

Las relaciones públicas desde la perspectiva latinoamericana

Public relations from a Latin American perspective

Relações públicas numa perspetiva latino-americana

Francisco-José Pradana, Universidad Europea de Madrid, Madrid, España
(franciscojose.pradana@universidadeuropea.es)

RESUMEN | Este trabajo busca analizar la posibilidad de que exista una corriente latinoamericana en el ámbito de las Relaciones públicas que se distinga de la visión anglosajona y europea. En él, se aborda cómo las características culturales, históricas y socioeconómicas de América Latina podrían influir en la práctica profesional de las Relaciones públicas, especialmente en el cono sur del continente. Se presta especial atención a la figura del relacionista público como un perfil profesional destacado en América Latina, desde la naturaleza de su recorrido formativo y cómo este rol se adapta y responde a las particularidades regionales. La investigación busca contribuir de forma sencilla y clara a una comprensión más profunda de las prácticas y especificidades de las Relaciones públicas en América Latina y su relación con los enfoques europeos y norteamericanos. Se realiza un análisis con un enfoque basado en la investigación bibliográfica, con una revisión del estado de la cuestión acerca del funcionamiento de las Relaciones públicas, como disciplina, en América Latina. Los resultados muestran que la figura del relacionista público en América Latina es un actor crucial que se adapta y responde a las características regionales, reforzando la idea de una corriente específica en las Relaciones públicas en la región latinoamericana. Al mismo tiempo, se destaca la importancia de considerar la diversidad cultural y contextual en la práctica de las Relaciones públicas. Aunque América Latina tiene una larga historia de desarrollo académico y de profesionales de las Relaciones públicas bien establecidos, la conceptualización y tendencias norteamericanas y europeas siguen prevaleciendo en los debates teóricos y en las prácticas profesionales.

PALABRAS CLAVE: Relaciones públicas; Latinoamérica; comunicación; comunicación organizacional

FORMA DE CITAR

Pradana, F. (2024). Las relaciones públicas desde la perspectiva latinoamericana. *Cuadernos.info*, (58), 1-20. <https://doi.org/10.7764/cdi.58.68727>

ABSTRACT | *This paper analyzes the possible existence of a Latin American approach to Public Relations that differs from Anglo-Saxon and European perspectives. It examines how the cultural, historical, and socioeconomic characteristics of Latin America affect the professional practice of Public Relations, especially in the southern part of the continent. Special attention is given to the role of Public Relations professionals as a prominent profile in Latin America, emphasizing the nature of their training and the way their role adapts and responds to regional specificities. The aim of this research is to provide a clear and precise understanding of the practices and specific characteristics of public relations in Latin America and its relationship with European and North American approaches. The analysis is based on a literature review that examines the state of the art and functioning of public relations as a discipline in Latin America. The findings suggest that Public Relations professional in Latin America is a significant figure that responds and adapts to regional characteristics, reinforcing the notion of a distinctive current in public relations in this region. The research emphasizes the importance of considering cultural and contextual diversity in the practice of Public Relations. Despite Latin America's long history of academic development and established public relations professionals, North American and European conceptualizations and trends continue to dominate theoretical discussions and professional routines.*

KEYWORDS: *Public Relations; Latin-American; communication; organizational communication*

RESUMO | Este trabalho pretende analisar a possibilidade de existência de uma corrente latino-americana no campo das relações públicas que se diferencie da visão anglo-saxônica e europeia. Aborda como as características culturais, históricas e socioeconômicas da América Latina poderiam influenciar a prática profissional das relações públicas, especialmente no cone sul do continente. É dada especial atenção à figura do profissional de relações públicas como um perfil profissional de destaque na América Latina, a partir da própria natureza de sua formação e de como esse papel se adapta e responde às particularidades regionais. A investigação procura, de forma simples e clara, contribuir para uma compreensão mais profunda das práticas e particularidades das relações públicas na América Latina e sua relação com as abordagens europeias e norte-americanas. Estabelece a análise, por meio de uma abordagem baseada na pesquisa bibliográfica, com uma revisão do estado da arte, do funcionamento das relações públicas, como disciplina, na América Latina. Os resultados encontrados mostram que a figura do profissional de relações públicas na América Latina emerge como um ator crucial que se adapta e responde às características regionais, reforçando a ideia de uma corrente particular nas relações públicas na região latino-americana. Ao mesmo tempo, a pesquisa destaca a importância de considerar a diversidade cultural e contextual na prática das relações públicas. Embora a América Latina tenha uma longa história de desenvolvimento acadêmico e profissionais de relações públicas bem estabelecidos, a concetualização e as tendências norte-americanas e europeias continuam a prevalecer nos debates teóricos e nas práticas profissionais.

PALAVRAS-CHAVE: relações públicas; América Latina; comunicação; comunicação organizacional

INTRODUCCIÓN

Las Relaciones públicas, como disciplina, tiene todavía una teoría débil, con un enfoque más bien práctico. Esta situación es inusual, pues apunta a una desconexión entre la investigación y la práctica. Si la práctica no se apoya en los resultados de la investigación, es difícil que esta pueda ser sólida. La investigación y la práctica de las Relaciones públicas en regiones no occidentales demuestran que se necesitan, cada vez más, relaciones públicas interculturales, culturales y multiculturales como subáreas emergentes y resaltantes de los campos relacionados. Asimismo, las Relaciones públicas, como disciplina, deberían estar bien preparadas para las futuras tendencias de la digitalización, como el *big data*, la vigilancia corporativa y gubernamental, la indivisión digital, la industria, la inteligencia artificial y los medios sociales. Hay un gran reto para las Relaciones públicas en su perspectiva latinoamericana, la forma de alzarse y de responder a los conflictos de consumo, laborales, ciudadanos, de género y medioambientales, instigados por la propia corporación o gobiernos que se supone que las Relaciones públicas defienden, promueven e incluso a veces blanquean (Gezging, 2019).

El crecimiento de las relaciones públicas

Thelen (2021) señala un aumento sustancial de los estudios publicados sobre Relaciones públicas, especialmente entre 2016 y 2020. Aunque casi la mitad de los autores estaban radicados en Estados Unidos, los investigadores publicados provenían de 27 países. Pese al creciente número de publicaciones sobre relaciones públicas globales, los investigadores han reconocido la necesidad de aumentar la documentación de la práctica en regiones del mundo poco representadas, como América Latina (Molleda et al., 2017). Tal como afirmaron Jain y sus colegas (2014), esta última es la región menos investigada del mundo. La investigación contextualizada, que se refiere al estudio de las Relaciones públicas en un país o región específica, ayuda a aumentar la comprensión de la forma en la que se practican en diferentes culturas y lugares con distintas realidades sociales, políticas y económicas. Asimismo, Thelen (2021) señala que las Relaciones públicas internacionales se benefician de los métodos utilizados en la práctica de la disciplina en determinados países o regiones, como la anglosajona, europea o estadounidense, y de las tendencias y retos de esta. Como resultado, existe una fuerte necesidad de explorar más y documentar sistemáticamente la profesión en América Latina mediante estudios comparativos país por país.

Hasta hoy, no existe un compendio de la investigación en Relaciones públicas en América Latina que ofrezca una amplia comprensión de los estudios que se han centrado en esta región, lo que no permite comprender exactamente su evolución en Latinoamérica y la etapa en la que se encuentran.

La significativa cantidad de investigaciones sobre Relaciones públicas desarrolladas en Estados Unidos o Europa contrasta fuertemente con el limitado trabajo teórico y empírico sobre este campo en la región. Entre las razones que explican la escasa investigación sobre la práctica de las Relaciones públicas, diversos autores coinciden en que un rol determinante en este ámbito es desempeñado por las dictaduras y los regímenes autoritarios del siglo XX (Molleda et al., 2017). Solo después de estos comenzaron a caer, en las décadas de 1970 y 1980, las Relaciones públicas comenzaron a cobrar importancia (Mellado & Barría, 2012). Asimismo, algunos investigadores señalan la estrecha relación entre las Relaciones públicas y el Periodismo en América Latina, condicionando la práctica de como ligada a la información, a diferencia de otras vertientes consolidadas (Mellado & Hanusch, 2011).

La consolidación de las profesiones relacionadas con la comunicación en Latinoamérica ha dado lugar a diferentes especializaciones, entre las que se encuentran las Relaciones públicas y la Comunicación organizacional (Krohling, 2011), término que quizá describa con mayor adecuación y aceptación entre los profesionales y la academia el rol que se analiza en esta investigación. Esta denominación, per se, difiere de las denominaciones europeas más cercanas a la disciplina, incluso a la española, en la que pese a comprenderse y aplicarse el concepto de Relaciones públicas, no se aplica como rol profesional propiamente tal, el que se diluye en otros más específicos, como las relaciones institucionales, los asuntos públicos, el protocolo o la organización de eventos, incorporándose en la materia de la comunicación corporativa. El crecimiento e interés por parte del sector público, empresarial y de la sociedad por las Relaciones públicas puede verse en el surgimiento de titulaciones universitarias orientadas a esta disciplina en Latinoamérica y, fruto de ello, al nacimiento de organizaciones que reconocen la evolución significativa de las Relaciones públicas en este territorio (Pradana, 2023), como la Confederación Interamericana de Relaciones Públicas (CONFIARP), en 1960, fruto de la reconversión de la Federación Interamericana de Relaciones Públicas (FIARP) o, de forma más reciente, la Asociación Latinoamericana de Relaciones Públicas (ALARP, o ALARP Internacional, denominación utilizada para diferenciar la matriz de las filiales nacionales), fundada en Brasil en 1998 y que, actualmente, mantiene delegaciones en diez países (Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México, Paraguay, Panamá, Uruguay y Venezuela). Asimismo, hay instituciones profesionales internacionales, como la histórica Public Relations and Communications Association (PRCA), que en 2020 reconocía la necesidad de particularizar la visión de las Relaciones públicas en América Latina mediante la creación de la división PRCA Américas para la región. Otras organizaciones como la española Asociación de Investigadores en Relaciones Públicas (AIRP) reconocen

su nacimiento en el crecimiento de las Relaciones públicas en Latinoamérica. Pese a poder considerar un hecho la consolidación de la profesión en la región por su interés público y empresarial, ¿podría darse la existencia de una visión específica o una escuela latinoamericana de Relaciones públicas? El estudio de este fenómeno, desde una perspectiva académico-científica, es escaso, sobre todo en la región, y más aún si se acota su marco a la investigación empírica plenamente centrada en el conocimiento científico, relevando otras publicaciones ligadas a la divulgación, propias de gobiernos u asociaciones profesionales, o trabajos académicos (tesis doctorales u otros, como tesinas de título). Sin embargo, existen trabajos enriquecedores en la materia, que analizan la profesión del relacionista público en Latinoamérica, como Molleda & Suárez (2003) y posteriores (Molleda et al. 2017; Álvarez-Nobell et al. 2022), Moss et al., (2017), Krohling (2011), o las revisiones de literatura de Arzuaga Williams (2019) y Preciado-Hoyos (2013), entre otros.

ESTADO DE LA CUESTIÓN

Las teorías sobre las Relaciones públicas no se encuentran tan desarrolladas como otros campos cercanos, lo que puede deberse a varios factores: en primer lugar, que las Relaciones públicas no tienen una historia tan larga como la de los demás campos; en segundo, que está lejos de validar sus componentes en diferentes entornos, como los países no occidentales; en tercero, las Relaciones públicas se caracterizan por un péndulo que oscila entre el marketing (y obtención de beneficio económico) y el interés público (una preocupación social), y cuando el primero pesa más que el segundo, las Relaciones públicas se solapan cada vez más con una versión ampliada del marketing (Gezging, 2019).

Esta inclinación sesgada conduce a la pérdida de credibilidad académica y social de las Relaciones públicas. Por ello, las Relaciones públicas con fines de lucro se asocian con engaños, mala conducta, mentiras, escándalos o corrupción, entre otras controversias. Por ende, cuando se producen controversias empresariales o gubernamentales, el departamento de Relaciones públicas es el encargado de limpiar el desaguado. Como resultado, la población, en general, no cree en las Relaciones públicas porque, tal como menciona Johnston (2017), estas se perciben a menudo como el arte de camuflar y engañar y tienen esta visión en las regiones latinoamericanas, donde se asume que para que las Relaciones públicas tengan éxito, los grupos objetivos (aquellos sobre los que se quiere influir) no notan que se han convertido en las víctimas sus esfuerzos. Por ello, para restaurar su confianza y la credibilidad en su vertiente latinoamericana, se necesitan más investigación y prácticas (Johnston, 2017) sobre las Relaciones públicas para el interés público,

no para maximizar la ventaja económica de la empresa, sino para incrementar el beneficio público.

La situación de desconfianza en la práctica latinoamericana requiere una distinción necesaria entre los estudios dominantes sobre Relaciones públicas y los estudios críticos, análoga a la división en la investigación sobre la gestión y la psicología. Esta se puede utilizar, según Holladay y Coombs (2013), para distinguir entre ejemplos benignos (aquellos que son auténticos y éticos y para el beneficio o bienestar del público/de las personas) y maliciosos (casos poco éticos) de las Relaciones públicas. En este sentido, según estos autores, un estudio crítico de las Relaciones públicas no solo es ético, sino que cuestiona los supuestos epistémicos, sociales y políticos de la corriente principal de estudios sobre Relaciones públicas. Asimismo, reconoce la asimetría de poder entre las agencias de RR.PP. y los ciudadanos, que convierte a estos últimos en presa de las tácticas y estrategias de las Relaciones públicas. Así, según estos autores, se desarrolló un nuevo concepto para abordar esta vulnerabilidad, que es la alfabetización en Relaciones públicas (Holladay & Coombs, 2013).

De igual manera, se hace referencia a cuatro brechas identificadas para salir de la crisis teórica. Ante todo, se necesita descolonizar y descentralizar los fundamentos epistémicos de las Relaciones públicas. Como disciplina, estas necesitan involucrarse con un pensamiento más crítico que también requiere autocrítica sobre el rol y la función de las Relaciones públicas en el mantenimiento del status quo. A su vez, los medios digitales, como las redes sociales, deberían incorporarse a la práctica profesional, así como el apoyo de la inteligencia artificial (AI) en la práctica de las Relaciones públicas para actualizar y automatizar las actividades diarias de la profesión (De San Eugenio et al., 2017).

MARCO TEÓRICO

Diferencias culturales y socioeconómicas en las Relaciones públicas en América Latina

Latinoamérica y Europa tienen una serie de diferencias culturales y socioeconómicas que pueden influir en las prácticas de Relaciones públicas. La diversidad cultural en América Latina, con sus variados matices idiomáticos, tradiciones y valores, puede requerir enfoques de comunicación más adaptados y sensibles. La importancia de la comunidad y de la familia en la cultura latinoamericana puede afectar las estrategias de Relaciones públicas, enfocándose más en la construcción de relaciones a largo plazo (Moreno et al., 2022). La desigualdad económica en la región también puede tener un impacto, ya que las organizaciones podrían estar más inclinadas a demostrar su compromiso con la

responsabilidad social corporativa para abordar problemas sociales y económicos que allí ocurren (Correa et al., 2004; Peinado-Vara, 2011).

En cuanto a la profesión, las funciones y los valores de las Relaciones públicas, varios autores señalan que los entornos socioeconómicos y políticos de los países latinoamericanos como México, Colombia y Venezuela influyen en su práctica (Lo et al., 2017). Otros autores analizan los roles sociales y las responsabilidades desempeñadas por los profesionales en América Latina y la manera en la que la práctica puede ser utilizada para mejorar la sociedad (Preciado-Hoyos, 2013; Sommerfeldt, 2013). Por ello, respecto de los roles en la profesión y los valores de las Relaciones públicas, la academia analiza la historia de la práctica en la región y la evolución de la profesionalización entre sus profesionales (Molleda et al., 2017), siendo uno de los temas de importancia la cultura y la sociedad civil.

Evolución histórica

La historia de las Relaciones públicas en América Latina y Europa ha sido influenciada por contextos políticos, económicos y sociales distintos. En Europa, han estado más arraigadas en tradiciones comerciales y políticas, mientras que en América Latina el contexto ha sido más marcado por cambios políticos, luchas sociales y transiciones democráticas. Esto podría haber dado lugar a enfoques de Relaciones públicas más orientados hacia la construcción de la confianza y la legitimidad en la región. El rol del relacionista público podría haber evolucionado para abordar las especificidades regionales. Los profesionales de las Relaciones públicas en la región podrían desempeñar un rol más amplio, incluyendo la gestión de crisis, la construcción de alianzas con comunidades y la participación en actividades de responsabilidad social; así, la práctica profesional evolucionaría desde una visión unidireccional de la actividad a generar relaciones bidireccionales (Fajardo & Nivia, 2016). El relacionista público en América Latina, por su contexto, podría ser visto como un puente entre las organizaciones y las comunidades, que adapta las estrategias de comunicación para reflejar las necesidades y los valores locales. En contraste, en Europa, donde la estructura institucional y cultural difiere, el rol del relacionista público podría estar más enfocado en la gestión de la imagen corporativa, en la reputación empresarial y en las relaciones con los medios de comunicación.

Globalización y tendencias internacionales

Si bien existen diferencias entre las prácticas de Relaciones públicas en América Latina y Europa, la globalización ha influido en la convergencia de algunas estrategias y enfoques. La rápida difusión de información y la adopción de tecnologías de comunicación han llevado a la adopción de prácticas globales

en ambos continentes. Sin embargo, las adaptaciones locales y la consideración de las sensibilidades culturales siguen siendo cruciales.

Lee y sus colegas (2023) identificaron en su estudio cuatro grupos de países distintivos en cuanto al número de agencias de Relaciones públicas globales por país. Estos son: los países top globalizados, los países principales globalizados, los países en vías de globalización y los países periféricos. El estudio también descubrió que el grado de globalización del sector de las agencias de Relaciones públicas en un país estaba asociado con sus factores de democracia, su sistema económico (producto interior bruto, PIB), la afluencia de inversión extranjera directa, el sistema jurídico (estado de derecho), el sistema cultural (distancia de poder y orientación a largo plazo) y el de medios de comunicación (índice de penetración de Internet).

Por otra parte, a medida que el comercio se expande por todo el mundo, los públicos más notables que atraen la atención de los profesionales de las Relaciones públicas se encuentran en lugares como Rusia, China, India, América Latina y Europa. Los profesionales de este dominio deben superar las barreras lingüísticas y las diferencias sociales para practicar unas Relaciones públicas culturalmente apropiadas y localmente aceptables. Las diferencias de estilos de vida, costumbres, valores y culturas no son los únicos retos. Los aspectos únicos de las estructuras políticas, económicas e industriales locales también suponen una complejidad (Gottesman, 2019). Sin embargo, el avance de la tecnología e Internet promueven una sensación de interconexión para los profesionales de las Relaciones públicas, posibilitando el acceso a nuevos públicos.

Medios de comunicación y comunicación digital

Las diferencias en los medios de comunicación y la penetración de la tecnología tienen un alto poder de influencia en las estrategias de Relaciones públicas. América Latina presenta una mayor fragmentación mediática (Álvarez Ugarte, 2022; Guijarro, 2020) y un acceso desigual a la tecnología (Álvarez et al., 2021), lo que requiere enfoques de comunicación más variados y adaptados. En Europa, donde la infraestructura tecnológica es más avanzada, las estrategias tienen foco en la comunicación digital y en la gestión de la presencia digital de las organizaciones.

Autores como Segura (2021) señalan que, a los problemas de la comunicación pública en América Latina, como la concentración de los sistemas mediáticos tradicionales, el acceso limitado a la información pública, los ataques a los trabajadores de prensa, entre otros, hoy se suma la difusión masiva, en red e instantánea de noticias falsas (*fake news*), hechos alternativos, desinformación, discursos de odio, el acoso a través de las redes sociales y la polarización.

Las instituciones productoras de conocimiento –como la ciencia y el periodismo fundamentados en la recopilación y el análisis de hechos objetivos y verificables– se enfrentan y coexisten con discursos anticientíficos, hechos alternativos y noticias falsas o engañosas (Waisbord, 2018). Asimismo, los discursos reaccionarios han seguido atacando a los derechos humanos en general y, particularmente, a las clases bajas, mujeres, disidentes sexuales, y víctimas de genocidios como dictaduras, guerras civiles, entre otros (Waisboard & Armando, 2017).

Los desafíos sobre la comunicación en América Latina son multifacéticos, sobre todo en los relacionados con las institucionales. Basándose en la teoría de Habermas (1999) sobre las pretensiones de validez y los fundamentos normativos del diálogo público, Segura (2021) considera que las amenazas a la comunicación democrática se pueden agrupar en tres tipos: amenazas que desafían la noción de verdad basada en la demostración empírica y la argumentación lógica que sustentan la ciencia y el periodismo; desafíos contra el consenso normativo sobre los Derechos Humanos y la democracia, y la crítica reaccionaria a los discursos que reconocen derechos y critican formas de estigmatización –la llamada corrección política–, lo que representa un momento de crisis de la comunicación democrática sin soluciones claras.

Colaboración interdisciplinaria

La práctica de las Relaciones públicas en América Latina podría estar más abierta a la colaboración interdisciplinaria debido a la necesidad de abordar desafíos complejos y cambiantes. En cambio, en la perspectiva anglosajona, donde las estructuras institucionales pueden ser más rígidas, la colaboración podría ser más limitada.

Aunque América Latina tiene una larga historia de desarrollo académico y de profesionales de las Relaciones públicas bien establecidos, múltiples conceptualizaciones y tendencias norteamericanas y europeas siguen prevaleciendo en los debates teóricos y en las prácticas profesionales. Sin embargo, una serie de estudios internacionales auspiciados por la EUPRERA y una amplia red de investigadores, universidades y asociaciones profesionales locales se ha convertido en un antecedente fundamental para consolidar la profesión en la región y hacerla visible a nivel mundial. Los resultados de este estudio muestran los temas estratégicos y las principales tendencias profesionales en las Relaciones públicas, agrupados en las tendencias en su gestión, con temas estratégicos, impacto de las *fake news*, información para la toma de decisiones y profesionalización. En el tercer sector se ubica el desarrollo profesional y la organización de la actividad, departamentos de comunicación, género, clima laboral y estrés, satisfacción laboral y compromiso laboral (Álvarez-Nobell et al., 2022).

Tal categorización, además de retratar los temas abordados en la tercera edición del Monitor Latinoamericano de Comunicación (Moreno et al., 2019), permite un análisis del status quo de la profesión no-continente, pues demuestra la percepción de la categoría sobre sí misma. Por lo tanto, permite reflexionar sobre las mejoras, especialmente en lo que se refiere a la formación profesional y a la institucionalización de la formación profesional en América Latina. Por ello, el impacto de los resultados y de la realización de estudios como este son sumamente importantes para el desarrollo de la profesión: su análisis, comparado con el estado de situación en otras regiones y una autocomprensión explicativa del camino recorrido y del que está por venir, determina científicamente los niveles de percepción y su representatividad en América Latina, lo que equivale a una señal de madurez y evolución de la profesión y de su estudio (Álvarez-Nobell et al., 2022).

La planificación estratégica, la gestión de las relaciones, la reputación, y el uso estratégico de los medios digitales también recibieron altos niveles de acuerdo en términos de importancia. Las referencias de los profesionales sobre la importancia de los medios digitales se alinean con los hallazgos de Álvarez-Nobell y sus colegas (2022), quienes sugirieron que los principales temas estratégicos para los comunicadores en América Latina involucran a la evolución digital y las redes sociales. Estos hallazgos también están en línea con estudios recientes que han identificado el rol de la Comunicación interna estratégica en el fomento de la cultura organizacional positiva (Men & Yue, 2019), la gestión de crisis organizacionales, la navegación por el entorno digital de las empresas (Yue et al., 2021) y, en última instancia, la solidificación de las relaciones positivas entre la organización y el público y la reputación organizacional (Álvarez-Nobell et al., 2022).

Retos y oportunidades

Los desafíos a los que se enfrenta la profesión son múltiples y podrían ir encaminados a la adaptación a contextos cambiantes, la construcción de confianza en un entorno de desinformación y la gestión de crisis en situaciones políticas y económicas inestables. Las oportunidades podrían derivarse de la rica diversidad cultural, la capacidad de trabajar en escenarios desafiantes y la posibilidad de innovar en estrategias de comunicación.

Las conceptualizaciones norteamericanas y europeas han dominado profundamente la teoría y la práctica de las Relaciones públicas a escala mundial. Las limitaciones estructurales (idioma y acceso a los principales centros de conocimiento) inhibieron el reconocimiento de la escuela latinoamericana de pensamiento en este campo. De hecho, las principales conferencias académicas dentro de la disciplina tienen lugar en el Norte global, mientras que la gran mayoría de las principales revistas se editan en el espacio global, en Estados Unidos o

Europa, con escasa presencia de autores latinoamericanos o temáticas de las otras regiones. A su vez, pocos estudios se centran en los avances teóricos de la región de América Latina, lo que contribuye aún más a la ausencia en el peor de los casos o marginación en el mejor, de perspectivas latinoamericanas en la disciplina (Molleda et al., 2017).

Aunque es positivo ver estudios recientes, como el de Thelen (2021), que muestran un saludable número de artículos de revistas en inglés centrados en la región desde 2010 –y especialmente desde 2016– o iniciativas que incorporan al español como lengua aceptada para presentar en los principales congresos de comunicación, lo cierto es que la investigación latinoamericana con impacto académico global sigue siendo escasa (Labarca & Sadi, 2022).

METODOLOGÍA

Se realizó una revisión bibliográfica en bases de datos de investigaciones científico-académicas utilizando términos que incluían (public relations AND Latin America) y otras abreviaturas como PR o Latam. Se seleccionaron artículos de los últimos diez años, incluyendo 2023, y otros más antiguos que, por su contribución para esclarecer la existencia o no de una corriente latinoamericana de Relaciones públicas, debieron incluirse. Sin embargo, la escasa producción científica en Scopus y Web of Science sobre la materia llevó a reforzar la búsqueda en otras bases de datos y buscadores (figura 1), apoyando la revisión con artículos de otras fuentes que respondían a esta búsqueda y objetivo mediante Redalyc y Researchgate. A su vez, se aplicaron criterios de exclusión, omitiendo investigaciones derivadas de tesis de pregrado (trabajos de fin de grado o trabajos de fin de máster), artículos o investigaciones sin metodología, artículos de opinión o investigaciones con conclusiones genéricas o no determinantes.

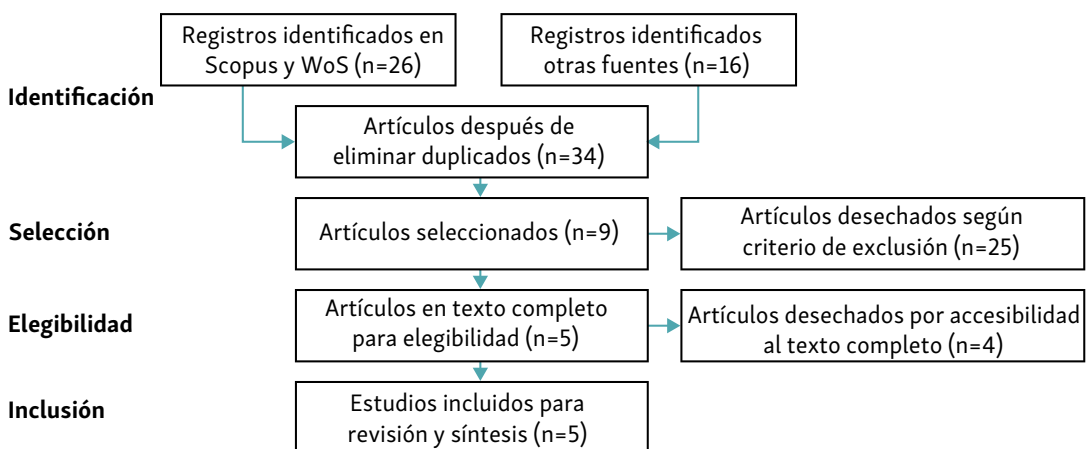


Figura 1. Flujo de trabajo para la revisión bibliográfica

Fuente: Elaboración propia

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Se realizó una revisión bibliográfica siguiendo los lineamientos presentados en la exposición metodológica. A continuación, se presenta una tabla resumen de los trabajos e investigaciones de los autores seleccionados en el estudio (tabla 1).

Se analizaron los aportes de cada autor para cada una de las variables y su relación con el objetivo de la investigación, que es comprender las diferencias de las RR.PP. en Latinoamérica respecto de otras. La tabla 1 muestra las variables abstraídas de la revisión: el rol del profesional y las Relaciones públicas en Latinoamérica, el nuevo rol del consultor en las Relaciones públicas en Latinoamérica, el rol de los profesionales colombianos en las Relaciones públicas, en la definición del proceso de comunicación en las instituciones públicas, la influencia de las Relaciones públicas en la identidad y la unidad nacional, así como las Relaciones públicas desde la perspectiva occidental.

Arzuaga-Williams (2019), que estudia el rol del profesional y las Relaciones públicas en Latinoamérica, tanto en lo organizacional como en las relaciones mismas, destaca en su investigación tres escuelas de pensamiento relacionadas con la exploración de las funciones políticas y sociales de la profesión, su contribución al desarrollo y al cambio social, y las investigaciones enmarcadas en una visión estratégica de la profesión, abriendo paso a la existencia de una fuerte influencia del entorno social (Arzuaga-Williams, 2019) en las prácticas profesionales de las Relaciones públicas en América Latina, lo que establece una visión diferenciadora del rol del relacionista público respecto al de otras regiones.

Para Bonilla (2013), que estudia la evolución de las relaciones públicas, destaca un nuevo rol del profesional de las Relaciones públicas, en el que la gestión y protección de la credibilidad corporativa se han convertido en la tarea clave de los relacionistas públicos en Latinoamérica. Este adaptado perfil profesional incrementa su valor estratégico para las organizaciones, actuando como radar y transmisor de información de valor para la corporación, contribuyendo a alinear la política de relaciones públicas con los objetivos de la organización (Bonilla, 2013).

En un enfoque de estudio del perfil profesional en Colombia, Molleda y Suarez, (2003) definen a los profesionales como creadores de conciencia sobre la realidad del país, lo que requiere un rol activo por parte de todo tipo de organizaciones. En este estudio, los autores identifican cuatro dimensiones acerca del rol de los profesionales de las Relaciones públicas en Colombia: ética y responsabilidad social, el bienestar del empleado, el bienestar de la comunidad y la armonía con el gobierno. Además, destacan que los profesionales que ocupan en las organizaciones las dimensiones de el bienestar de la comunidad y la armonía con el gobierno tienen una mayor tendencia a liderar también las actividades relacionadas con la ética y la responsabilidad social dentro de la organización (Molleda & Suarez, 2003).

Autor y año	Título del artículo	Objetivo	Variable	Definición	Aporte al estudio
Arzuaga Williams (2019)	Perspectivas latinoamericanas sobre el rol de los profesionales de la comunicación organizacional y las relaciones públicas.	Presentar las evidencias de la consolidación de la profesión en América Latina y proponer una revisión de las investigaciones empíricas publicadas en bases científicas sobre el rol del profesional de la Comunicación organizacional y las Relaciones públicas en la región.	El rol del profesional y las Relaciones públicas en Latinoamérica.	Prevalencia de denominaciones de Comunicación organizacional y Relaciones públicas.	Los resultados destacan tres escuelas de pensamiento, especialmente en los estudios empíricos relacionadas con la exploración de las funciones políticas y sociales de la profesión, la contribución de la profesión al desarrollo y cambio social, y las investigaciones enmarcadas en una visión estratégica de la profesión. Concluye que existe una influencia del entorno social en las prácticas profesionales de las Relaciones públicas en América Latina.
Bonilla (2013)	Evolución de las relaciones públicas en los últimos 25 años.	Establecer el nuevo rol del consultor en Relaciones públicas en las organizaciones.	El nuevo rol del consultor en las Relaciones públicas.	La gestión y protección de la credibilidad corporativa se han convertido en la tarea fundamental de los relacionistas públicos.	El nuevo rol del consultor en Relaciones públicas en las organizaciones incrementa su valor estratégico para estas, al incidir en vertientes como el ser radar de transmisión oportuna de información, alineación de elementos portadores de percepción con los objetivos de la organización, normatividad de la comunicación, manejo integral de la comunicación de la organización y liderazgo de los proyectos de sustentabilidad.
Molleda y Suarez (2003)	El papel de los profesionales colombianos de relaciones públicas como agentes de transformación social: cómo la crisis del país obliga a los profesionales, a ir más allá de la comunicación con los públicos organizacionales.	Resumir los descubrimientos de un proyecto de investigación cualitativo y cuantitativo realizado en Colombia entre julio y diciembre de 2002 sobre el rol de los profesionales colombianos en las Relaciones públicas.	El rol de los profesionales colombianos en las Relaciones públicas.	Se definen como creadores de conciencia sobre la realidad colombiana que demanda un rol activo por parte de todo tipo de organizaciones.	Se reportaron cuatro dimensiones observadas acerca del rol social de los profesionales de las Relaciones públicas en Colombia: ética y responsabilidad social, el bienestar del empleado, el bienestar de la comunidad y la armonía con el gobierno. Aquellos que ejecutan actividades en los últimos dos tienen más tendencia a ejercer también las actividades de la ética y la responsabilidad social.

Tabla 1 - Continúa ▶

Fernández-Souto (2006)	Las relaciones públicas como elemento tangencial entre la publicidad, propaganda, información y otras áreas de la comunicación.	Analizar la definición del proceso comunicativo que se sigue en las instituciones públicas procurando profundizar en un estudio que abarque los distintos modos de comunicación que en ellas se aplica y que tantas veces resultan confusos en su identificación.	Definición del proceso de comunicación en las instituciones públicas.	La autora sostiene que se inicia con un discurso político que, en muchas ocasiones, deja a un lado el fin informativo de la administración respecto de sus administrados y pasa a entroncar, de forma directa, con la propaganda y el espacio de las Relaciones públicas al servicio de la política.	Los resultados concluyen que los nexos de unión entre las tres formas de comunicación –información, propaganda y publicidad– se funden en una al hablar de Relaciones públicas y, de forma especial, cuando se refiere al empleo de técnicas y estrategias de estas aplicadas al campo de la Comunicación política.
De San Eugenio et al. (2017)	La estrategia de diplomacia pública y relaciones con los medios de comunicación de Cataluña. Un estudio de caso del Programa Eugeni Xammar de Comunicación Internacional y Relaciones Públicas.	Determinar en qué medida las Relaciones públicas pueden influir en la atribución de significado a los conceptos de identidad y unidad nacionales.	Influencia de las Relaciones públicas en la identidad y la unidad nacional.	Hace referencia a cuatro brechas identificadas por los autores para salir de la crisis teórica.	Los académicos de las Relaciones públicas deben tener sólidas habilidades de recopilación, interpretación e informes de datos.

Tabla 1. Aporte de los autores analizados

Fuente: Elaboración propia con base en los autores referenciados.

Por otro lado, Fernández-Souto (2006), definiendo el proceso de comunicación en las instituciones públicas, sostiene que se inicia con un discurso político que deja a un lado el fin informativo de la administración con la ciudadanía y pasa a entrelazarse con la propaganda y el espacio de las Relaciones públicas al servicio de la política. La investigación destaca que la información, la propaganda y la publicidad encuentran su nexo en las Relaciones públicas. Fernández-Souto (2006) destaca que esto tiene un especial énfasis cuando se trata de la comunicación política.

Finalmente, De San Eugenio et al. (2017), descubren una influencia de las Relaciones públicas en la identidad y la unidad nacional, destacando este campo como fundamental en el proceso de construcción nacional en contextos de diferencias socioeconómicas, culturales y lingüísticas.

CONCLUSIONES

El análisis descriptivo de las diferencias y similitudes entre las prácticas de las Relaciones públicas en América Latina y otras visiones europeas, estadounidenses o anglosajonas arrojan luz sobre cómo esta región ha desarrollado enfoques únicos en este campo, lo suficientemente diferenciadores como para poder considerar la existencia de una vertiente o corriente latinoamericana de las Relaciones públicas. La figura del relacionista público en América Latina emerge como un actor crucial que se adapta y responde a las características regionales, reforzando la idea de una corriente específica en las Relaciones públicas en la región latinoamericana. Por el contexto de la región, la figura profesional del relacionista público se construye como un puente entre las organizaciones y las comunidades, en un continuo trabajo por cohesionar la Comunicación corporativa e institucional de las organizaciones con las necesidades de las comunidades locales, su esencia, cultura y sus valores. Esta visión latinoamericana difiere de la que se encuentra en otras regiones, donde la comunidad local, la cultura propia y los valores socio-organizacionales no es palpable en la práctica profesional, en las cuales la actividad se centra principalmente en la imagen corporativa, la reputación empresarial o la gestión de prensa y las relaciones con medios de comunicación, como sucede en Europa.

La investigación destaca la importancia de considerar la diversidad cultural y contextual en la práctica de las relaciones públicas en Latinoamérica como aspecto diferencial y característico único, que Arzuaga Williams (2019) reconoce como “la influencia del sistema social en el ejercicio de la profesión” (p. 148).

Aunque América Latina tiene una larga historia de desarrollo académico y de profesionales de las Relaciones públicas bien establecidos, la conceptualización y tendencias norteamericanas y europeas siguen prevaleciendo en los debates teóricos y en las prácticas profesionales. Sin embargo, ya existen estudios internacionales

–como los de EUPRERA– y de una amplia red de investigadores, universidades y asociaciones profesionales locales que se han convertido en un antecedente fundamental para consolidar la profesión en la región latinoamericana y hacerla visible a nivel mundial.

La imagen pública negativa asociada a las Relaciones públicas puede equilibrarse mediante la investigación crítica, en contraste con la investigación dominante del campo, que no cuestiona la intencionalidad, la autenticidad, la sinceridad, el contexto más amplio, la dinámica de poder y las implicaciones sociales y políticas de las prácticas de las Relaciones públicas. La investigación y la práctica de esta materia en contextos no occidentales demuestran que se necesitan Relaciones públicas interculturales, culturales y multiculturales como subáreas emergentes de los campos de las Relaciones públicas. Sin embargo, todavía se carece de estudios centrados en la región sobre el rol de este profesional y su influencia en los propósitos de la organización o del propio desempeño del relacionista, lo que podría abrir nuevas líneas de investigación. También se desconoce el estado de la profesión en la región en lo relativo a la digitalización y el apoyo de las nuevas tecnologías para la actividad diaria.

Un gran reto para las Relaciones públicas sigue siendo cómo responder a los conflictos de consumo, laborales, ciudadanos, de género y medioambientales instigados por la propia corporación o gobierno que se supone que las Relaciones públicas defienden, promueven e incluso, a veces, blanquean. El espacio en red está cambiando la forma en la que los profesionales del sector interactúan en un entorno de comunicación dinámico. En la actualidad, ya existen espacios para apoyar a las comunidades de práctica. Su principal objetivo no es solo aumentar el valor de los debates profesionales, sino también informar a todos los profesionales sobre las distintas opiniones, ofreciendo una plataforma común para el intercambio de ideas.

La tarea clave hoy en día en las Relaciones públicas en Latinoamérica es salvar la distancia entre la teoría y la práctica mediante la convergencia de los entornos educativo y profesional, mediante una formación más allá de la Teoría de la comunicación y las Relaciones públicas, que contribuya a dotar de conocimientos y habilidades para el entendimiento e interpretación de los factores de desarrollo de la economía y su dinamismo, la Ciencia política y sociológica para el entendimiento de las instituciones, y de los ciudadanos mediante lo cultural y los valores sociales, además de lo empresarial, comprendiendo y aportando a las metas estratégicas de las organizaciones (Moss et al., 2017). No solo son necesarios cambios fundamentales en la estructura del propio proceso educativo, sino también una mayor interacción entre las universidades, la industria y los expertos en la resolución de problemas educativos, científicos y aplicados del campo.

REFERENCIAS

- Álvarez-Nobell, A., Molleda, J. C., & Silveira Athaydes, A. (2022). Strategic topics and main professional trends in public relations: Results from 19 Latin American countries. *Public Relations Inquiry*, 11(2), 171-197. <https://doi.org/10.1177/2046147X221081178>
- Álvarez, I., Quirós, C., Marín, R., Medina, L. & Biurrun, A. (2021). *Desigualdad digital en Iberoamérica. Retos en una sociedad conectada* (Digital inequality in Latin America. Challenges in a connected society). Fundación Carolina. <https://doi.org/10.33960/issn-e.1885-9119.DT50>
- Álvarez Ugarte, R. (2022). *Viabilidad mediática en América Latina: hacia un periodismo sustentable* (Media viability in Latin America: towards sustainable journalism). Centro de Estudios en Libertad de Expresión y Acceso a la Información (CELE). <http://hdl.handle.net/10226/2389>
- Arzuaga Williams, M. (2019). Latin American perspectives on the role of professionals in organizational communication and public relations. *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 17(34), 135-154. <https://doi.org/10.22395/angr.v17n34a7>
- Gezging, U. B. (2019). Critical public relations and cultural public relations: two theoretical exits before the bridge for the lopsided, practice-focused public relations. *Global Media Journal: Turkish Edition*, 9(18), 1-23. <https://globalmediajournaltr.yeditepe.edu.tr/en/spring-2019-issue>
- Binatti, G., Batalha, Y., Castro, J. d., & Oliveira, M. H. d. S. (2022). Latin american bike sharing ecosystem overview: from data collection to implementation model portraits. *Urbe. Revista Brasileira De Gestão Urbana*, 14. <https://doi.org/10.1590/2175-3369.014.e20210066>
- Bonilla, C. (2013). Evolución de las relaciones públicas en los últimos 25 años (Evolution of Public Relations in the past 25 years). *Razón y Palabra*, (83), 89-100. <https://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/511>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2018). *Estudio Económico de América Latina y el Caribe 2018. Evolución de la inversión en América Latina y el Caribe: hechos estilizados, determinantes y desafíos de política* (Economic Survey of Latin America and the Caribbean 2018. Investment developments in Latin America and the Caribbean: stylized facts, determinants and policy challenges). <https://hdl.handle.net/11362/43964>
- Correa, M. E., Flynn, S. & Amit, A. (2004). *Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial* (Corporate social responsibility in Latin America: a business vision). CEPAL. <https://hdl.handle.net/11362/5621>
- De San Eugenio, J., Ginesta, X. & Xifra, J. (2017). Catalonia's public diplomacy and media relations strategy: A case study of the Eugeni Xammar Programme of International Communication and Public Relations. In I. Somerville, O. Hargie, M. Taylor & M. Toledano (Eds.), *International Public Relations: Perspectives from Deeply Divided Societies* (pp.113-130). Routledge.
- Fajardo, G. C & Nivia, A. M. (2016). *Relaciones públicas y comunicación organizacional. Ejes de la comunicación "Guía de conceptos y saberes"* (Public relations and organizational communication. Axes of communication "Guide of concepts and knowledge"). Editorial Tadeo Lozano.
- Fernández-Souto, A. B. (2006). Las relaciones públicas como elemento tangencial entre la publicidad, propaganda, información y otras áreas de la comunicación (Public relations as a tangential element between advertising, publicity, information and other areas of communication). *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 48(196), 159-170. <https://doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.2006.196.42518>

- Guijarro Piedra, M. (2020). La polarización mediática en Latinoamérica: Caso Ecuador (2007-2017). *#PerDebate*, 4(1), 66–85. <https://doi.org/10.18272/pd.v4i1.1870>
- Gottesman, B. (2019, June 25). Globalization & Public Relations. *Medium*. <https://medium.com/brian-gottesman/globalization-public-relations-dc85c53ecf51>
- Habermas, J. (1999). *Teoría de la acción comunicativa (I), racionalidad de la acción y racionalización social (Theory of communicative action (I), rationality of action and social rationalization)*. Taurus.
- Holladay, S. J. & Coombs, W. T. (2013). Public relations literacy: Developing critical consumers of public relations. *Public Relations Inquiry*, 2(2), 125-146. <https://doi.org/10.1177/2046147X13483673>
- Johnston, J. (2017). The public interest: A new way of thinking for public relations? *Public Relations Inquiry*, 6(1), 5-22. <https://doi.org/10.1177/2046147X16644006>
- Krohling Kunsch, M. M. (2011). Comunicação Organizacional e Relações Públicas: Perspectivas dos estudos Latino-Americanos (Organizational Communication and Public Relations: Prospects for Latin American studies). *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 1(1(ene-jun)), 69–96. [https://doi.org/10.5783/revrrpp.v1i1\(ENE-JUN\).4](https://doi.org/10.5783/revrrpp.v1i1(ENE-JUN).4)
- Labarca, C. & Sadi, G. (2022). Some reflections left over from the work of editing a special issue on public relations in Latin America. *Public Relations Inquiry* 2022, 11(2) 167–170. <https://doi.org/10.1177/2046147X221082232>
- Lee, S., Chung, S., & Lee, E. (2023). Globalization of the public relations agency industry: a country-level analysis of global public relations agencies and environmental factors. *Journal of Communication Management*, 27(1), 21-34. <https://doi.org/10.1108/JCOM-06-2022-0067>
- Lo, K. D., Waters, R. D., & Christensen, N. (2017). Assessing the applicability of Hofstede's cultural dimensions for Global 500 corporations' Facebook profiles and content. *Journal of Communication Management*, 21(1), 51-67. <https://doi.org/10.1108/JCOM-04-2016-0021>
- Mellado, C. & Barría, S. (2012). Development of professional roles in the practice of public relations in Chile. *Public Relations Review*, 38(3), 446-453. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2012.04.001>
- Mellado, C. & Hanusch, F. (2011). Comparing professional identities, attitudes, and views in public communication: a study of Chilean journalists and public relations practitioners. *Public Relations Review*, 37(4), 384-391. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2011.08.014>
- Men, L. R. & Yue, C. A. (2019). Creating a positive emotional culture: Effect of internal communication and impact on employee supportive behaviors. *Public Relations Review*, 45(3), 101764. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2019.03.001>
- Molleda, J. C. & Suarez, A. M. (2003). El papel de los profesionales colombianos de relaciones públicas como agentes de transformación social: cómo la crisis del país obliga a los profesionales, a ir más allá de la comunicación con los públicos organizacionales (The role of Colombian public relations professionals as agents of social transformation: how the country's crisis forces professionals to go beyond communication with organisational audiences). *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 2(3), 86-134. <https://revistas.udem.edu.co/index.php/anagramas/article/view/1244>

- Molleda, J. C., Moreno, Á., & Navarro, C. (2018). Professionalization of public relations in Latin America: A longitudinal comparative study. *Public Relations Review*, 43(5), 1084-1093. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2017.08.003>
- Moreno, A., Molleda, J. C., Álvarez Nobell, A., Herrera, M., Athaydes, A. & Suárez, A. M. (2019). *Comunicación estratégica y sus retos: fake news, confianza, información para la toma de decisiones, liderazgo y compromiso laboral. Resultados de una encuesta en 19 países* (Strategic communication and its challenges: fake news, trust, information for decision making, leadership and work commitment. Results of a survey in 19 countries). EUPRERA/Dircom.
- Moreno, Á., Navarro, C., & Fuentes-Lara, C. (2022). Factors affecting turnover intentions among millennial public relations professionals: the latin american case. *Public Relations Inquiry*, 11(2), 199-220. <https://doi.org/10.1177/2046147x221081176>
- Moss, D., Likely, F., Sriramesh, K., & Ferrari, M. A. (2017). Structure of the public relations/communication department: Key findings from a global study. *Public Relations Review*, 43(1), 80-90.
- Norén, F. (2019). H-Day 1967 – An alternative perspective on “propaganda” in the historiography of public relation. *Public Relations Review*, 45(2), 236-245. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2018.10.004>
- Peinado-Vara, E. (2011). RSE en América Latina. In A. Vives & E. Peinado-Vara (Eds.), *La responsabilidad social corporativa de la empresa en América Latina* (The corporate social responsibility of the company in Latin America) (pp. 65-83). Banco Interamericano de Desarrollo.
- Pradana, F. J. (2023). *Comunicación institucional de la diplomacia pública: los gabinetes de comunicación de las embajadas de España en el exterior* (Institutional communication of public diplomacy: the communication offices of the Spanish embassies abroad). McGraw-Hill.
- Preciado-Hoyos, A. (2013). The role of public relations in corporate social responsibility programs in the Colombian electricity sector. *Public Relations Review*, 39(5), 591-593. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2013.07.004>
- Segura, M. S. (2021). Public communication in Latin America: Obstacles and overcoming experiences. *WAC Global*. <https://waccglobal.org/public-communication-in-latin-america-obstacles-and-overcoming-experiences/>
- Sommerfeldt, E. J. (2013). Networks of social capital: Extending a public relations model of civil society in Peru. *Public Relations Review*, 39(1), 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2012.08.005>
- Thelen, P. D. (2021). The status of public relations research addressing Latin America: A content analysis of published articles from 1980 to 2020, *Public Relations Review*, 47(4), 102079. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2021.102079>
- Waisbord, S. & Amado, A. (2017). Populist communication by digital means: presidential Twitter in Latin America. *Information, Communication & Society*, 20:9, 1330-1346, <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1328521>
- Waisbord, S. (2018). Truth is what happens to news: On journalism, fake news, and post-truth. *Journalism Studies*, 19(13), 1866-1878. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1492881>

Yue, A. (2021). Navigating change in the era of COVID-19: The role of top leaders' charismatic rhetoric and employees' organizational identification. *Public Relations Review*, 47(5), 102118. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2021.102118>

SOBRE EL AUTOR

FRANCISCO-JOSÉ PRADANA, graduado en Comunicación Publicitaria y en Protocolo y Organización de Eventos, máster en Dirección de Comunicación (URJC) y doctorando en Comunicación (UVigo). Profesor del departamento de Comunicación y director de posgrado en la Universidad Europea de Madrid. Sus intereses de investigación se centran en la comunicación organizacional y de las instituciones públicas. Forma parte del grupo de investigación Comunicación, sociedad y organizaciones (IMPACTA) de la Facultad de Ciencias Económicas, Empresariales y de la Comunicación de la UEM.

 <https://orcid.org/0000-0003-2323-1509>