doctoral de la Universidade de Vigo. Vigo (España).
- OLIVEIRA DOS SANTOS, Andréa. 2013. **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 de España**. Tesis doctoral de la Universitat Rovira i Virgili. Tarragona (España).
- RHEE, Yunna. 2002. "Global Public Relations: A Cross-Cultural Study of the Excellence Theory in South Korea". *Journal of Public Relations Research*, Vol. 14, N° 3: 159–184.
- SORIANO, Jaume. 2007. *L'ofici del comunicòleg: Mètodes per investigar la Comunicació*. Ed. Eumo. Vic, Barcelona (España).
- STACKS, Don W. et al. 1996. *An Integrated Approach to Communication Theory and Research*. Ed. Lawrence Erlbaum Associates. Manwah, NJ (USA).
- TRUJILLO, Nick & TOTH, Elizabeth Lance. 1987. "Organizational Perspectives for Public Relations Research and Practice". *Management Communication Quarterly*, Vol. 1. N° 2: 199–231.
- XIFRA, Jordi. 2005. *Planificación Estratégica de las Relaciones Públicas*. Ed. Paidós. Barcelona (España).
- XIFRA, Jordi. 2006. "¿Es Marketing todo lo que reluce? La pluralidad de perspectivas conceptuales de las Relaciones Públicas". *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*. Vol. 34: 163–180.