



icono 14

# VI Congreso Internacional de Investigación y Relaciones Públicas

## Actas

Ana Belén Fernández  
Francisco García (Eds.)

Pontevedra  
5 y 6 de mayo de 2011  
Universidade de Vigo

ASOCIACIÓN CIENTÍFICA DE INVESTIGACIÓN DE LAS  
NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN *ICONO14*  
REVISTA DE COMUNICACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS



**ICONO14**

Revista de Comunicación y  
Nuevas Tecnologías  
ISSN: 1697-8293  
ISBN: 978-84-938070-8-5

**Dirección del Congreso**

Ana Belén Fernández Souto

**Coordinación**

Ana Belén Fernández Souto

**Comité Científico**

Antonio Castillo  
Alfonso González Herrero  
Asunción Huertas  
M<sup>a</sup> Ángeles Moreno  
Enric Ordeix  
M<sup>a</sup> Teresa Otero  
Ana Belén Fernández Souto  
M<sup>a</sup> Carmen Carretón  
Kathy Matilla  
Paul Capriotti

**Coordinación publicación**

Ana Belén Fernández Souto  
Francisco García García

# VI Congreso Internacional de Investigación y Relaciones Públicas

ASOCIACIÓN CIENTÍFICA DE INVESTIGACIÓN DE LAS NUEVAS  
TECNOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN *ICONO14*  
REVISTA DE COMUNICACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

Ana Belén Fernández Souto  
Francisco García García (Eds.)

C/ Salud, 15 5º Dcha.  
28013 – Madrid  
[www.icono14.net](http://www.icono14.net)  
[info@icono14.net](mailto:info@icono14.net)

## Actas



# VI CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS

## Índice

Presentación <i>[Antonio Castillo]</i>	9
<i>Sección 1. FORMACIÓN E INVESTIGACIÓN EN RR.PP.</i>	
1. Decálogo para la formación del Relacionista Público en Suramérica <i>[Sandra Orjuela Córdoba]</i>	12
2. Bolonia primer año: los estudios universitarios de RRPP en Cataluña en el curso 2010-11 <i>[Kathy Matilla y Salvador Hernández]</i>	35
3. Modelo de practicum para la docencia de RRPP <i>[David Caldevilla y Luis Felipe Solano]</i>	60
4. La carrera de Protocolo. Controversia crítica del nuevo grado desde los Estudios de Relaciones Públicas <i>[Fernando Ramos]</i>	79
5. La integración de la publicidad y las relaciones públicas en el Espacios Europeo de Educación Superior: de cómo la asignatura <i>Sistemas y procesos de la publicidad y las relaciones públicas</i> puede convertirse en una opción integradora dentro del grado <i>[Pedro Hellín y Javier García]</i>	96
6. La Responsabilidad Social y las RRPP. Un recorrido por las principales publicaciones especializadas <i>[Isabel María Ruiz Mora]</i>	107
7. La investigación sobre relaciones públicas en las revistas españolas de comunicación (2008-2010) <i>[María Isabel Míguez González]</i>	124
8. La investigación en RRPP: tendencias y paradojas <i>[M<sup>a</sup> Teresa García Nieto]</i>	139
9. Aprendizaje informal de comunicación. Alcance del aprendizaje informal en una material universitaria de comunicación en red social abierta <i>[Daniel Martí]</i>	159

10. PROTO-COL. Red Interuniversitaria de trabajo colaborativo e “protocolo y gestión de eventos” [Conchi Campillo y Alejandra Hernández] 169

*Sección 2. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE RRPP*

1. Nuevos paradigmas de la comunicación integrada en las instituciones de la administración pública [Manuel Pinto y Florbela Teixeira] 188
2. Investigación sobre la estrategia de RRPP para el turismo alicantino [María Dolores Fernández y M<sup>a</sup> Carmen Carretón] 223
3. Análisis de la comunicación y las RRPP en el ámbito rural [Sunsu Huertas] 245
4. Estrategias de RRPP en el tercer sector [María Jesús Fernández] 267
5. Valoración y usos de las RRPP en el sector textil. El caso de las principales firmas gallegas [Jesús Pérez Seoane] 288
6. Mapa de comunicación en la industria de las regiones sur y sudeste de Brasil [Andreia Athaydes y Elizabeth Pazito] 298
7. Los nuevos públicos en la comunicación universitaria: una reflexión sobre las prioridades del renovado escenario universitario [José C. Losada Díaz] 309

*Sección 3. GESTIÓN DE COMUNIDADES Y PÚBLICOS EMERGENTES*

1. RRPP en las redes sociales. Publicity personal de los usuarios personales de Facebook. El modelo, las estrategias y evaluación [Emilia Smolak Lozano] 328
2. Relaciones Públicas 2.0: twitter y la comunicación interna [Magda Mut Camacho] 354
3. Posicionamiento de los cibermedios españoles en las redes sociales. Empleo de los social media para fidelizar lectores [Carmen Costa y M<sup>a</sup> Teresa Piñeiro] 368
4. Redes sociales, microblogging y RRPP 2.0: análisis de las posibilidades y de las prácticas comunicativas en el sector español de e-salud [Laura M<sup>a</sup> Vázquez Viaño] 378
5. Redes sociales para mayores y/o mayores en las redes sociales [M<sup>a</sup> Carmen Carretón e Irene Ramos] 395
6. Comunicación corporativa en redes sociales en Internet. Presencia y comunicación de las cadenas de distribución de alimentación de capital 100% gallego [Carlos M. Cano Díaz] 415
7. Las instituciones ante las RRPP 2.0: el caso wikileaks y sus posibles implicaciones [Isabel Suárez Castaño] 435
8. Diplomacia 2.0: análisis de las prácticas informativas y de relación con los públicos desde los websites de las Cancillerías latinoamericanas [Agrivalca R. Canelón] 444

9. Organizaciones no gubernamentales y gestión de capital humano a través de la página web: ¿hacia una dependencia ciudadana? [María del Mar Soria y Antonio Castillo]	477
10. La creación de imagen en Internet. Facebook como herramienta de comunicación externa de las empresas [Francisco Javier Godoy]	491
11. Análisis cualitativo de gestión de comunicación en una comunidad virtual: blogs en español de moda [Bárbara R. Liniado]	505
12. Microblogging corporativo [M <sup>a</sup> Luz Álvarez]	514
13. Las relaciones públicas con la función de gestión de contenidos de comunidades virtuales, el caso de los consumidores tribales [Sandrina Teixeira y Ana Lima]	524

#### Sección 4. EXPERIENCIAS Y CASOS DE RRPP

1. Análisis de los elementos de noticiabilidad del Papa de Roma en la sacralización de la Sagrada Familia y su visita a la ciudad de Barcelona el 7 de noviembre de 2010 [Enric Ordeix y Ferrán Lazuela]	538
2. La imagen de Andalucía a través de la prensa internacional [Alberto Arjona Romero]	550
3. Las RRPP como estrategia de desarrollo turístico sustentable: el caso del humedal de la desembocadura del Río Maipo [Marcela Fabiola Olea]	600
4. Análisis de la estrategia de comunicación empleada por Spanair tras el accidente aéreo del 20 de agosto de 2008 [Goretti Castro Rey]	620
5. La incorporación de estrategias de RSC en las emisoras televisivas españolas: Antena3 y su implicación en políticas sociales y medioambientales [Silvia García Mirón]	635

#### Sección 5. RRPP ESPECIALIZADAS

1. RRPP y protocolo en los premios cinematográficos: la ceremonia de los Oscar [Anna Amorós y Patricia Comesaña]	655
2. El protocolo como gestor de la imagen pública: actos oficiales en el franquismo [M <sup>a</sup> Teresa Otero Alvarado y Elizabeth Castellero]	669
3. Protocolo en las Fuerzas y cuerpos de seguridad del Estado [Jessica Fernández Vázquez]	683
4. Los certámenes Luar/Luada: eventos de RRPP en el sector de la moda gallega [Natalia Quintas Froufe]	695

5. La organización de eventos como estrategia de RRPP de una ciudad mediana. El caso del centenario de Ribeira [ <i>Xosé Baamonde, Oswaldo García y David Formoso</i> ]	706
6. Comunicación interna y fusiones de empresa: un caso del pasado, una oportunidad para el futuro [ <i>Anabela Félix Mateus</i> ]	719
7. Comunicación política y think tanks. Estudio de sus estrategias de poder en España [ <i>Antonio Castillo y Rocío Sánchez</i> ]	742
8. Las RRPP en la comunicación política de Michelle Obama [ <i>Vicenta Hernández y David Barceló</i> ]	754
9. Nuevas formas digitales en las RRPP políticas [ <i>Ana Almansa</i> ]	768
10. Gestión de la comunicación de crisis de un medio local [ <i>Octavio Rodríguez Nieto</i> ]	784
11. Gestión de comunicación de crisis en organizaciones públicas y privadas: un estudio sobre la realidad portuguesa [ <i>Ana Mafalda Dos Santos Portas</i> ]	801

# VI CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN Y RR.PP.

## Presentación

Antonio Castillo

### Presentación

La Universidad de Vigo recibe una nueva edición del Congreso anual de la Asociación de Investigadores en Relaciones Públicas (AIRP). Este evento está centrado en el papel de las relaciones públicas en los tiempos de crisis. En un entorno cada vez más cambiante y con una creciente incertidumbre sobre el entorno social y económico, el papel de las relaciones públicas ha devenido en esencial para gestionar la comunicación de las organizaciones. Con esta sexta edición se consagra plenamente un congreso que reúne a los principales investigadores españoles en relaciones públicas y permite el intercambio de investigaciones y estudios.

Los principales objetivos de la AIRP fomento de la investigación, la enseñanza, el debate y la publicación de toda la labor cultural y científica relacionada con las Relaciones Públicas. Para ello, se van a presentar investigaciones por parte de los casi sesenta participantes con procedencia de España y del extranjero como son Portugal, Venezuela, Brasil o México.

Las Universidades españolas que participan son numerosas y en este congreso se van a reunir

docentes e investigadores de Vigo, Alicante, Málaga, Complutense de Madrid, Sevilla, Rovira i Virgili, Ramón Llull, Oberta de Catalunya, Cádiz, Castellón, Católica de Murcia o Murcia. Todo ello en un entorno en el que se está produciendo la plena implantación del Espacio Europeo de Enseñanza Superior (EEES) en grado y posgrado.

Las mesas de trabajo en las que se van a presentar las últimas investigaciones abarcan la formación e investigación, la planificación estratégica, la gestión de comunidades y públicos emergentes, experiencias y casos profesionales y relaciones públicas especializadas. Eso va a permitir mapear la situación de las relaciones públicas en España y valorar la actividad docente y profesional.

Finalmente, señalar que los textos presentados suponen un avance en el estudio del papel de las relaciones públicas en las organizaciones públicas y privadas. En este sentido, es necesario valorar y valorizar el papel de la gestión estratégica en comunicación.

