

Una aproximación histórica al dominio intelectual de las relaciones públicas. Tensiones paradigmáticas en su construcción disciplinar

A historical approach to the intellectual domain of public relations. Paradigmatic tensions in their disciplinary construction

Gabriel Sadi¹

gabriel.sadi@uai.edu.ar

Verónica Méndez²

veronica.mendez@uai.edu.ar

Universidad Abierta Interamericana³, Argentina

Recepción: 25/09/2015 Revisión: 23/10/2015 Aceptación: 20/11/2015 Publicación: 04/12/2015

<http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-10-2015-04-47-66>

Resumen

El artículo se interesa por el desarrollo de las relaciones públicas como campo intelectual, propiciando un acercamiento de índole paradigmática a las propuestas teóricas y conceptuales predominantes en los últimos 35 años. Con tal fin, se ha indagado en artículos de publicaciones científicas y en libros de editoriales reconocidas que hayan sido editados entre 1980 y 2015, de modo tal de poner en evidencia las distintas visiones teóricas construidas en torno a la disciplina y establecer si es válido referir a la existencia de un paradigma dominante y enfoques alternativos.

Palabras clave: Relaciones Públicas, Dominio Intelectual, Paradigmas, Teorías, Historia

Abstract

This article focuses on the development of public relations as an intellectual field, promoting a paradigmatic approach to the prevailing theoretical and conceptual proposals in the past 35 years. To this end, it has explored journal articles and books from recognized editorials who have been published between 1980 and 2015, so as to highlight the different theoretical views built around discipline and establish whether it is valid to refer to the existence of a dominant paradigm and alternative approaches.

Keywords: Public Relations, Intellectual Domain, Paradigms, Theories, History

¹ Profesor titular, investigador y director general de la carrera de Relaciones Públicas en la Universidad Abierta Interamericana (UAI), Argentina. Profesor asociado en grado y posgrado (Universidad de Belgrano, UB). Doctorando en Comunicación en la Universidad Austral (UA). Magister en Comunicación e Imagen institucional por Universidad CAECE.

² Profesora adjunta e investigadora en la Universidad Abierta Interamericana (UAI), Argentina. Licenciada en Relaciones Públicas por la UAI.

³ Investigación patrocinada por la Universidad Abierta Interamericana.

Sumario

1. Introducción
2. Metodología
3. Marco teórico
4. Resultados y conclusiones
5. Referencias bibliográficas

Summary

1. Introduction
2. Methodology
3. Theoretical framework
4. Results and conclusions
5. References

1. INTRODUCCIÓN

En su doble dimensión de dominio intelectual y campo de ejercicio profesional, las relaciones públicas implican un abordaje particular sobre una serie de problemáticas que afectan la existencia de diversas estructuras organizacionales y sociales, y que refieren, sobre todo, a la gestión de los procesos de comunicación que las vinculan con sus públicos de interés. En otras palabras, las Relaciones Públicas estudian al sujeto social desde una perspectiva vincular y dialógica, a la vez que -de modo distinto a otras disciplinas que afrontan su campo de acción de modo más autónomo- asumen su estructuración identitaria con una génesis interdisciplinaria (Xifra, 2003).

En este artículo, nos interesa abordar la disciplina como dominio intelectual, entendiendo a este último concepto como la reflexión y producción teórica que se suele desarrollar al amparo de unidades de investigación o instituciones académicas, y que se hace visible y legítima a través de la publicación de libros especializados por parte de editoriales de prestigio y de la inclusión de artículos de investigación en publicaciones especializadas de alcance internacional, con referato ciego de pares y exigencia de rigurosidad teórica y metodológica. En otras palabras, como un “campo de conocimiento adoptado por una determinada comunidad académica que incluye temas de investigación, teorías y metodologías propias de dicha comunidad” (Xifra, 2003: 96).

En este contexto, el abordaje estadounidense ha primado en la investigación y en la producción literaria especializada, fomentando -como apunta Krohling Kunsch (2011)- la hegemonía del pensamiento norteamericano. Esto puede haber sido impulsado por las ventajas lingüísticas del que se considera como el idioma internacional de las relaciones públicas: el inglés. No ha sido fruto de la casualidad, entonces, que los autores de países

anglohablantes -con el predominio de los Estados Unidos- hayan sido los más activos en lo que a investigación y publicación refiere.

Respecto de su evolución histórica como dominio intelectual, recién en la década de 1970 este campo disciplinar logra tomar cierta autonomía analítica propia respecto de las propuestas teóricas comunicacionales más generales, que desde la segunda década del siglo XX siempre habían estado regidas por la lógica de los medios masivos de comunicación, cercana al fenómeno de la comunicación de tinte informativo (el periodismo) o comercial (la publicidad), pero más alejada de la comunicación de tinte institucional (las relaciones públicas). En esta autonomía, el aporte del estadounidense James Grunig (1992, 2003, 2004) ha sido crucial: Grunig ha sido señalado como el padre teórico contemporáneo de la disciplina, y el referente absoluto del paradigma que parece haber primado en el escenario teórico durante estos últimos 35 años, conocido como la *Escuela de Maryland*. Su propuesta tiene una inspiración funcionalista y sistémica, y está centrada en la manera en que las relaciones públicas pueden contribuir a que las organizaciones y su entorno funcionen como subsistemas integrados, mediante el mantenimiento del equilibrio o el consenso en la búsqueda de la comprensión y el beneficio mutuo con los públicos. Esta teorización ha sido objetada, en los últimos 15 años sobre todo, por un cúmulo de intelectuales pertenecientes a los enfoques crítico y activista, esparcidos por todo el mundo (particularmente en Gran Bretaña, Australia y Nueva Zelanda, aunque también en Europa continental y los propios Estados Unidos), y que pretenden, desde una mirada sociocultural, desafiar la aparente neutralidad y abordaje meramente corporativo en que el dominio intelectual parece haberse instalado.

2. METODOLOGÍA

En cuanto al abordaje metodológico, el artículo surge de una exploración bibliográfica que se ha realizado en torno a teorías, conceptos y modelos de pregnancia en el campo disciplinar de las relaciones públicas. Con tal fin, se ha indagado en artículos de publicaciones científicas y en libros de editoriales reconocidas que hayan sido editados entre 1980 y 2015, de modo tal de poner en evidencia las distintas visiones teóricas construidas y establecer si es válido referir a la existencia de un paradigma dominante y enfoques alternativos. El período citado ha sido seleccionado atendiendo al consenso, ya mencionado, sobre la autonomía teórica que la disciplina logra de propuestas comunicacionales más generales y mayormente ligadas con la lógica de los medios de comunicación masiva.

El corpus teórico se ha categorizado y analizado intentando identificar su proximidad con las propuestas de la denominada Escuela de Maryland -de inspiración positivista y funcionalista,

el enfoque crítico -de raigambre sociocultural- y la perspectiva activista -con un abordaje deontológico y profesional-. A la vez, también ha sido realizado un cruce con autores provenientes de la filosofía de la ciencia, particularmente Thomas Kuhn y su noción de paradigma, dada la relevancia que el análisis del físico y epistemólogo estadounidense ha tenido en pos de fomentar una racionalidad hermenéutica en lo atinente a la evolución científica.

En la siguiente tabla se referencian los autores que han sido especialmente seleccionados como base de esta indagación, a partir de ubicarlos en una determinada línea de pensamiento e identificar las contribuciones principales que cada uno ha tenido para con esas respectivas líneas.

Tabla 1. Autores incluidos en el estudio

| Escuela de Maryland | |
|---|---|
| James Grunig (1992, 2003, 2004) | Modelos históricos, simetría <i>Excellence Study</i> |
| Larissa Grunig (2002) | <i>Excellence Study</i> Género y feminismo |
| Elizabeth Toth (2007) | Enfoque retórico Género y feminismo |
| David Dozier (1995) | Rol de la investigación y medición Enfoque ligado con el <i>management</i> |
| Enfoque crítico | |
| Jacque L'Etang (2005, 2006, 2009) | Relaciones públicas en su contexto sociocultural, político y económico Relaciones públicas y antropología |
| Magda Pieczka (2006) | Profesionalización Relaciones públicas y sociología |
| Lee Edwards (2011, 2012) | Impacto cultural y rol de la disciplina en ámbitos sociales |
| Robert Heath (2006, 2009) | Abordaje retórico |
| David McKie (2005, 2014) | Historia de las relaciones públicas |
| Bruce Berger (2005) | Relaciones públicas, poder e ideología |
| Jordi Xifra (2003, 2006, 2011) | Abordaje fiduciario Historia de las relaciones públicas |
| Abordaje activista | |
| Derina Holtzhausen (2000, 2002, 2007, 2011) | Relaciones públicas activistas y deontología |
| Kristin Demetrious (2006) | Ciudadanía activa y sociedad del riesgo |
| Timothy Coombs y Sherry Holladay (2012a, 2012b, 2014) | Historia de las relaciones públicas y activismo |

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a las publicaciones científicas, se le ha dado particular relevancia, junto con los libros que los autores referidos han realizado respecto del tratamiento de nuestro objeto de estudio, a *journals* de referencia en el dominio intelectual como *Public Relations Review*⁴, *Journal of Public Relations Research*⁵, *Public Relations Inquiry*⁶ y *PRism*⁷.

3. MARCO TEÓRICO

3.1 Paradigma

Todo análisis epistemológico centrado en el concepto de paradigma, en la actualidad, no debería prescindir de los aportes de Thomas S. Kuhn, un físico que –paradójicamente, sin educación formal sobre filosofía o historia- es considerado, junto con Alexander Koyré, Ludwig Fleck, Karl Popper, Imer Lakatos y Paul Feyerabend, como uno de los máximos exponentes del giro interpretativo que la filosofía e historia de la ciencia ha comenzado a realizar desde mediados del siglo pasado. La producción de Kuhn, y sobre todo su obra cumbre, *La estructura de las revoluciones científicas* (1971), sigue estando vigente en los debates epistemológicos que se desarrollan en el seno de diversas disciplinas científicas alrededor del mundo. Las relaciones públicas no son la excepción.

Nuestro interés en trabajar sobre este autor se debe a que, para Zanotti (2010: 48), es “un punto de inflexión fundamental en la filosofía de las ciencias contemporánea” dada su apertura y promoción de una racionalidad interpretativa, hermenéutica, contraria a la que había predominado casi unánimemente hasta entonces en el ámbito de la epistemología, la racionalidad algorítmica, de índole positivista, que la igualaba al mero cálculo. Esto es relevante para una disciplina de índole social como las relaciones públicas.

Como muchos intelectuales de peso, se puede apreciar que hay dos versiones de Kuhn. En la primera, la más difundida, el autor desarrolla su manera histórica de entender la ciencia y el progreso científico como un desarrollo no meramente acumulativo, plantea que no existe un método universal aplicable por igual a todas las ciencias sino científicos con procedimientos propios y cristaliza su mirada paradigmática y de las revoluciones científicas. Este es el aspecto más difundido de su pensamiento. El segundo Kuhn, desde 1969 en adelante, es el que refuta las acusaciones que pesan sobre el supuesto relativismo de su obra fundante, aunque este aspecto no sea del interés de este trabajo.

⁴ www.journals.elsevier.com/public-relations-review .

⁵ www.tandfonline.com/toc/hpr20/current#.Vk90YlgvflU .

⁶ <http://pri.sagepub.com> .

⁷ www.prismjournal.org/homepage.html .

Una estadía temprana en un centro especializado en ciencias de la conducta (entre 1951 y 1956) provoca que Kuhn (1971) advierta las diferencias entre científicos sociales y naturales, y lo sorprenda -sobre todo- el desacuerdo entre los primeros acerca de los fundamentos propios de cada disciplina, no tan habitual entre los segundos. Ello lo impulsa a descubrir lo que él llama *paradigma* en la investigación científica, el elemento más *disruptivo* de su análisis. Ese concepto de paradigma, y sus fuertes implicancias en un contexto epistemológico caracterizado por su positivismo, es el principal elemento de quiebre por el que Kuhn es reconocido como un *revolucionario* en la filosofía e historia de la ciencia.

En su obra cumbre, Kuhn (1971: 13) define paradigma como una “realización científica universalmente reconocida que, durante cierto tiempo, proporciona modelos de problemas y soluciones a una comunidad científica”, es decir, una matriz de pensamiento que influencia los pensamientos que se desarrollan en una determinada comunidad y en un período dado (que puede extenderse por pocos años o unos cuantos siglos). En su momento de preeminencia, el paradigma no suele ser crítico consigo mismo y por ello consideramos tan significativo, necesario y productivo el ciclo de anomalías -relevantes o irrelevantes- que promueve su crisis a través del desarrollo de nuevas teorías que respondan de mejor manera a las problemáticas tratadas por un campo científico.

Una característica transversal a los paradigmas es la que Kuhn (1971) denomina *incomensurabilidad*, que es la dificultad del paradigma de entender a otro. Ello nos permite reflexionar sobre cómo puede ser *penetrado* un paradigma dominante: la respuesta que propone Kuhn es que la crítica externa no es necesariamente la manera de ponerlo en crisis, sino que entra en ese estado precisamente por su condición de paradigma, cuando sucede un agotamiento en las maneras habituales de resolver problemáticas o enigmas, lo que se conoce como *puzzle solving*, y que recrea, en los científicos identificados con esa matriz de pensamiento y método, la sensación de estar una y otra vez con lo mismo sin poder resolverlo. Esta es la llamada *anomalía*, que no es conceptual sino metodológica, y comienza a evidenciarse cuando aparece algún científico que, sin la necesaria intención de quebrar el paradigma dominante, toma algo del pensamiento alternativo y resuelve mejor la problemática. Sin un tiempo determinado, sin normas fiables, racionales, por seguir, e indiscernible en el presente por tratarse de un cambio cualitativo, el paradigma de a poco va horadando sus propias bases graníticas. Ésta es, según Kuhn (1971), una instancia evolutiva propia de la ciencia.

La relación entre el paradigma dominante y el alternativo (o los alternativos), para Kuhn, es la relación, sencillamente, entre una teoría dominante y otra alternativa (u otras). El paradigma alternativo busca entrar en el dominante y reemplazarlo, aunque el primero -que

no se caracteriza por tener conciencia histórica sino por asumir con naturalidad su posición como la única verdad- comienza a caer no necesariamente por obra de un trabajo fecundo de los enfoques alternativos, sino por sus propias insolvencias, sobre todo cuando las problemáticas que se presentan son tratadas de resolver, con métodos de análisis propios de los enfoques alternativos, por autores de relevancia de ese paradigma que domina el escenario teórico.

3.2 ¿El paradigma dominante? Simetría y excelencia según James Grunig

Si concebimos a las relaciones públicas como una institución, siguiendo el sentido que le da Cornelius Castoriadis (1993: 199), la podemos abordar como una red simbólica, socialmente sancionada, en la que es válido interesarse por su sentido funcionalista “en la medida en que llama nuestra atención sobre el hecho evidente, pero capital, de que las instituciones cumplen unas funciones vitales, sin las cuales la existencia de una sociedad es inconcebible”. El autor griego, sin embargo, cuestiona que esta visión funcionalista sea la única manera de estudiar las instituciones.

El paradigma que ha dominado el campo disciplinar entre 1980 y 2005, la Escuela de Maryland -con Grunig (1992, 2003, 2004) como autor referente y sus teorizaciones sobre la simetría y la excelencia-, tiende a relativizar el componente imaginario de las relaciones públicas como institución para concentrarse preferentemente en sus fundamentos funcionales, es decir, se centra en la manera en que pueden contribuir a que las organizaciones y su entorno funcionen como subsistemas integrados, mediante el mantenimiento del equilibrio o el consenso en la búsqueda de la comprensión y el beneficio mutuo. La intención final, de espíritu pragmático, es lograr el ajuste de los intereses de los públicos de las organizaciones, más allá de las posiciones críticas que plantean que ello puede alentar el conflicto por la dialéctica entre lo que es funcional para unos y otros.

La Escuela de Maryland, liderada por Grunig (1992, 2003, 2004), se ha transformado desde mediados de la década de 1980 en la postura que más atención ha concitado. Debe su nombre a la universidad estadounidense que cobijó -y aún cobija- a algunos de sus representantes más destacados, y nace del intento por brindar caminos exitosos para la práctica profesional. El cuerpo de teorías surgidas en su seno se centró siempre en el funcionalismo con predominio empírico y cuantitativo.

Es posible fragmentar conceptualmente este constructo liderado por Grunig, a su vez, en dos grandes etapas. En primer lugar, la que denominamos de la *simetría bidireccional*, que se materializa en principio entre 1975 y 1984 y que, utilizando modelos de ejercicio profesional creados *ad hoc*, intenta explicar diacrónicamente el comportamiento de los profesionales de

las relaciones públicas, con el modelo de adaptación mutua (el simétrico bidireccional) como el desarrollo de más alta jerarquía. En segundo lugar, la que transcurre de 1985 en adelante, la fase de la *excelencia*, que mantiene vinculación con la primera, tanto que, como vemos a continuación, se podría hablar de una conjunción entre ambas construcciones, sobre todo en lo referido al aporte que el cuarto modelo -el simétrico bidireccional- hizo respecto de las consideradas como relaciones públicas excelentes.

El proyecto de investigación *Excellence Study* tuvo sus inicios en 1985 y se extendió por seis años, apoyado financieramente por la Asociación Internacional de Comunicadores de Negocios (IABC, por sus siglas en inglés). Sus objetivos principales fueron determinar los modos en que se practicaban las relaciones públicas excelentes e identificar cómo podían colaborar para incrementar la eficacia de las organizaciones en las que tomaba parte, sin perder de vista el imperativo ético en su accionar.

El concepto de la excelencia y su implantación en la gestión empresarial fueron tópicos de interés coyuntural en la comunidad académica y de negocios estadounidense en la década de 1980. Lo prueba el hecho de que uno de los libros más vendidos en aquel entonces fuera el hoy clásico *En búsqueda de la excelencia* (1982) de Tom Peters y Robert Waterman, quienes aislaron algunas variables de actuación de 43 compañías que ellos consideraron excelentes sobre la base de criterios financieros, comerciales, de innovación, calidad del *management*, servicios y productos, gestión de recursos humanos y responsabilidad social.

El enfoque de la dirección excelente fue incorporado al campo de las Relaciones Públicas mediante la adaptación de los atributos aspiracionales de una gestión que, en ese momento, valoraba características como culturas corporativas fuertes, sistemas de comunicación simétricos, fortalecimiento del liderazgo, descentralización de la planificación estratégica, espíritu emprendedor y responsabilidad social.

En línea con sus intenciones, la investigación presentó una serie de principios genéricos de relaciones públicas adoptados por las estructuras organizacionales consideradas excelentes, las que -según Grunig (1992), Xifra (2003) y Ferrari y França (2011)- establecen algunos principios sobre la forma de práctica, los tipos de relaciones y la influencia que éstas podrían conferir a la organización y su entorno.

Estos principios fueron elaborados por los investigadores de Maryland con la intención de un criterio universal, es decir, para ser aplicados no sólo en los países objeto del estudio (Estados Unidos, sobre todo) sino en el mundo entero. Sin embargo, esto ha despertado resistencias lógicas en comunidades académicas ajenas a esos países, que sostienen que tal implantación no es viable dadas las diferentes culturas nacionales y contextos político-

económicos, amén del no reconocimiento de las diferentes realidades y dinámicas que las organizaciones pueden vivir. El propio Grunig (2003: 27) ha reconocido su excesiva ambición al respecto justificando, casi veinte años después, que su construcción teórica estaba conformada por “*principios genéricos y aplicaciones específicas*”.

El paradigma de la excelencia directiva fue puesto en duda, según L’Etang (2009: 252), porque “cinco años después de que el concepto fuera publicitado dos tercios de los ejemplos [las organizaciones que habían sido parte del estudio] ‘excelentes’ habían desaparecido, se enfrentaban a problemas o se habían arruinado. Y por si eso no fuera suficiente, los datos empíricos sobre los que se basaba el concepto fueron desacreditados”. Ello no interfirió en las ideaciones de Grunig y los investigadores de la Escuela de Maryland, quienes a 30 años de publicado su primer libro, explícitamente montado sobre esa base conceptual, no han observado motivos para readecuar sus posturas fundamentales, aún con la carga de descontextualización antes referida.

En paralelo, respecto de la simetría bidireccional, la estadounidense Priscilla Murphy (2000) emerge, a principios de la década de 1990, como una de las críticas más feroces del modelo, argumentando que se trata de una propuesta normativa más que descriptiva -que era en verdad como se presentaba- y de rara o nula aplicación en la práctica real de la profesión. Pieczka (2006) adhiere a esta posición, criticando la doble utilización, normativa y descriptiva, del modelo.

Escudada en la *teoría de los juegos*, refiriendo a los modelos simétrico y asimétrico bidireccionales, Murphy (2000) propone que, en lugar de una cooperación o simetría plena o una persuasión o asimetría absoluta, las relaciones públicas se manifiestan como un *juego de motivación mixta*. Allí las opiniones e intereses de la organización a veces están plenamente justificadas, mientras que en otras ocasiones las opiniones e intereses de las partes interesadas, es decir, los públicos, deben tener cabida y modificar los planes de la organización. Macnamara (2010: 2) puntualiza que algunos académicos han considerado que “el modelo de motivación mixta puede ser conceptualizado como el quinto modelo de relaciones públicas junto con los otros cuatro desarrollados por Grunig y Hunt”.

Atendiendo a estas incipientes críticas, Grunig se defiende alegando que el modelo de motivación mixta de Murphy no hacía más que describir el modelo de simetría bidireccional tal como él lo había conceptualizado originalmente. Fundamenta este argumento con la alusión a que el profesional de relaciones públicas, desde su rol de *antagonista cooperante*, sirve a los intereses de ambas partes al dirigir tácticas persuasivas tanto al comité directivo de la organización como a sus públicos. De todas formas, años después, Grunig y su equipo

deciden integrar el modelo de motivación mixta de Murphy al cuerpo de teorías que conforman su perspectiva ligada con la excelencia, “como una combinación de los modelos simétrico bidireccional y asimétrico bidireccional” (L. Grunig *et. al.*, 2002: 309).

En el prólogo a la edición española de su obra cumbre, *Dirección de Relaciones Públicas*, Grunig (2003), manteniendo la idea básica de que la práctica profesional de las relaciones públicas debería “equilibrar los intereses propios de las organizaciones con los intereses de los públicos a los que afectan” (2003: 24), aclara:

“Varios críticos del modelo simétrico lo han igualado, de forma equivocada, a una mera adaptación a los intereses del público a costa de los intereses de las organizaciones. Sin embargo, yo he recalado que una mera adaptación a los intereses del público es igual de asimétrico [que lo contrario]. Un modelo verdaderamente simétrico reconoce que el público no siempre tiene razón, al igual que reconoce que la organización no siempre la tiene. Como resultado, hoy defino el modelo simétrico como un modelo de colaboración y solución de conflictos, así como un modelo que persigue conseguir la comprensión entre una organización y sus públicos” (Grunig, 2003: 25).

En virtud de la citada redefinición, Grunig (2003: 25) se propuso definir de forma más exacta el modelo simétrico utilizando un concepto de Christopher Spicer, la *defensa de colaboración*, que es entendida como la combinación de “la defensa de los intereses de una organización con la colaboración con los públicos. Cuando practican las relaciones públicas simétricas, las organizaciones siguen discutiendo para proteger sus intereses pero se elevan a sí mismas por encima de la discusión para escuchar a los públicos y colaborar con ellos”.

Los ataques al idealismo del modelo de la simetría de doble vía no se acallaron, pese a la supuesta receptividad crítica de su autor. El estadounidense llegó a afirmar, con resignación, que “puede que ‘simetría’ no haya sido la mejor elección nominal para designar el modelo de relaciones públicas que tenía en la cabeza, pero ahora es seguramente tarde para cambiarlo” (Grunig, 2003: 28).

Para muchos de sus detractores existen tensiones aparentemente insuperables en el proceso de balancear las necesidades del mundo privado con las del interés público, tensiones que el propio Habermas (1981) identifica cuando reflexiona sobre la sociedad burguesa y la esfera pública. En esa línea de pensamiento se manifiesta L’Etang (2006: 34) cuando alega que “aquello que deberíamos considerar como *pax simetrica* está por sí mismo basado en la imposición (...) y es, por tanto, intrínsecamente hegemónico (...) La simetría parece ofrecer en simultáneo liberación y expresión libre, pero es también un pensamiento potencialmente totalitario”.

Por otra parte, la integración del área de relaciones públicas a lo que Grunig denomina *coalición dominante* de las organizaciones -es decir, su ápice directivo- despertó las objeciones de aquellos que, como Bruce Berger (2005: 5), entienden que incluye una asunción implícita falsa en torno a que “los profesionales harán o intentarán hacer lo ‘correcto’ una vez adentro de la coalición dominante, es decir, representar las voces e intereses de otros y modelar la ideología y las decisiones de la organización para beneficio de la profesión, la organización y la sociedad”.

Análogamente, la presunción de que el único modelo que asegura un ejercicio ético de las relaciones públicas es el simétrico es rebatida por aquellos que, como Xifra (2003), aseguran que los otros modelos, en particular el de información pública, no son asimétricos *per se*. “La *publicity* [gestión de prensa] puede ser utilizada en un sentido ético y legítimo para informar conscientemente a los públicos, pues no conviene perder de vista que el objetivo de las relaciones con la prensa puede ser el de satisfacer el derecho a la información de los públicos destinatarios” (Xifra, 2003: 60). Esto último es lo que configura uno de los fundamentos jurídicos esenciales de las relaciones públicas.

Habiendo analizado los presupuestos centrales del paradigma dominante y algunas de las objeciones más significativas que se le han realizado, junto con la defensa y resistencia ante las críticas que protagonizaron el mismo Grunig y sus colaboradores más cercanos, es momento de concentrar nuestra atención en la ideación que más lo ha discutido: el enfoque crítico.

3.3 El enfoque crítico: ¿una sociología de las relaciones públicas?

Esta perspectiva alternativa en el campo intelectual de las relaciones públicas, de espíritu sociocultural y con académicos representantes, principalmente, de universidades de Gran Bretaña, Nueva Zelanda y Australia, aunque también de Escandinavia, Europa occidental y de los propios Estados Unidos, propone desde mediados de la década de 1990 una nueva forma de abordar la disciplina, tratando de ir más allá de la investigación de mera base empírica y sentido funcionalista. Como estipula Edwards (2012: 19):

“La crítica natural del trabajo no funcionalista presenta una posición clara respecto de los valores que se han asociado con las relaciones públicas, rechazando la aparente neutralidad del abordaje funcionalista y demandando una labor académica más activa y políticamente alerta. Por ejemplo, los académicos que investigan desde una perspectiva económico-política han logrado revelar la dominación que las relaciones públicas producen como resultado tanto de sus conexiones con la elite económica y las estructuras políticas como su exponencial habilidad para controlar los medios de comunicación masivos”.

Muchos de estos pensadores críticos de las relaciones públicas reconocen explícitamente como fuente de inspiración a la Escuela de Frankfurt y han llegado a hablar de que están fomentando en pleno siglo XXI la creación de una *sociología de las relaciones públicas*. Por lo pronto, es un hecho que buena parte de los trabajos se sostienen en elucubraciones desarrolladas por la sociología y el análisis cultural, sobre todo, aquellas provenientes de autores frankfurtianos y de los Estudios Culturales británicos, y de pensadores como Bourdieu, Foucault, Lyotard, Derrida y Luhmann, entre otros.

En un razonamiento de índole epistemológica, L'Etang (2009: 357) afirma que “la fractura en el sector sigue, en parte, las diferencias filosóficas sobre las creencias respecto de la naturaleza del conocimiento entre los que confían en la ciencia objetiva y los que creemos que la realidad se construye socialmente”. Los teóricos del paradigma grunigiano, según la escocesa, fundamentan su propuesta en el positivismo y son proclives a valorar la investigación aplicada, cuantitativa, estadística. Los representantes del panorama crítico, en cambio, valoran los enfoques cualitativos (con estudios etnográficos como los de Hodges, 2011; Hodges y Denegri-Knott, 2012; L'Etang, 2011, por caso) que facilitan un análisis mucho más pautado y detallado de los participantes en los procesos de relaciones públicas, ofreciendo múltiples verdades, visiones alternativas y perspectivas contestatarias a lo establecido, teorizando en ocasiones sobre la teoría misma.

Este enfoque desafía las asunciones de la Escuela de Maryland, tratando de poner en discusión algunas nociones y conceptos que han sido inicialmente asumidos sin crítica aparente por la comunidad académica y profesional. Se trata de abordajes que asumen un *reconocimiento confrontativo* a la mayor parte del trabajo intelectual contemporáneo ligado con la simetría y la excelencia. Reconocen algunas bondades de la producción de Grunig pero tienen fuertes objeciones a sus presupuestos centrales y a su propia génesis. Como apunta L'Etang (2009: 35): “el paradigma dominante ha intentado construir una teoría de forma coherente para que sea útil (funcional) a los profesionales. Aunque no hay nada de malo en ello, existen otras formas de estudiar y entender la práctica de las relaciones públicas”.

Estas aproximaciones alternativas pueden revelarse a partir de una serie de preguntas clave que se han hecho autores provenientes del enfoque, que pueden dar pistas en torno al espíritu de la indagación, a saber: ¿es el beneficio mutuo un objetivo profesional deseable o, por el contrario, alienante? ¿Son las relaciones públicas neutrales *per se* o se necesita una postura más alerta? ¿La prevalencia corporativa no ha influido en los imaginarios sociales sobre la profesión? ¿La utilización de estrategias y técnicas de comunicación persuasiva no supone retos éticos? ¿Cuáles son las fronteras entre las relaciones públicas y la propaganda?

¿Las relaciones públicas suponen alguna función social o son meros instrumentos del negocio? Más aún, ¿no pueden ser consideradas meramente una herramienta que utilizan ambientes corporativos con abundancia de recursos como una instancia de prevención de interferencias para con sus prácticas comerciales?

Esta última inquietud, por caso, es la que ha impulsado a Motion y Weaver (2005: 50) a integrar el concepto del *poder* en el análisis del ejercicio profesional, cuando plantean que las relaciones públicas se sitúan dentro de un contexto en el que “el poder es un punto crucial que debe ser ejercido, impugnado, negociado o resistido (...) Desde esta perspectiva, las relaciones públicas son teorizadas como una táctica legítima en la batalla y la negociación por el poder”. Según las australianas, el interés desde un punto de vista crítico debe pasar por deconstruir la manera en que los grupos hegemónicos intentan ganar el consenso público para apoyar sus misiones organizacionales.

Karlberg (1996) apunta que la simetría ha sido estudiada con una participación mayoritaria en la muestra de grandes corporaciones o agencias gubernamentales, descuidando otras estructuras como grupos activistas, pequeñas empresas u organismos públicos gubernamentales, con la conjetura no validada de que todos los segmentos de la población tienen acceso a los mismos recursos para ser representados en la esfera pública. Desde esta perspectiva, entonces, se discute la aparente neutralidad esencial de la disciplina, situándola en una incómoda posición, como un posible instrumento hegemónico al servicio de grandes grupos con abundancia de recursos. De modo que las relaciones públicas podrían considerarse como un servicio implantado por ambientes corporativos para “controlar la agenda del debate público y los términos en que ese debate se lleva a cabo” (Weaver *et. al.*, 2006: 17), con el rol del profesional enfocado en ganar y mantener el poder social, político o económico de la organización que representa a través de “la producción de textos escritos e intentos estratégicos por influenciar el discurso” (Berger, 2005: 16).

Según Macnamara (2010), un número cada vez más significativo de académicos ha comenzado a cuestionar la prevalencia de la mirada de Grunig y sus discípulos, remarcando que el predominio casi absoluto de su construcción intelectual ha encapsulado en su momento los esfuerzos de ampliar el constructo teórico, ya sea subsumiendo o bien marginando miradas alternativas -las propias del enfoque crítico, por caso-, que hasta han llegado a ser catalogadas en ediciones especiales que han sido preparadas por *journals* estadounidenses como “periféricas o marginales” (Ilhen y Verhoeven, 2012: 160), tanto en lo geográfico como en lo ideológico y metodológico.

En ese sentido, es innegable que “el paradigma crítico está claramente fuera del paradigma dominante (...) y desafía sus asunciones y supuestos” (L’Etang, 2009: 363), aunque esa independencia desafiante sea relativa porque aún no ha podido desprenderse del todo de la referencia a los temas trabajados por el enfoque de la Escuela de Maryland, particularmente de las nociones de simetría y excelencia.

3.4 El abordaje activista

En un marco de pensamiento de inspiración posmoderna, la principal promotora de este enfoque -y quien acuñó la aplicación del concepto al campo intelectual de las relaciones públicas- es la sudafricana Derina Holtzhausen (2000, 2002, 2011), quien, según Demetrious (2006), establece desde los primeros años del corriente siglo una suerte de oxímoron al proponer una vinculación entre las Relaciones Públicas y el activismo, dado que los acercamientos históricos predominantes suponen que la profesión surge en los Estados Unidos de fines del siglo XIX y principios del XX precisamente para contrarrestar los movimientos activistas que afectaban intereses comerciales de grandes corporaciones.

La principal inquietud de Holtzhausen, en un recorrido similar al seguido por algunos pensadores críticos, reside en dejar en evidencia la desigual distribución de poder entre los implicados en los procesos de relacionamiento. En otras palabras, la intención es dar voz e incluir a aquellos que no tienen poder dentro de una organización o dentro de sus estrategias de vinculación externa, en una mirada deontológica, que apela a la ética del profesional de relaciones públicas.

Al usar el término *activista*, Holtzhausen supone un rol activo, de resistencia, ejercido por el mismo profesional de relaciones públicas, en contraposición con los intereses propios de la organización, que, muy probablemente, sean discordantes con los del profesional. El enfoque activista, así, implica para el profesional un rol crítico, de agente de cambio, pero establecido desde la misma gestión relacional de las organizaciones y teniendo en consideración, en última instancia, el impacto social de la disciplina.

Ubicando al profesional como una suerte de representante de la conciencia organizacional en pos de fomentar vínculos inclusivos que no aislen las decisiones del *board*, Holtzhausen (2011: 136) explicita que “lo que es importante en la resistencia es que los profesionales utilicen su poder personal para resistir las acciones [organizacionales] injustas, inequitativas y mentirosas”, en una propuesta de raigambre normativa, y quizás idealista, que hace que surja la pregunta acerca de si las áreas de relaciones públicas de las organizaciones (y las organizaciones en general) están preparadas para guiar su actuación con este enfoque. De todas formas, el mero hecho de hacerse la pregunta puede proponer una reflexión en torno

a si la intención de reconocer y considerar la diferencia de poder entre los implicados en el relacionamiento puede deparar una manera más auténtica de generar los vínculos con los públicos estratégicos de las organizaciones.

Otra interpretación, en la misma línea activista, es la propuesta por Coombs y Holladay (2012a: 347) en el abordaje de la historia de la profesión en los Estados Unidos, siempre vinculada, según la mayoría de los acercamientos históricos, a desarrollos centrados en lo corporativo y que han promovido críticas también por “la forma en que las relaciones públicas han sido retratadas por subvertir procesos democráticos y periodísticos mediante la falta de transparencia y la abundancia de recursos”. Para los autores estadounidenses, poner en duda esta forma de abordar la historia es un ejercicio no meramente académico, sino que puede legitimar la disciplina y el trabajo de los activistas como un componente importante por ser considerado en la teorización e investigación sobre la disciplina.

4. RESULTADOS Y CONCLUSIONES

Los resultados esperables de las ciencias sociales no pasan por la solución definitiva de un problema, sino que su contribución se plasma en el hecho de que “crean significado y contribuyen a nuestro autoconocimiento. Consignan problemas, los dilucidan, los sitúan en uno u otro contexto” (Heller, 1989: 54).

Edwards (2012), amparándose en Kuhn (1971), afirma que las ciencias naturales tienden a ser dominadas por un único paradigma, que además puede perpetuarse por siglos. En las ciencias sociales, más dinámicas, no debería suceder tal dominación en pos de una fertilización cruzada entre las distintas miradas. Es decir que, más allá de que “las ciencias del hombre y de la sociedad se esfuerzan por imitar el exitoso modelo de las ciencias naturales” (Horkheimer, 2003: 225), la existencia de múltiples miradas teóricas en una ciencia social debería ser reconocida como un signo de madurez, aunque en la práctica pueda ser dificultoso reconocer los beneficios de esta variedad.

La instalación duradera de un paradigma dominante, según Edwards (2012: 10-11), presenta algunos riesgos, dado que:

“Primero, los abordajes que se adhieren a ese paradigma suelen circular más extensamente que los otros. Segundo, la relativa falta de interacción entre las posturas promueve que sea poco probable que las nuevas definiciones que surjan lo hagan a partir de reconocer elementos comunes a cada espacio de pensamiento, debido al ímpetu de parte de los grupos dominantes para hacer lugar a los diferentes puntos de vista. En consecuencia, las investigaciones tenderán a privilegiar la postura dominante, presentando dificultades ontológicas para aquellos que desafíen el paradigma, y perpetuando su marginalización”.

No obstante ello, la investigación efectuada nos lleva a concluir que existe evidencia suficiente acerca de que el dominio intelectual tuvo en la Escuela de Maryland su paradigma dominante durante dos décadas (entre 1980 y 2000, aproximadamente), pero la aparición de miradas alternativas (el enfoque crítico que intenta penetrar con cierta fiereza las bases graníticas de la simetría y la excelencia) y, sobre todo, la promoción de anomalías relevantes, en términos de Kuhn (1971), por parte de autores en su momento enrolados en la constelación “*grunigiana*” (como Elizabeth Toth, editora de uno de los journals de referencia, por citar un caso), nos lleva a considerar que estamos inmersos en una fase de cierta indefinición paradigmática, lo cual abre posibilidades a que el intento de resolver el *puzzle solving* lo recreen posturas nuevas.

Sin embargo, autores como Botan y Hazleton (2006: 9) expresan sus dudas ante la posibilidad de que se concrete una verdadera revolución paradigmática en el corto plazo:

“Los críticos del enfoque [de la Escuela de Maryland] han hablado claramente pero, o bien el sector no ha visto suficiente mérito en lo que han dicho para desarrollar su trabajo en paradigmas alternativos, o bien han limitado sus comentarios a críticas y no han conseguido conducir una investigación afirmativa, compartir sus datos y abrir suficientemente sus propias teorías al discurso crítico”.

En este contexto, la responsabilidad mayor recae, creemos, en el enfoque activista, dado que, con una mirada predominantemente deontológica, otorga a la disciplina la capacidad de mejorar procesos que le son inherentes al incluir entre sus intereses a las necesidades de la sociedad en la que los profesionales y sus organizaciones funcionan.

Los paradigmas basados en condicionamientos son propensos a los cuestionamientos porque sientan sus bases en características de un tiempo determinado en un lugar establecido. Como propuesta dinámica para adaptar sus postulados a cada contexto, la mirada activista resuelve estos cuestionamientos centrando sus intereses en la práctica ética.

Esta característica les permitiría a las organizaciones mantener con el paso del tiempo la coherencia entre lo que dicen y lo que hacen. Es posible que estas condiciones generen en la dirección de las organizaciones la necesidad de buscar nuevas formas de pensamiento que se sustenten en la transparencia, en oposición a la excelencia, dando sentido a la realidad actual de que las organizaciones son imperfectas y su valor está en la resiliencia. La capacidad presente y el desarrollo futuro no está en la búsqueda del control, sino en aprender de los momentos de crisis y hacerlos materia prima de crecimiento.

Estamos de acuerdo con L'Étang (2009: 355) en que las luchas políticas tienen lugar en el proceso paradigmático, dado que se trata de “sistemas operativos de patronazgo, arbitrarios y orgánicos. Las mayores recompensas, en términos de estatus, proceden de los que incitan y promueven los paradigmas dominantes o de los que son responsables de un cambio de paradigma”.

El último punto nos permite inferir que si la producción crítica y activista sigue aumentando en un futuro cercano, proponiendo alternativas afirmativas, independientes de los supuestos fundantes de la perspectiva *grunigiana*, sin alentar a que -en palabras de L'Étang (2006)- se *balcanice* el dominio intelectual, es decir, que se desmembre y que las partes en disputa se mantengan enfrentadas, el valor por aportar al dominio intelectual puede ser realmente muy significativo. La clave, entonces, está en seguir generando nuevas maneras de resolver el *puzzle solving*, de modo de disponer, en algún momento no tan lejano y cuando las condiciones madurativas sean las adecuadas, de una teoría general de las relaciones públicas que abarque el impacto organizacional pero también social de la disciplina.

Como corolario, coincidimos con las palabras de Macnamara (2010), quien sostiene que, aún cuando mucho se ha dicho sobre las relaciones públicas en tanto que dominio intelectual y campo profesional, aún cuando analistas reconocidos identifican un cuerpo sustancial de teorías -aunque excesivamente orientado hacia la práctica-, otros estudiosos advierten que el cúmulo de conocimientos teóricos es angosto, si se lo considera filosófica, epistemológica y culturalmente, y necesita ser ampliado. Nos sumamos a este último colectivo.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BERGER, B. (2005). Power Over, Power With, and Power to Relations: Critical Reflections on Public Relations, the Dominant Coalition, and Activism. *Journal of Public Relations Research*, 17 (1), 5-28.

BOTAN, C. y HAZLETON., V. (ed.) (2006). *Public relations theory II*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

BROWN, (2012) Epistemological modesty: Critical reflections on PR thought. *Public Relations Inquiry*, 1 (1), 89-105.

CASTORIADIS, C. (1993). *La institución imaginaria de la sociedad*. Barcelona: Tusquets.

COOMBS, W. T. y HOLLADAY, Sh. (2012a). Privileging an activist vs. a corporate view of public relations history in the U.S. *Public Relations Review*, 38, 347-353.

COOMBS, W. T. y HOLLADAY, Sh. (2012b). Fringe public relations: How activism moves critical pr toward the mainstream. *Public Relations Review*, 38, 880-887.

- COOMBS, W. T. y HOLLADAY, Sh. (2014). *It's not just PR: Public relations in society* (second edition). West Sussex: John Wiley & Sons.
- DEMETRIOUS, K. (2006). Active voices. En L'ÉTANG, J. y PIECZKA, M. (ed.) (2006). *Public relations. Critical debates and contemporary practice*. London: Lawrence Erlbaum Associates.
- DOZIER, D., GRUNIG, L. y GRUNIG, J. (1995). *A manager's guide to excellence in public relations and communications management*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- EDWARDS, L. (2011). Diversity in public relations. En EDWARDS, L. y HODGES, C. (2011). *Public Relations, Society and Culture. Theoretical and Empirical Exploration*. Abingdon: Routledge.
- EDWARDS, L. (2012). Defining the 'object' of public relations research: A new starting point. *Public Relations Inquiry*, 1 (1), 7-30.
- EDWARDS, L. y HODGES, C. (2011). Introduction: Implications of a (radical) socio-cultural 'turn' in public relations scholarship. En EDWARDS, L. y HODGES, C. (2011). *Public Relations, Society and Culture. Theoretical and Empirical Exploration*. Abingdon: Routledge.
- FERRARI, M. y FRANÇA, F. (2011). *Relaciones públicas. Naturaleza, función y gestión en las organizaciones contemporáneas*. Buenos Aires: La Crujía.
- GRUNIG, J. (ed.) (1992). *Excellence in public relations and communications management*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- GRUNIG, J. (2004). A função das relações públicas na administração e sua contribuição para a efetividade organizacional e societal. *Comunicação e Sociedade*, 39, 67-92.
- GRUNIG, J. y HUNT, T. (2003). *Dirección de relaciones públicas*. Barcelona: Gestión 2000.
- GRUNIG L.; GRUNIG, J.; y DOZIER, D. (2002). *Excellent public relations and effective organizations: a study of communication management in three countries*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- HABERMAS, J. (1981). *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*. Barcelona: Gustavo Gili.
- HEATH, R. (2006). Onward into more fog: Thoughts on Public Relations' Research Directions. *Journal of Public Relations Research*, 18 (2),93-114.
- HEATH, R., TOTH, E. y WAYMER, D (ed.) (2009). *Rhetorical and critical approaches to public relations II*. New York: Routledge.
- HODGES, C. (2011). Public relations in the postmodern city: An ethnographic account of PR occupational culture in Mexico city. En EDWARDS, L. y HODGES, C. (2011). *Public Relations, Society and Culture. Theoretical and Empirical Exploration*. Abingdon: Routledge.
- HODGES, C. y DENEGRI-KNOTT, J. (2012). Transforming the city: The potential for urban ethnographies of PR. The case of Latin America. *Public Relations Review*, 38, 529-540.

- HOLTZHAUSEN, D. (2002). Postmodern Values in Public Relations. *Journal of Public Relations Research*, 12 (1), 93-114.
- HOLTZHAUSEN, D. (2002). Resistance from the margins: the postmodern public relations practitioner as organizational activist. *Journal of Public Relations Research*, 14 (1), 57-84.
- HOLTZHAUSEN, D. (2011). *Public Relations as Activism. Postmodern approaches to Theory and Practice*. New York: Routledge.
- HORKHEIMER, M. (2003). *Teoría crítica*. Buenos Aires: Amorrurtu.
- ILHEN, O. y VERHOEVEN, P. (2012). A public relations identity for the 2010s. *Public Relations Inquiry*, 1 (2), 159-176.
- KARLSBERG, M. (1996). Remembering the public in Public Relations research: from theoretical to operational symmetry. *Journal of Public Relations Research*, 8 (4), 263-278.
- KUHN, T. (1971). *La estructura de las revoluciones científicas*. México: Fondo de Cultura Económica.
- KROHLING KUNSCH, M. (2011): Comunicação Organizacional e Relações Públicas: Perspectivas dos estudos Latino-Americanos. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 1 (1), 69-96.
- L'ÉTANG, J. (2005). Critical public relations: Some reflections. *Public Relations Review*, 31, 521-526.
- L'ÉTANG, J. (2009). *Relaciones públicas. Conceptos, prácticas y crítica*. Barcelona: UOC.
- L'ÉTANG, J. (2011) Imagining public relations anthropology. En EDWARDS, L. y HODGES, C. (2011). *Public Relations, Society and Culture. Theoretical and Empirical Exploration*. Abingdon: Routledge.
- L'ÉTANG, J. y PIECZKA, M. (ed.) (2006). *Public relations. Critical debates and contemporary practice*. London: Lawrence Erlbaum Associates.
- MACNAMARA, J. (2010). Four gaps in public relations scholarship and practice: The need for new approaches. *Australian New Zealand Communications Association Annual Conference*, Canberra: Australia. En MCCALLUM, K. (ed.) (2010). *Media Democracy and Change: Refereed Proceedings of the Australian and New Zealand Communications Association Annual Conference*. Canberra: ANZCA, 1-18.
- MCKIE, D. y MUNSHI, D. (2005). Tracking trends: Peripheral visions and public relations. *Public Relations Review*, 31, 453-457.
- MCKIE, D. y XIFRA, J. (2014). Resourcing the next stages in PR history research: The case for historiography. *Public Relations Review*, 40, 669-675.
- MICKEY, S. (2003). *Deconstructing Public Relations: Public Relations Criticism*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- MOLONEY, K. (2006). *Rethinking Public Relations*. Abingdon: Routledge
- MOTION, J. y WEAVER, K. (2005). A Discourse Perspective for Critical Public Relations Research: Life Sciences Network and the Battle for Truth. *Journal of Public Relations Research*, 17 (1), 49-67.

MURPHY, P. (2000). Symmetry, Contingency, Complexity: Accommodating Uncertainty in Public Relations Theory. *Public Relations Review*, 26 (4), 447-462.

PIECZKA, M. (2006). Public Relations expertise in practice. En L'ÉTANG, J. y PIECZKA, M. (ed.) (2006). *Public relations. Critical debates and contemporary practice*. London: Lawrence Erlbaum Associates.

PUCHAN, H. (2006). An intellectual history of German Public Relations. En L'ÉTANG, J. y PIECZKA, M. (ed.) (2006). *Public relations. Critical debates and contemporary practice*. London: Lawrence Erlbaum Associates.

SADI, G. (2010). La dependencia sistémica de las relaciones públicas. En AA. VV.: *Relaciones Públicas. Reflexiones y desafíos*, Santiago de Chile: Universidad del Pacífico.

SADI, G. (2013). Algunos aportes del pensamiento crítico en Relaciones Públicas. *Revista Dircom*, 100, 23-28.

TOTH, E. (ed) (2007). *The future of excellence in public relations and communication management: challenges for the next generation*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

WEAVER, C. K., MOTION, J. y ROPER, J. (2006). From propaganda to discourse (and back again): truth, power, the public interest, and public relations. En L'ÉTANG, J. y PIECZKA, M. (ed.). *Public relations. Critical debates and contemporary practice*. London: Lawrence Erlbaum Associates.

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

XIFRA, J. (2006a). ¿Es marketing todo lo que reluce? La pluralidad de perspectivas conceptuales de las relaciones públicas. *Anàlisi*, 34, 163-180.

XIFRA, J. (2008). *Las relaciones públicas*. Barcelona: Editorial UOC.

XIFRA, J. (2011). *Manual de relaciones públicas e institucionales*. Madrid: Tecnos.

ZANOTTI, G. (2005). *Hacia una hermenéutica realista*. Buenos Aires: Universidad Austral.

Forma de citar este artículo:

SADI, G. Y MÉNDEZ, V. (2015). Una aproximación histórica al dominio intelectual de las relaciones públicas. Tensiones paradigmáticas en su construcción disciplinar. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, Vol. V, Nº 10, 47-66. Recuperado el ____ de _____ de _____, de <http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-10-2015-04-47-66>.