Correspondencias & Análisis, 14, julio-diciembre 2021
ISSN: 2304-2265
https://doi.org/10.24265/cian.2021.n14.08

Papel confiable de las relaciones públicas en procesos de innovación social

Reliable role of public relations in social innovation processes

Recibido: 07/08/2021
Aceptado: 05/11/2021
Publicado: 06/12/2021

Rosa María Torres Valdés
Correspondencia: rosa.torres@ua.es
https://orcid.org/0000-0002-4618-1527
Universidad de Alicante, España

Resumen

La *innovación social* es reconocida por organismos multilaterales como una forma de hacer frente de modo creativo y colaborativo a demandas sociales que no son satisfechas, ni desde lo público ni desde lo privado. Este reto requiere de gestión relacional confiable entre actores con intereses diversos y a veces contrapuestos. En tal sentido, la función social de las relaciones públicas (RRPP) puede prestar un servicio importante para prevenir resistencias a los cambios sociales que entrañan los procesos de innovación. La literatura consultada muestra que las teorizaciones sobre innovación social, recomiendan cultivar capital relacional y las teorías y modelos de RRPP proveen de métodos y técnicas para alcanzar de modo confiable dicho capital. Se presenta una investigación documental y un caso de estudio basado en la investigación-acción-participativa que es la base de un protomodelo teórico de intervención de las RRPP confiables en procesos de innovación social. Es un estudio exploratorio y descriptivo con una metodología secuencial.

Palabras clave: relaciones públicas, innovación social, confianza, investigación-acción-participativa.

Para citar este artículo:

Torres, R. M. (2021). Papel confiable de las relaciones públicas en procesos de innovación social. *Correspondencias & Análisis*, (14), 169-208. https://doi.org/10.24265/cian.2021.n14.08

Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional (CC - BY 4.0).

Abstract

Social innovation is recognized by multilateral organizations as a way to cope creatively and collaboratively with social demands that are not satisfied, neither from the public nor from the private. This challenge requires management reliable relationship between actors with diverse and sometimes conflicting interests. In this sense, the social function of public relations (PR) can provide an important service to prevent resistance to social changes that involve innovation processes. The literature consulted shows that theorizations on social innovation, recommend cultivating relational capital and theories and models PR provide methods and techniques to reliably achieve said capital. A documentary investigation and a case study based on the participatory-action-research that is the basis of a theoretical prot-model of intervention of reliable PR in social innovation processes. It's a study exploratory and descriptive with a sequential methodology.

Keywords: public relations, social innovation, trust, participatory-action research.

Introducción

La *innovación social* parece consolidarse como parte de las agendas gubernamentales con la misión de satisfacer actuales necesidades sociales. Lo que se logra con la puesta en marcha de proyectos e iniciativas creativas y sostenibles diseñadas mediante procesos participativos y con una gran componente relacional de confianza que representa un espacio de oportunidad para las Relaciones Públicas (RRPP) en el complejo escenario actual. En este sentido, Hernández-Ascanio et al. (2016) consideran fundamental desarrollar profundizaciones teóricas sobre las relaciones entre actores, la sistematización de procesos y la medición de impacto de los mismos.

La iniciativa emblemática de Europa 2020, «Unión por la innovación» (COM, 2010), contempla en su definición de innovación social, nuevas formas de satisfacer necesidades sociales que no se encuentren adecuadamente cubiertas por el mercado o el sector público, así como, producir cambios de comportamientos conducentes a cambios sociales positivos.

Del mismo modo, Rodríguez y Alvarado (2008), en el reporte sobre innovación social para la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), consideran que las innovaciones en el campo social surgen en entornos en los que ni el sector público ni el mercado han sabido responder adecuadamente a las necesidades y demandas de la población; por ello, recomiendan que los actores involucrados en el diseño y gestión de políticas públicas deberían hacer un esfuerzo por vincularse a procesos de innovación y cambio social.

Puede apreciarse el trasfondo relacional y de gestión de la confianza que subyace en las visiones europea y latinoamericana, lo que implica la capacidad de establecer nuevas relaciones confiables que promuevan la colaboración entre actores involucrados. Por lo tanto, se trataría de redimensionar las RRPP para optimizar la dinámica comunicacional entre las realidades sociales y empresariales, así como reconfigurar transdisciplinariamente las conversaciones de RRPP a partir de cuestionarse qué efectos tiene desde el punto de vista social la práctica profesional de las RRPP (Mckie y Munshi, 2007; Sánchez de Walter, 2012).

Una de las claves de la innovación social es la replicabilidad, dado que el proceso de gestión es multiactoral e interinstitucional, con base en la confianza para compartir conocimiento. Por esta razón, en el presente estudio se plantea el siguiente objetivo: Identificar el papel que juega el ejercicio de las relaciones públicas en procesos de innovación social. Información que resulta relevante y trascendente, ya que permite establecer un modelo teórico transdisciplinar sobre la función social de las RRPP del siglo XXI para implementarse en procesos de innovación social.

Se define, por lo tanto, un problema de estudio sobre el papel que puede desempeñar la práctica de las RRPP en procesos de estímulo de inteligencia colectiva (conocimiento compartido gracias a la confianza) y mejora de la calidad social en general, y de la calidad organizacional (pública o privada) en particular.

Pero sobre todo, en el contexto actual que se vive a nivel mundial, es urgente enfrentar la crisis provocada por los estragos de la pandemia por COVID-19, que se traduce en problemas sanitarios, sociales, económicos, ambientales y de toda índole. En consecuencia, es fundamental considerar la agenda 2030 para el desarrollo sostenible, que busca un compromiso común y universal, que va más allá de acciones de responsabilidad social corporativa y que, de acuerdo con Noguero (2006), es un espacio que las agencias de RRPP no supieron desarrollar en su momento, pero que

ahora se hace imprescindible. Se deben realizar esfuerzos de comunicación transformadora en los que las RRPP tienen mucho que decir. De hecho, Grunig (2011), ya advertía que el papel de las RRPP en la sociedad actual debía ir más allá de la mera actividad comunicativa persuasiva de la organización sobre los públicos sin tener en cuenta las consecuencias de la conducta organizacional. Vale decir, se hace cada vez más urgente ser innovador.

Al respecto, la innovación social y los proyectos sobre este tema tienen relación con elementos clave, como valores sociales compartidos, conocimiento compartido, capital social, economía de la confianza y procesos participativos para el cambio social. Sin embargo, a pesar de que el factor relación se encuentra implícito, no contempla el estudio de las RRPP y su posible intervención para alcanzar dichos elementos. También, se encuentran estudios sobre RRPP y responsabilidad social, pero son escasos los trabajos que contemplan la diada RRPP e innovación social.

En función de lo descrito, surgen las siguientes interrogantes: ¿es posible hablar de resignificación del discurso y la práctica de RRPP para intervenir en procesos de innovación social?; ¿cuál es la relación transdiciplinar entre RRPP e innovación social?; ¿es posible desarrollar prototipos conceptuales, funcionales y transferibles de RRPP para la innovación social?; ¿es factible testar los prototipos (a pesar de no ser tecnológicos) y presentar un modelo teórico sustentado en ensayos reales, para su transferencia y replicado?

En esta investigación-acción-participativa (IAP) con carácter longitudinal, además de revisar la literatura, se crea un prototipo conceptual y funcional para transferir y replicar, lo que es fundamental en procesos de innovación social. Además, como resultado de la investigación-acción-participativa, se realiza un caso de estudio y la base para la creación de un modelo teórico transdisciplinar de la nueva función social de las RRPP del siglo XXI: Favorecer procesos de innovación social, sentando bases para llevar a cabo transiciones de modelos de gestión que no contribuyen a la mejora de la calidad social a otros modelos con capacidad para configurar propuestas innovadoras inclusivas y sostenibles en amplio sentido.

Marco teórico

Antecedentes relevantes: breve aproximación

En el ámbito académico, los orígenes del estudio de la innovación social se encuentran en los trabajos de Shumpeter sobre procesos de innovación (1912); Max Weber sobre invención social (1920) y William F. Ogburn (1922), quien plantea la hipótesis del «retraso cultural»; todo lo cual es retomado por Coleman quien interpreta la innovación social como «la aparición de nuevas formas organizadas de relación social … o nuevas formas de interacción social» (como se citó en Martínez-Celorrio, 2017, p. 65).

El aporte de la innovación social es la gestión de la diversidad, entendida como la práctica de la cooperación entre actores y agentes diversos, generando diálogos transversales y multidisciplinares (Unceta y Barandiarán, 2019). Estos diálogos, deberían abordar saberes e ignorancias de los públicos concernidos en la gestión de problemas complejos, proceso en el que las RRPP imprimen una nueva pedagogía como función social moldeadora de la interacción empresarial y social (Cerón, 2011); para ejercitar dicha función social, se requieren urgentemente de proyectos que consideren a la humanidad y la sociedad (Pérez, 2000), «afirmación totalmente vigente en la actualidad» (Leuridan, 1999, como se citó en Pérez, 2000).

En este sentido, Moreno et al. (2020, p. 105) consideran necesaria la implementación de un modelo de comunicación «que ayude a construir una visión colectiva de los problemas al que denominan ‘comunicación evolutiva’; y que definen como «aquella que se desarrolla en las plataformas de innovación social-organizaciones multiactor, multicapa y multiproyecto y que pone énfasis en los procesos y en las interacciones que llevan a conversaciones transformadoras». En esa misma línea, Lasa y Soto (2021) afirman que la innovación social debe estar al servicio de la transformación social y acuñan el concepto de innovación social transformadora como modelo de desarrollo de la sociedad fundamentada en valores, solidaridad, reparto de riqueza, participación social y calidad de vida.

Ahora bien, transformación supone cambio, y los cambios de modelos de gestión no son sencillos dado que intervienen numerosos factores económicos, educativos, culturales, políticos, entre otros, que generan resistencias. En este punto, asoma el posible papel de las RRPP confiables para gestionar transiciones de modelos de

gobernanza organizacional menos sostenibles a otros más sostenibles; ello es así porque la gestión de transiciones es un nuevo campo de especialización de RRPP basado en la función de prevención de conflictos, que utiliza la teoría y técnicas de RRPP para identificar redes localizadas de innovación (nichos estratégicos) y manejar las acciones informativo-comunicativas sobre la base de principios de gobernanza en el actual marco de complejidad e incertidumbre, estimulando la participación social para impulsar la transición entre modelos.

Autores como Gerometta et al. (2005), Westley et al. (2010), Changhwan (2016) y Unceta et al., (2017) consideran que las innovaciones sociales se estructuran en torno a un proceso creativo y colectivo de aplicación de conocimiento para el desarrollo de productos, métodos y/o servicios que facilitan la integración sostenible de grupos vulnerables en un estándar aceptado de bienestar. Las RRPP no son ajenas ni a los procesos creativos ni mucho menos a los procesos colectivos; muy por el contrario, favorecer transiciones para cambios sociales requiere del manejo adecuado de relaciones de confianza y desconfianza interpersonal e interinstitucional. Por ello, se entiende que hablar de gestión de la confianza remite a la teoría de la responsabilidad profesional de las RRPP propuesta por Fitzpatrick y Gauthier (2001), y actualizada como *Responsible advocacy theory* (Haque y Ahmad, 2017). Ambas teorías preconizan que la ética en las relaciones públicas juega un papel vital en la comunicación interpersonal para desarrollar la confianza pública y la credibilidad de las organizaciones; y advierten de los riesgos que conlleva la mala praxis de utilización mercantilista de la responsabilidad social, porque genera desconfianza hacia las propias RRPP (Benn et al., 2010; Ozdora et al., 2016). De hecho, Michelini (2012) describe la innovación social como un proceso de evolución de la responsabilidad social corporativa, un nuevo paradigma que incluye la noción de valores compartidos entre organizaciones públicas, empresas privadas y ciudadanía, y que contribuye a una sociedad más sostenible. Bien gestionadas las RRPP actúan como catalizadoras de innovación en la cadena de valor empresarial (Arce, 2018). Valor tanto económico, como social, por esta razón el escenario actual plantea retos de comunicación con relación al conocimiento colectivo, el capital cognitivo y la innovación social, como elemento clave en la consolidación del capital social (Jaillier et al., 2015).

No se debe obviar el componente relacional del capital social, tan necesario para producir transiciones, cambios e innovaciones sociales; por ello, desde una perspectiva de innovación abierta, Delgado et al. (2011, p. 209) identifican tres dimensiones del

capital social: una dimensión relacional que implica confianza y apoyo social, una dimensión cognitiva que supone una visión compartida, y una dimensión estructural complementaria y concebida como la red social generada por las organizaciones empresariales.

Así las cosas, podría decirse que teóricamente el rol de las RRPP confiables tiene que ver con procesos de coorientación entre actores para generar relaciones colaborativas de confianza cuyo sustrato es valores y conocimientos compartidos. Como lo señala López (2014), la innovación social como constructo implica interacciones que posibilitan encuentros conversacionales entre actores que dan lugar a fusiones creativas que se unen en un acto de cocreación, lo que de algún modo converge con la perspectiva crítica de las RRPP que busca la resignificación de la práctica profesional y la ampliación del campo de investigación a partir de la formulación de preguntas funcionales y críticas (L'Etang, 2005, 2006; L'Etang et al., 2015), para salir de las zonas de confort y tomar acción frente a los retos que la complejidad actual presenta a las organizaciones públicas y privadas. De hecho, las RRPP ubicadas en el ámbito de las ciencias sociales y de la comunicación, poseen ya un corpus de conocimientos de carácter psico-socio-antropológico y humanístico que resultan de enorme utilidad para plantear dichas preguntas funcionales y críticas y buscar las respuestas. Las RRPP como «disciplina científica han tenido un desarrollo posterior a su actividad profesional, de modo que las teorizaciones surgen como respuesta a la necesidad de conocer el para qué, el cómo y el porqué de las actividades propias de la profesión» (Castillo, 2009, p. 11). La intervención de las RRPP en procesos de innovación social, requiere de la integración de sistema de conocimientos conformado por la antropología, filosofía, política y ética pública, para que en el decir de L'Etang (2009, p. 55) la gestión de RRPP no corra el riesgo de convertirse en «meros curanderos organizativos».

Estas reflexiones se relacionan con lo postulado por Noguero (1995):

> La naturaleza de las Relaciones Públicas radica en el análisis, estudio y desarrollo permanente de su «máxima filosofal»: Hacerlo bien y hacerlo saber. Objetivo que la *conditio sine cua non* que ha de presidir la actividad tanto de los sujetos promotores de las Relaciones Públicas como la de los ejecutores, puesto que de otra forma no se producirá el efecto esperado en los sujetos receptores. (pp. 46-47)

Precisamente del análisis epistemológico desarrollado por Noguero (1995), que parte del análisis gramatical de la expresión *Relaciones Públicas*, (del latín *relatio, relationis, y publicum,publica, publicum*), surge la atribución de una función social de las RRPP, para «forjar el entendimiento mutuo mediante una conducta aceptada y responsable» (p. 47), lo que supone el manejo de una «pluralidad de conceptos entendido como cultura y pensamiento de carácter filosófico-social» (p. 48). Por lo que es posible destacar que el conocimiento interdisciplinar moldea la función social de las RRPP, que se alimenta de aspectos plurales del conocimiento, que son necesarios para intervenir de modo confiable en procesos de innovación social. En función de lo planteado, se define Relaciones Públicas Confiables como RRPP mediadoras que buscan la coorientación y equilibrio de intereses entre organizaciones y sus públicos para generar relaciones de confianza y redes colaborativas basadas en valores sociales y éticos compartidos, todo ello, con el objetivo de favorecer diálogo para visualizar posibilidades de mejora, en lugar de 'vender soluciones'. Aceptamos que la confianza se construye con el tiempo y entraña creencias o expectativas de reciprocidad y seguridad. Hevia de la Jara (2007) defiende la tesis que solo cuando se comprende la naturaleza relacional de los conceptos confianza o desconfianza, es posible implementar mecanismos de intervención para aumentar los niveles de confianza en proyectos, personas u organizaciones.

Sinergias entre los modelos y metodologías de innovación social y modelos y metodologías de Relaciones Públicas

Modelos y metodologías utilizados en procesos de innovación social

La innovación social presenta numerosos y diversos abordajes, aun así, en todos ellos hay elementos clave en común que necesariamente deben darse para que una propuesta sea considerada de innovación social. De acuerdo con Simon et al. (2014), dichos elementos son:

(a) Novedad en las intervenciones o diseño de programas para responder a necesidades sociales.

(b) Novedad en las prácticas que determinan nuevos roles y relaciones profesionales (en este punto se considera a las RRPP).

(c) Novedad en los procesos y la manera de relacionarse en la diversidad, atendiendo a la cocreación y producción colaborativa que involucra a los beneficiarios.

(d) Novedad regulatoria, dado que se reconocen nuevos derechos lo que en términos de cambio social incide en la legislación.

(e) Novedad en la forma de organización, conocidas como empresas sociales.

Investigadores como Bradach (2003), Wheatley y Frieze (2006), Buckland y Murillo (2013), entre otros, consideran que la replicabilidad, escalabilidad y sostenibilidad son condiciones imprescindibles para considerar que una propuesta es de innovación social, razonable y responsable.

De modo que, a pesar de las tensiones entre teorizaciones y enfoques sobre innovación social, en síntesis, los criterios coincidentes de todos ellos son novedad, relaciones cooperativas, impacto social positivo, escalabilidad y sostenibilidad, que bien pensado constituyen etapas de proceso que tienen su origen en una demanda social.

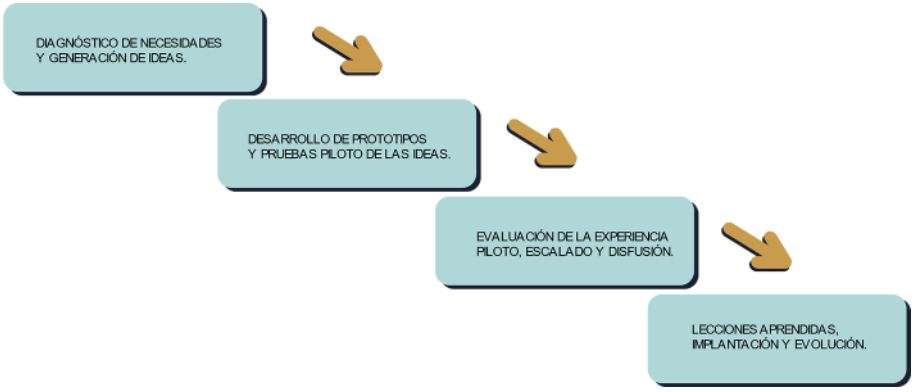
A partir de estos elementos clave en común, puede encontrarse diversos modelos de innovación social, entre los que destacan el modelo de Wheatley y Frieze (2006); el modelo en cuatro etapas de Mulgan (2006) o el de seis etapas propuesto por Murray et al. (2010). El primero de carácter, lineal enfatiza en la dimensión relacional transversal en cada una de las tres etapas (Figura 1 y los dos últimos, Figuras 2 y 3 respectivamente) coinciden en la necesidad de identificar necesidades y desarrollar prototipos de posibles soluciones o programas piloto, antes de pasar a replicabilidad y escalabilidad. Difieren en que el primero presenta un modelo secuencial ordenado, y el segundo en cambio como evolución del anterior, es más realista, y plasma que las etapas no siempre son secuenciales. En las siguientes figuras se resumen los procesos de cada modelo (3, 4 y 6 etapas respectivamente).

Figura 1
Proceso de innovación social en tres etapas de Wheatley y Frieze

Nota. Adaptado de Wheatley y Frieze, 2006.

En la Figura 1 se muestra tres etapas: redes, comunidades de prácticas y sistemas de influencia. Puede apreciarse la dimensión relacional que subyace en todas ellas.

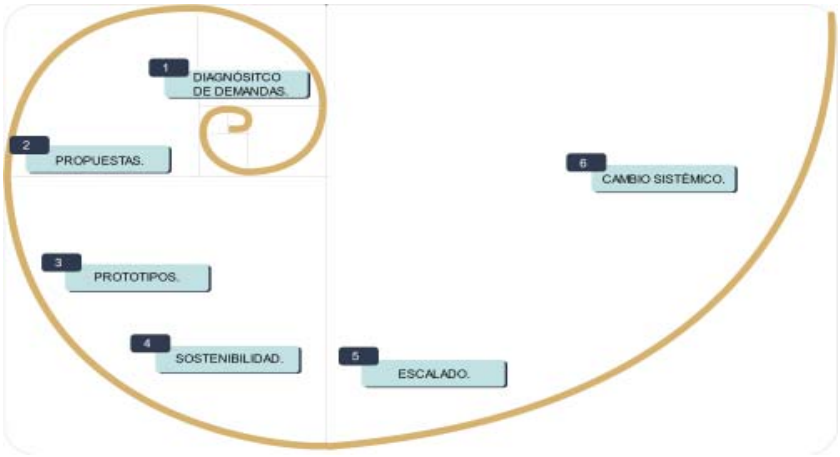
Figura 2
Proceso de Innovación social en cuatro etapas propuesto por Mulgan



Nota. Adaptado de Mulgan, 2006.

Puede observase en la Figura 2 que el proceso es secuencial y queda abierto a evolución y cambios una vez implantados. Es relevante que el autor, para la elaboración de diagnósticos, asume en la explicación de su modelo que las personas son competentes para intentar resolver sus problemas, por ello se desarrollan prototipos con todos los actores involucrados. Esto implica una importante actividad relacional de confianza.

Figura 3
Proceso de innovación en seis etapas propuesto por Murray et al., 2010



Nota. Adaptado de Murray et al., 2010.

En la Figura 3, se muestra un modelo que consta de seis etapas que se retroalimentan entre ellas (de ahí la forma de espiral), de modo que no tienen por qué desarrollarse secuencialmente, como se ve en la Figura 2. Esto recuerda a la metodología de RRPP de constante monitoreo en todas las fases del trabajo. Los autores consideran que lo razonable es partir de las fortalezas de lo que se tiene, y lo responsable es visualizar colaborativamente evoluciones positivas del problema en que se interviene, más que pensar en términos de soluciones y búsqueda de culpables.

Modelos y metodologías propios de las RRPP aplicables a procesos de innovación social

Podría decirse ahora que la noción de RRPP abarca la relación entre saberes e ignorancias, así como los diálogos divergentes, de aplicación pedagógica y práctica (Harlow et al., 2017), con lo que el círculo de actores concernidos se amplía. En este sentido, la bidireccionalidad evoluciona a multidireccionalidad, la simetría y asimetría se amplían a multilateralidad (interpersonal y global), la excelencia se transforma en objetivo calidad social y la multidisciplina evoluciona a transdisciplina en ese «hacerlo bien y hacerlo saber» (Noguero, 1995, p. 46).

Es así, que el conocimiento científico de las RRPP enmarcado en las ciencias sociales y de la comunicación aporta modelos y metodologías para la intervención en procesos de innovación social dado que, a pesar de los giros que han dado los enfoques, teorizaciones y conceptualizaciones de RRPP a lo largo del tiempo, la mayoría guarda algo en común: la dimensión relacional entre las organizaciones y los públicos, como elemento fundamental, es común en los diferentes enfoques y teorizaciones sobre innovación social.

Existen diversos modelos que alineados con los momentos históricos, corrientes de pensamiento y teorizaciones destacan.

Modelo de Nolte

Este modelo diseñado por Nolte en 1979 y retomado por Noguero en 1995 se centra en la idea que las organizaciones deben adaptarse al medio y el medio a la organización.

Figura 4
Modelo de Lawrence W. Nolte

Nota. Adaptado de Noguero, 1995, p. 100.

En la Figura 4 se observa el modelo de Nolte que contempla el diseño de políticas y acciones orientadas a conocer las creencias y actitudes expresadas en términos de opinión pública, y así responder a las expectativas. Las expectativas en los procesos de cambio son factores clave para la generación de confianza o desconfianza.

Modelo de Raymon Simon

Para elaborar su modelo en 1984, Simon (1986), se basó en la definición de RRPP publicada por el *Public Relations News* en 1944, que las consideraba función de evaluación de actitudes del público para ganar su comprensión y aceptación mediante la identificación de sus políticas y procedimientos con el interés público. El modelo comprende tres pasos.

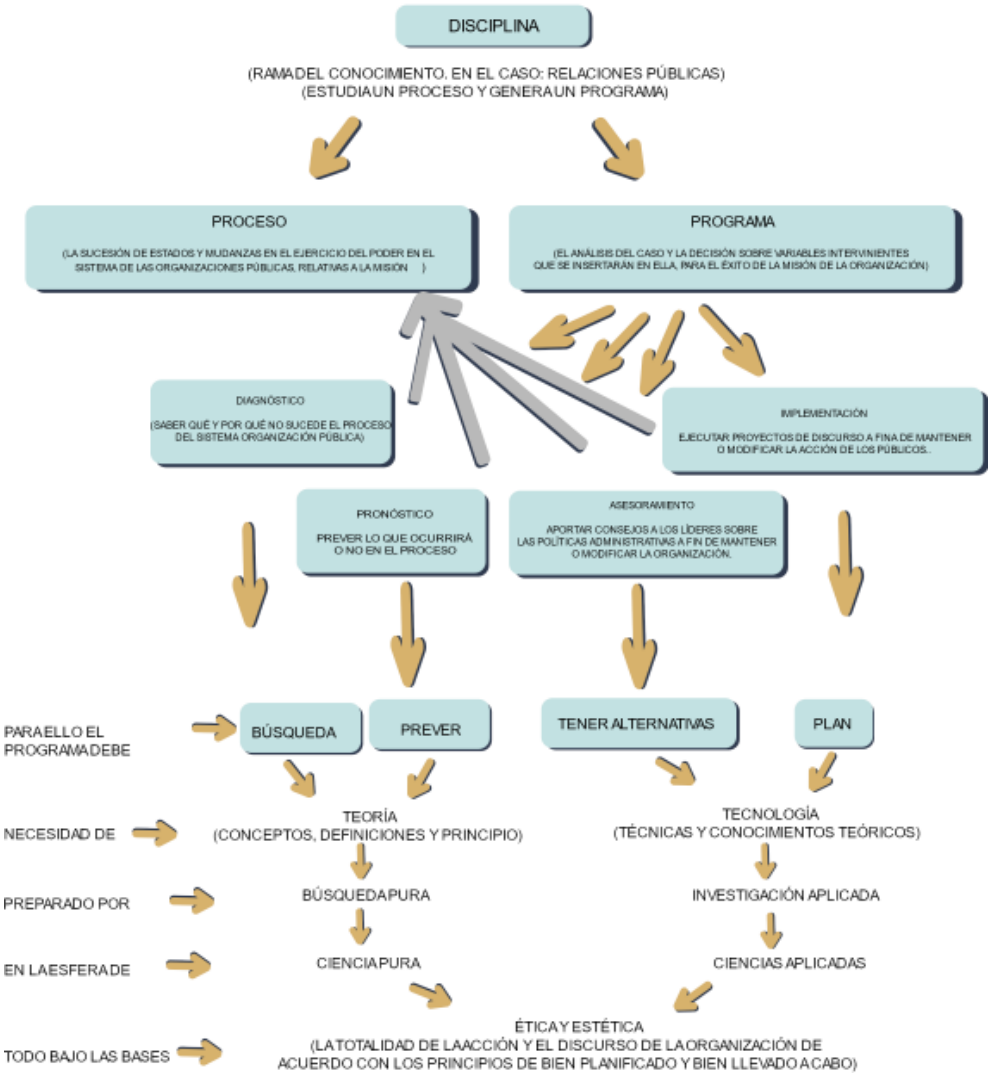
Figura 5
Modelo de Raymon Simon de tres pasos de la función de RRPP

En la Figura 5 se sintetiza el proceso de diagnóstico de las actitudes de los públicos frente a las políticas y procedimientos que van a emprenderse. Promover innovaciones y cambios sociales deben basarse en un diagnóstico de necesidades y expectativas para la prevención de conflictos por resistencia a los cambios, si no se percibe equilibrio de intereses.

Modelo de las relaciones públicas como proceso de Roberto Porto Simões

Expuesto por primera vez en 1984 por Simões.

Figura 6



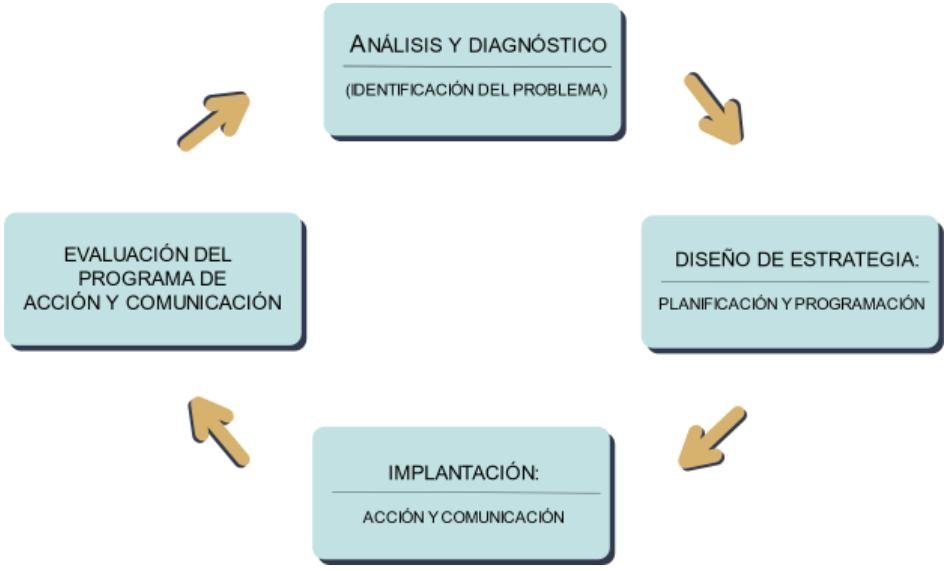
Nota. Adaptado de Simões, 2001, p. 3.

En la Figura 6 se presenta las RRPP como un proceso pluridimensional de interacción de la organización con la sociedad, atendiendo a la estructura psicosocial, cultural, económica, política, ideológica, jurídica-estatal, histórica y filosófica, sobre la base de un proceso comunicativo que se activa con la información. Este modelo contempla el proceso de las RRPP en todas sus variables en los niveles macro y micro (Simões, 2001). Esta visión, macro y micro, estética y ética interesa mucho en procesos de innovación social como se desprende de los modelos analizados anteriormente.

Modelo directivo de Cutlip, Center y Broon

Se trata de un modelo que los autores desarrollaron en 1985. Sostienen que la función de RRPP en la resolución de problemas se ejecuta en un proceso de cuatro pasos: (1) análisis de la situación para definir el problema de RRPP; (2) diseño de la estrategia que incluye la planificación y la programación; (3) paso de implantación, es decir, acción y comunicación; (4) evaluación del programa (Cutlip et al., 2001).

Figura 7
Modelo de cuatro pasos de Cutlip, Center y Broon



En la Figura 7 se explica el proceso cíclico de las RRPP que parte necesariamente de la diagnosis situacional antes de proceder a los diseños de programas, y finaliza con la evaluación, otro requisito indispensable, que en términos de innovación social, se refiere a la evaluación de impactos sociales.

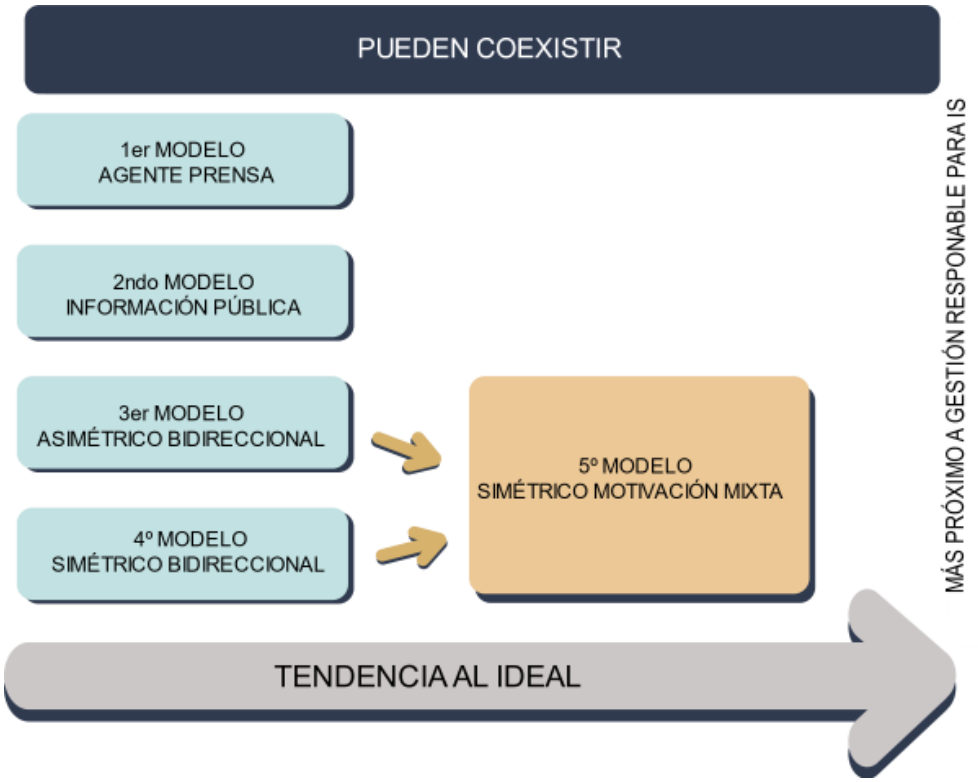
Los cuatro modelos de Grunig y Hunt, y el quinto modelo simétrico de motivación mixta propuesto por James Grunig, Larissa Grunig y Dozier

Los cuatro modelos de Grunig y Hunt fueron presentados en 1984 a raíz de la investigación de Grunig y Hunt (2000), quienes llegaron a la conclusión de que en las organizaciones se daban los siguientes modelos: (1) modelo de agente de prensa/ Publicity, de naturaleza unidireccional, con objetivos persuasivo-propagandísticos y de desinformación; (2) modelo de información pública, cuyo objetivo es informativo y también caracterizado por la unidireccionalidad; (3) modelo asimétrico bidireccional, según los autores con el objetivo de persuasión científica orientada a la modificación de actitudes de los públicos para ajustarlas a los intereses de la organización. La asimetría representa el desequilibrio; (4) modelo simétrico bidireccional, caracterizado por la búsqueda del mutuo entendimiento, mediante comunicación de naturaleza bidireccional entre organización y públicos, con el objetivo de equilibrar el doble flujo comunicativo.

En cuanto al quinto modelo, James Grunig, Larissa Grunig y David Dozier, en su búsqueda de modelos ajustados a la realidad profesional, desarrollan un nuevo enfoque que denominaron *Modelo Simétrico de motivación mixta*, presentado en 1995, cuyo objetivo es el balance de intereses, pero sin olvidar que priman los intereses de la organización, lo que parecería una contradicción en lo referente a balance y simetría. La simetría en este modelo se aborda desde la intención de bidireccional comunicativa entre *antagonistas cooperantes.* Algo que sin duda es muy sugerente para la *práxis* ética.

En la Figura 8 se presentan los cinco modelos que, aunque forman parte de un proceso de evolución y maduración en las RRPP, pueden coexistir. Lo interesante es que el quinto modelo de motivación mixta, es el más próximo a la concepción de un modelo de gestión responsable para promover la innovación social. A pesar que en realidad los modelos pueden coexistir, la práctica de la desinformación resulta poco ética.

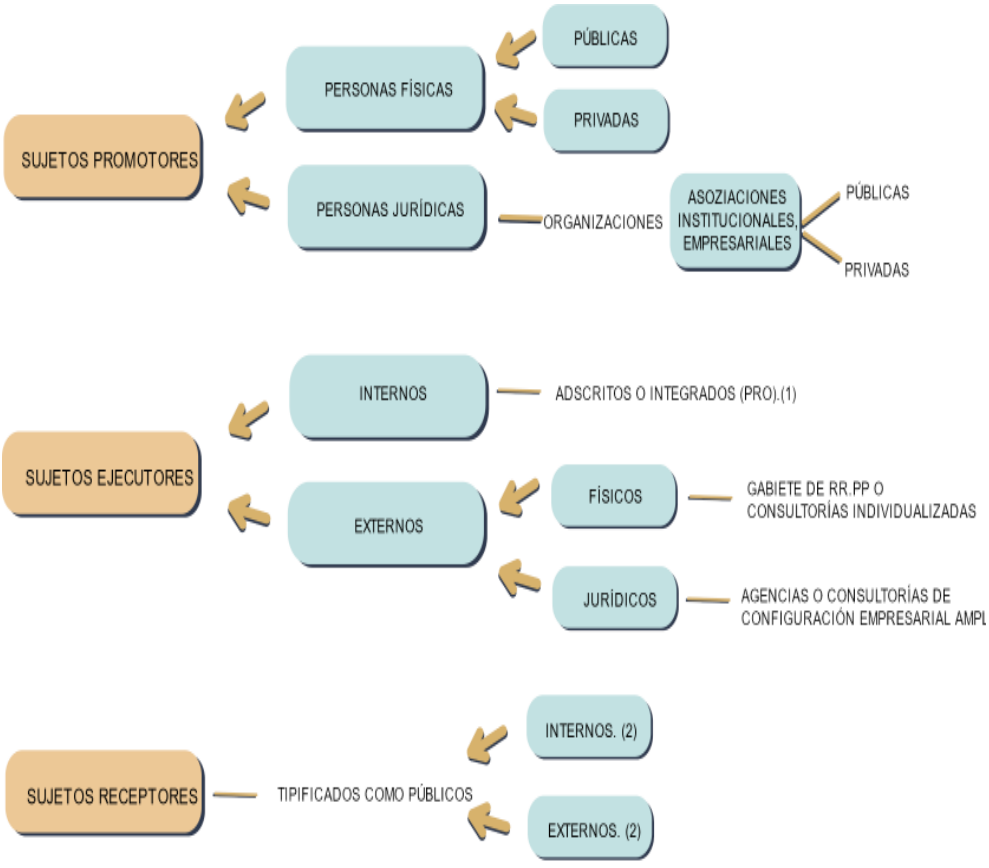
Figura 8
Cuatro modelos de Grunig y Hunt, y quinto modelo simétrico de motivación mixta propuesto por James Grunig, Larissa Grunig y Dozier



Modelos de Noguero

Modelo de los sujetos, propuesto por Noguero (1995), cuyo interés radica en el análisis conceptual que el autor lleva a cabo en relación con los sujetos de las RRPP, clasificándolos tanto física como jurídicamente en promotores, ejecutores y receptores (estos últimos tipificados por públicos externos e internos), desarrollando un diagrama que va del concepto al continente y contenido del *factum* de las RRPP.

Figura 9
Modelo de los sujetos de Noguero



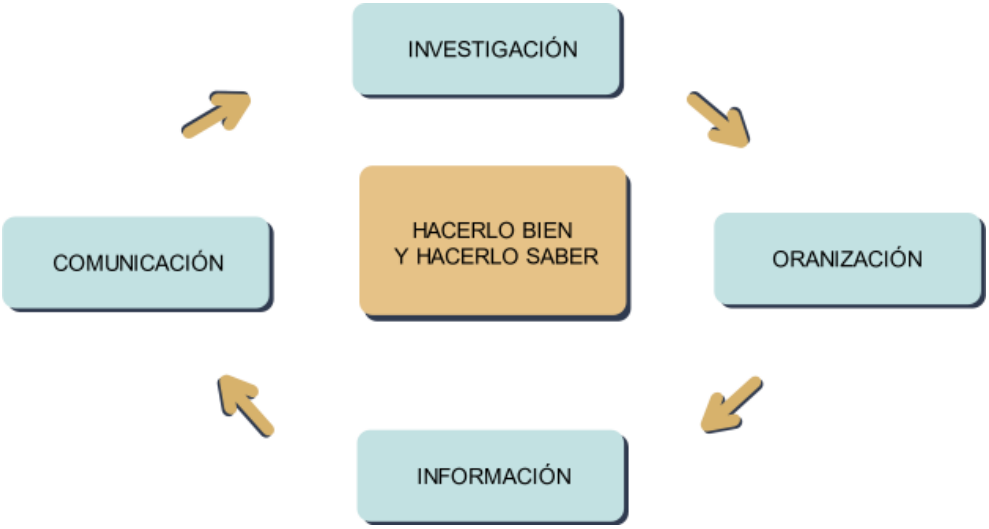
Nota. Noguero 1980 y 1990. Función social de las RRPP, p. 113.

La Figura 9, resulta muy interesante y es pertinente presentarla en esta parte del trabajo, pues si bien los procesos de innovación social son colaborativos, es preciso distinguir claramente el papel que cada actor desempeña en los procesos, y las competencias de cada uno, tanto a nivel institucional y jurídico como cognitivo; considerando que en la innovación social se trabaja con el conocimiento socialmente distribuido y compartido.

Modelo de gestión de las RRPP

Se describe como el proceso de cuatro fases clave de la gestión de las RRPP que gira en torno a la máxima de Noguero: «Hacerlo bien y hacerlo saber» (1995, pp. 46-47).

Figura 10
Modelo de gestión de las RRPP de Noguero



En la Figura 10 se muestra el punto de inicio con el proceso de investigación que responderá a los objetivos de investigación formativa o evaluativa, en un punto donde el fin aparente es la vuelta a empezar, dado que el proceso de las RRPP es continuo.

World-Class Public Relations Model de Wakefield

Se refiere a un modelo de *Managing Gobal Public Relations* (Wakelfield 2000, 2011) que toma su nombre de la obra de Kanter (1995) titulada *World Class: Thinking at Home in the Global Economy*.

Este modelo está pensado para las relaciones públicas efectivas de empresas transnacionales, tomando la conocida expresión *think globally, act Locally* que surge de los trabajos de Geddes (1915), quien ya tenía una visión holística de la planificación regional y transformación socioeconómica; reformulándola por *Think globally and*

locally, act globally and locally», es decir, todo al mismo tiempo. El modelo presenta seis factores de efectividad (p. 6), que a su vez son pasos de proceso de gestión en una empresa transnacional, aunque poniendo el foco en las RRPP: propósito, soporte ejecutivo, directivas y equipos de trabajo, formación, estilo de comunicación y preparación de respuestas.

Figura 11
Factores clave de RRPP presentes en el modelo teórico de Wakefield

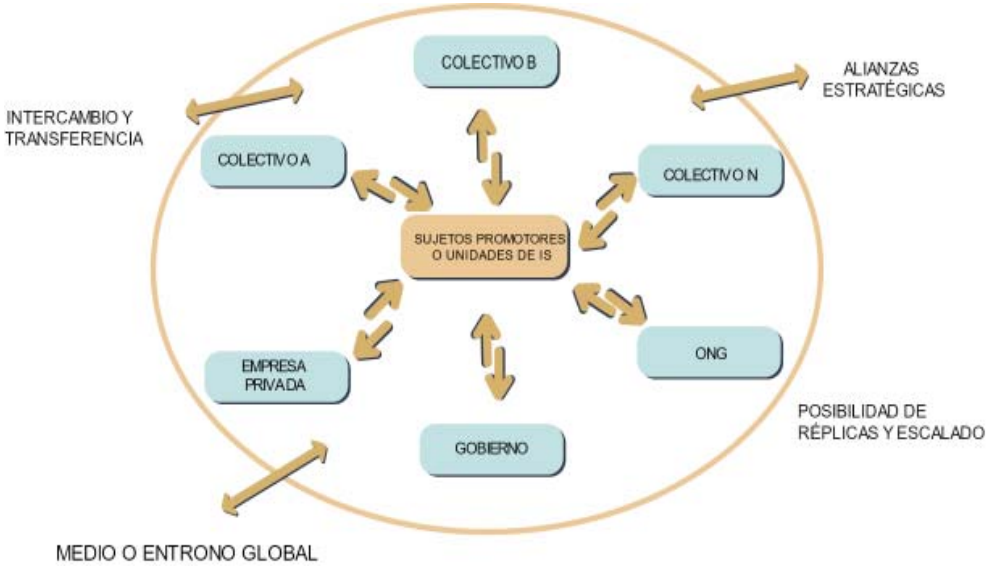
En la Figura 11 se menciona el sentido de los seis factores que Wakefield consideró claves en procesos de RRPP transnacionales: (1) El propósito del programa de RRPP de salvaguarda de identidad y reputación; (2) Soporte ejecutivo, que tiene que ver con el rol de asesoramiento de expertos en gestión de RRPP, sobre posicionamiento, presupuestos y recursos; (3) Directivas y equipos de trabajo en el sentido de ubicación correcta de profesionales en RRPP altamente cualificadas en todas las unidades de la organización situadas en otras partes del mundo; (4) Formación o reciclaje continúo en materia de RRPP interculturales en todos aquellos países en los que la organización opera. (5) Estilo de comunicación, es decir, considerar la combinación de estilos y modos unidireccionales bidireccionales e interactivos tanto con públicos internos como externos; y (6) Preparación de respuestas bien argumentadas, basándose en una estrategia anticipatoria, y por tanto, de prevención de crisis.

El autor recomienda evitar en lo posible la unidireccionalidad Top-Donw y practicar más la escucha *bottom up*, desarrollando estrategias anticipatorias de conflictos, con el fin de consolidar *Stakeholders Engagement* (compromiso de todos los actores o públicos involucrados) a niveles locales y globales.

Modelo orgánico de RRPP de Kruckeberg

Kruckeberg (2006) lanza este modelo desde una perspectiva crítica y con la premisa que es necesario crear, restaurar y mantener base filosófica, ideológica y estratégica de las RRPP, en el sentido de conexión con la sociedad. Este modelo orgánico de RRPP, desarrolla una analogía biológica de funcionamiento saludable de un sistema orgánico y enfatiza en la creación de comunidad; se intenta explicar el valor especial de las RRPP en los sistemas social, económico y político; pretende llamar la atención sobre la transformación que están sufriendo los sistemas (gobiernos y empresas) hacia el individualismo y capitalismo económico, aunque también hacia sistemas políticamente democráticos (teóricamente). Es un modelo de promoción de valores, para rescatar la auténtica función social de las RRPP, que tiene en cuenta el fenómeno de la globalización y el impacto de las tecnologías.

Figura 12
Interpretación de modelo orgánico de RRPP de Kruckeberg



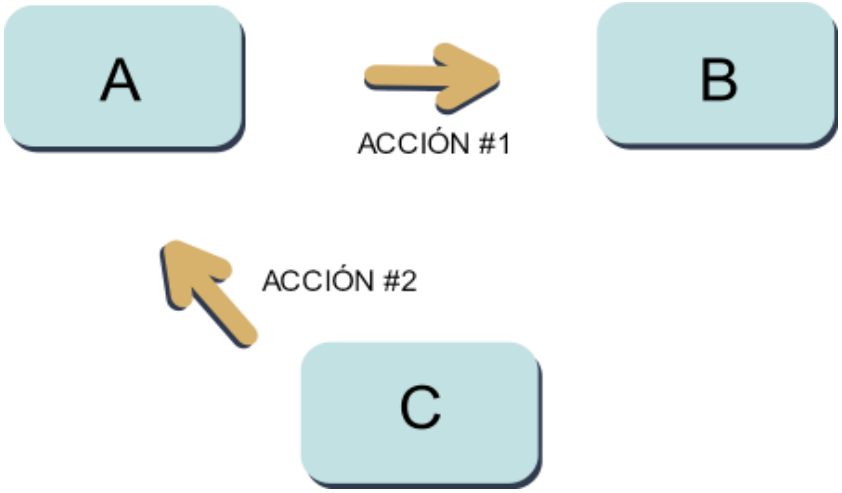
En la Figura 12, se representa la interpretación de un modelo orgánico basado en el funcionamiento celular y su interacción con el medio.

En el modelo orgánico de RRPP, Kruckeberg deja claro que su concepción se enfoca en la necesidad de construcción comunitaria y reclama una visión más pluralista de la sociedad, complementada con buenas dosis de ética.

Modelo de reciprocidad indirecta de Marsh

Marsh (2018) adopta el concepto de reciprocidad indirecta del biólogo Richard Alexander, quien acuñó el término en su obra *The biology of Moral Systems*, en la que contrasta este proceso con la denominación más familiar o vulgar de *normas de reciprocidad* (una especie de *quid pro quo* de las relaciones). El concepto de reciprocidad indirecta se fundamenta en los avances de la neurociencia desde una perspectiva interdisciplinar de evolución biológica y económica. El modelo intenta aportar una base científica para dotar de valor estratégico a la responsabilidad social en el marco de las RRPP.

Figura 13
Modelo de Mars de reciprocidad indirecta



Nota. Marsh, 2018, p. 2.

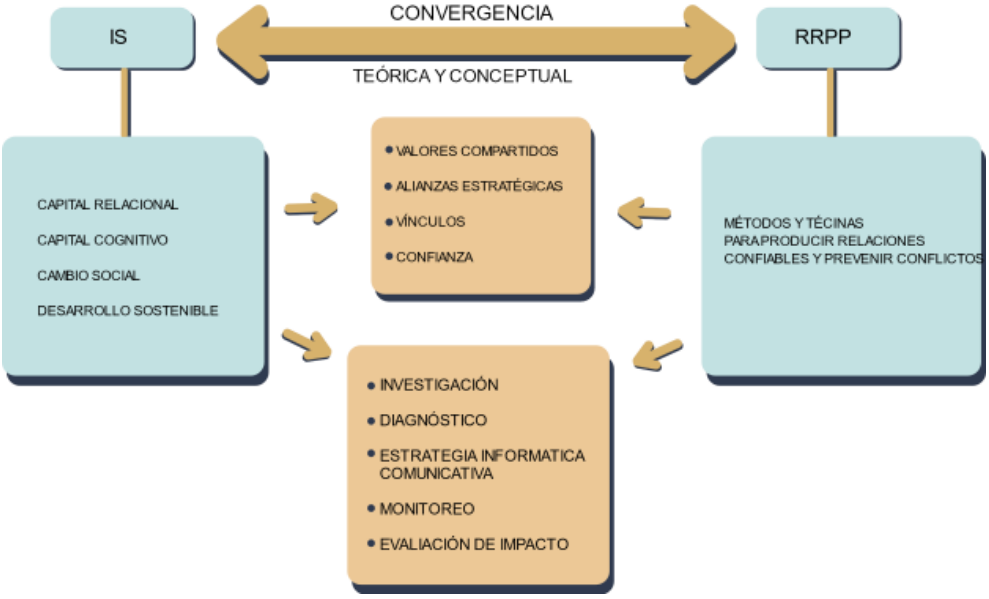
En la Figura 13 se representa el modelo de Marsh. En líneas generales, cuando una organización *A* desarrolla una acción sobre un colectivo *B*, en el marco de su responsabilidad social, además del propio destinatario de la acción, alguien más, *C* (individuo o grupo), tiene expectativas de beneficiarse, aunque sea de modo indirecto; esto también supone un retorno para la organización, en términos de visibilidad y reputación producto de esta interacción A, B, C; el beneficio no tiene por qué ser material. Aplicar el principio de reciprocidad indirecta puede motivar a construir redes de colaboración en un entorno socioeconómico y contribuir a la prevención de conflictos.

Síntesis explicativa de convergencia entre teorizaciones y modelos de innovación social (IS) y RRPP

Como producto de la revisión de modelos teóricos y conceptualizaciones se encuentra cierta convergencia que da sentido al binomio Innovación Social-Relaciones Públicas. Los distintos enfoques de innovación social encuentran importante crear un espacio relacional para la cocreación o desarrollo colaborativo que genere un capital social y cognitivo para impulsar cambios sociales relevantes, sostenibles y escalables.

Las RRPP en el momento actual, disponen de corpus de conocimiento, técnicas específicas y códigos éticos precisos para alcanzar objetivos de creación de redes de confianza que permitan el desarrollo de proyectos, en este estudio, relacionados con la innovación social.

Figura 14
Convergencia entre Innovación Social (IS) y Relaciones Públicas (RRPP)



En la Figura 14, se presenta la resultante de convergencia y alcance teórico práctico entre innovación social y RRPP. De esta manera, los métodos y técnicas de RRPP contribuyen a crear capital relacional y capital cognitivo, gestionando la comunicación sobre valores compartidos para crear vínculos y relaciones de confianza

que den lugar a alianzas estratégicas. Ambos campos comparten una secuencia lógica de trabajo de investigación para elaborar diagnósticos situacionales, a partir de los cuales la intervención de RRPP debe dar lugar prototipos conceptuales y creación de un ecosistema relacional que de paso a prototipos operativos-funcionales y finalmente transferibles favorecedores de innovación social.

Metodología

Se trata de un estudio exploratorio y descriptivo con una metodología secuencial. La primera fase comprende la revisión de la literatura sobre el tema, narrativa o tradicional de fuentes de información secundarias (Hart, 1998); la segunda fase, el análisis de un caso de intervención de RRPP, que constituye en sí mismo la unidad de análisis. Para establecer la conexión entre procesos de innovación social y procesos de RRPP se acudió a las bases de datos académicos como Social Citation Index, ISI Web of Science, Scielo, Redalyc, ISOC, Dialnet o JSTOR.

Asimismo, para comprobar la factibilidad de transferencia de supuestos teóricos a la práctica, se realizó el análisis de un caso de estudio en el que se aplicó metodología de investigación-acción-participativa, dado que se explora la posibilidad de promover la participación activa de la población implicada y abordaje de sus problemáticas (característico de la innovación social) utilizando para ello, herramientas que impulsen la comunicación no jerarquizada entre los diferentes actores implicados (Ander-Egg, 2003). La investigación-acción-participativa, desde un punto de vista amplio, es una metodología que combina tanto el enfoque dialéctico como el sistémico, y favorece el uso de técnicas cualitativas en detrimento de las cuantitativas (Ander-Egg, 2003, p. 8), de forma que permite un enfoque flexible y creativo, lo que resulta coherente tanto en el campo de la innovación como en el de las RRPP. De hecho, la flexibilidad y creatividad del proceso investigación-acción-participativa en el caso de estudio que se presenta, anima a incluir el diseño de prototipos. Según Castro et al. (2018), un prototipo conceptual en RRPP contiene tanto la idea fuerza de respuesta al problema comunicativo, como el concepto clave de intervención, derivado de enfoques metodológicos como el aquí propuesto. Por otra parte, el concepto de protomodelo en comunicación no es nuevo, puesto que fue propuesto por Oszlak y O´donnell (1984)[1], quienes diseñaron un protomodelo verbal para estudiar políticas

[1] En su primer trabajo de 1976, lo referían como esbozo.

estatales teniendo en cuenta el rol de los actores y la política de comunicación (Califano, 2012). En 2019, Acuña et al., diseñaron su protomodelo (informático) para la creación de un sistema de gestión integrada en la empresa, aportando un enfoque metodológico y de holismo, de interés para el presente trabajo.

Por último, dado que el estudio presenta marcado carácter exploratorio, no cabe planteamiento de hipótesis de partida; no obstante, sí a sugerir diversas interrogantes para trabajar (Hernández et al., 2014; Hernández y Mendoza, 2018), tal como se plantearon en la introducción.

Caso de estudio sobre gobierno relacional y política pública sobre equidad de género (2005-2015): «Tempo Mujer»

El caso que se presenta aquí se relaciona con la intervención en procesos de comunicación en el Ayuntamiento de Alicante y con mujeres en situación vulnerable con diferente procedencia cultural; condiciones percibidas con recelo, incluso por las propias españolas que se sentían invadidas. Es un proyecto complejo que llegó a 10 ediciones gracias al éxito de la primera, lo que fue determinante. Se evidenciaba una problemática de marginación y vulnerabilidad de las mujeres en Alicante por lo que la primera edición de intervención de RRPP se denominó Gastronomía sincrética, al detectar que las mujeres asumían el rol de la cocina al servicio de los demás, pero no recibían reconocimiento por esto. Estas mujeres no tenían formación ni recursos suficientes para seguir adelante, muchas de ellas carecían de autoestima y sufrían de depresión. Para intervenir se utilizaron dos elementos clave: la identidad culinaria relacionada con la historia, que comprende lo que somos y donde pertenecemos (Mintz, 2003); y la identidad sonora, que en musicoterapia resulta muy útil desde el punto de vista comunicativo cuando se reconocen y comparten identidades (Benenzon, 2000). De modo que, por una parte se reconocían similitudes gastronómicas y el origen de los alimentos y por otra, similitudes sonoras y origen de instrumentos musicales, músicas y ritmos que sirvieron de conexión de cultura para enriquecer la cohesión social entre las mujeres, fomentar el asociacionismo y mejorar las relaciones con el Ayuntamiento de Alicante.

Este proceso de RRPP se completó al compartir los resultados con la sociedad, mostrando las capacidades y potencial del asociacionismo femenino en la ciudad de Alicante, y sensibilizando en la importancia de no marginar. Por lo tanto, fue preciso idear un evento de impacto emocional y social, utilizando técnicas de RRPP desde

una perspectiva lúdica educativa, para que las participantes no tengan que asistir a una aburrida conferencia sobre género para conmemorar el día internacional de la mujer sino más bien a un evento novedoso. Así surgió el espectáculo *Canto de mujer*, con discurso y mensaje, con diversión mediante la música y danza (con participación de las mujeres del programa), la creación de video reportajes[2] y de un producto regalo, un CD musical, como evidencia tangible de lo construido, que se distribuyó a todas las participantes y a la ciudadanía asistente al espectáculo, que fueron más de 600 personas. Hubo gran cobertura mediática, y generó que las mujeres, ahora en red y unidas, quisieran seguir trabajando en red, eligiendo temas importantes para la ciudad en los que puedan intervenir para mejorarlos mostrando su integración y capacidad. Fue la iniciativa para la realización de nueve ediciones más, convirtiéndose en una tradición la presentación de avances del programa en un evento especial cada año.[3]

Tabla 1
Temáticas de las actividades docentes para la sensibilización de género por curso académico que conforman Tempo Mujer

Período	Temáticas específicas de la actividad	Período	Temática específica de la actividad
2005-2006	Gastronomía sincrética I (GSI)	2010-2011	Mujer crisol de culturas
2006-2007	GSII: Continentes y contenidos	2011-2012	De tertulianas y cuenta cuentos
2007-2008	Mujeres Siglo XXI	2012-2013	Tempo Mujer
2008-2009	Investigando la fiesta alicantina	2013-2014	Las décadas de nuestra juventud
2009-2010	Mujer y danzas	2014-2015	Nos doctoramos

Se debe destacar que el proyecto contó con estudiantes de la asignatura de Relaciones Públicas, de la carrea universitaria de Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Alicante, como parte de una educación responsable en pensamiento crítico y que busca nuevos espacios de intervención de las RRPP. Participaron, además, en esta investigación-acción-participativa las Asociaciones de

[2] https://www.youtube.com/watch?v=bWoBZ6J3guI&t=29s

[3] Algunos videos del primer espectáculo pueden visionarse aquí: https://www.youtube.com/watch?v=6xHHch7yVvQ y https://www.youtube.com/watch?v=JxnQ_VwDIFE, video reportaje musical aquí con poema dedicado a la mujer y banda sonora del CD. https://www.youtube.com/watch?v=bWoBZ6J3guI&t=67s. El CD puede solicitarse gratuitamente en el *site* https://laboramusic2010.wixsite.com/laboramusic/proyectos y puede verse otro espectáculo de otra edición en https://www.youtube.com/watch?v=nZpFjdGeE7I, y así siguió durante 10 años.

Mujeres de la Ciudad de Alicante, así como responsables políticos y técnicos del Ayuntamiento de Alicante del área de concejalía de igualdad.

Seguimiento longitudinal (2018 y 2021)

De acuerdo con investigaciones en diversos ámbitos, los procesos de innovación social requieren de seguimiento en el tiempo con el fin de observar si se producen cambios apreciables, así como el potencial de replicabilidad del caso. La metodología específica de estudio retrospectivo-longitudinal consistió en la realización de 12 entrevistas en profundidad a estudiantes (coordinadores generales por curso académico, en el marco de la asignatura de Relaciones Públicas), 5 actores del entorno (3 concejales y 2 técnicos municipales), y 3 dinámicas grupales entre los participantes de las asociaciones de mujeres (1 en Alicante, 1 en Santa Pola y 1 en Almansa), actores que han conformado el universo de estudio en la revisión de 2018. En 2021, se realizaron entrevistas telefónicas a representantes de asociaciones participantes, estudiantes, técnicos y políticos del momento.

Se operacionalizaron variables de estudio como se describe en la Tabla 2.

Tabla 2
Operacionalización de las principales variables analizadas en seguimiento durante 2018 y revisadas durante 2021

Variable	Definición operativa
Tipo de recuerdo	(a) De tipo emocional. Se define por aquellos aspectos que impactaron al individuo, relacionados con la empatía, la comprensión, sentimientos, la amistad, el buen clima, el agrado o desagrado o sorpresa por determinadas noticias, la percepción de la entrega de los estudiantes, así como de los técnicos del proyecto. Por las convivencias y experiencias es un tipo de recuerdo experiencial y emocional. (b) De tipo técnico o conceptual. En el caso de los alumnos y alumnas, se define por su relación con elementos conceptuales técnicas y recursos utilizados por las relaciones públicas, para estrategias de comunicación persuasiva ética.
Persistencia del recuerdo	Para los alumnos y alumnas, definido por la medida en que el recuerdo de las experiencias objeto de estudio aún persisten en la actualidad y han influido en su manera de concebir la profesión, y cómo consideran la perspectiva de género y las políticas públicas en los proyectos de relaciones públicas y de comunicación en general que desarrollan como profesionales. Para los agentes políticos, la persistencia del recuerdo hace referencia a su existencia en la actualidad y su influencia en la manera de concebir las políticas públicas y desarrollarlas desde una perspectiva de género.

Variable	Definición operativa
Tipo de aprendizaje	Competencias técnicas, transversales y aprendizaje de vida.
Tipo de transferencia de la universidad al entorno	(a) Transferencia de conocimientos desde la universidad a las instituciones públicas. (b) Transferencia de buenas prácticas de los colectivos participantes (asociaciones, estudiantes, profesores y otros profesionales) a las instituciones públicas locales. (c) Replicado y/o traspaso de transferencia a ayuntamientos de otras ciudades.
Dirección de la transferencia	(a) Transferencia hacia las políticas públicas de concejalías de asuntos sociales/ mujer/igualdad (replicabilidad en ayuntamientos de Santa Pola y de Almansa). (b) Transferencia hacia la sociedad: divulgación y propuesta de modelos más inclusivos aplicados por asociaciones y otras ONG. (c) Transferencia a otras universidades a nivel internacional.

Resultados

Se presenta, de manera concisa, precisa y ordenada los hallazgos, dispuestos en términos estadísticos si es el caso.

Tabla 3
Resultados del análisis de las entrevistas a los estudiantes

Tipo de recuerdo

El conjunto de los entrevistados presenta un alto nivel de recuerdo, inclusive aquellos de las primeras ediciones. Todos son capaces de señalar diferentes aspectos sobre las actividades realizadas con amplio detalle y manifiestan conservar recuerdo emocional y técnico.

Recuerdo emocional. Los estudiantes refieren el impacto vivido en su relación con los colectivos de mujeres. Concretamente, señalaron diferentes tipos de emociones transmitidas y vividas relacionadas con el respeto, el cariño, la solidaridad, la integración, el orgullo, la ilusión, el humor, la creatividad, la motivación intrínseca por la vida ... haciéndoles más empáticos, llegando incluso a indicar que sintieron «fascinación» por las mujeres participantes, destacando la relevancia de las relaciones intergeneracionales y de género que se produjeron durante las actividades realizadas.

Recuerdo técnico. También muestran un recuerdo sobre elementos técnicos y conceptuales relacionados con las técnicas y procedimientos de la organización y la planificación, la estrategia, la comunicación, las relaciones institucionales, y en definitiva de las relaciones públicas (contenido principal de la asignatura). Especialmente, se hace mención a la necesidad de dominar herramientas y técnicas de relaciones institucionales y de comunicación, con especial incidencia en el tratamiento adecuado para los diferentes grupos y actores participantes.

Persistencia del recuerdo

Ambos tipos de recuerdo persisten pasados hasta más de 12 años (primeras ediciones).

Tipos de aprendizaje

Entre las competencias adquiridas por el alumnado participante en las actividades docentes destacan:

(a) Competencias técnicas. El proceso de investigación, diagnóstico y propuesta de soluciones, la metodología de trabajo, definición de objetivos, prevención y resolución de conflictos, gestión de equipos, coordinación de actividades, la necesidad de fundamentar la trazabilidad de las acciones realizadas, gestión de relaciones institucionales, importancia de la responsabilidad social, y herramientas y técnicas de RRPP y comunicación.

(b) Competencias transversales. Trabajo en equipo, comunicación oral y escrita, escucha activa, flexibilidad y adaptabilidad al entorno, búsqueda de sinergias, comunicación interpersonal, compromiso, creatividad.

(c) Lecciones o aprendizaje de vida. Conocimiento de problemáticas de la sociedad, valor del interés común, participar en proyectos sociales que pueden influir y mejorar en el entorno, la generosidad de las personas, el valor de las relaciones intergeneracionales y respeto hacia el otro en su diferencia.

Tipo de transferencia

Se identifican diferentes tipos de transferencia:

- Intergeneracional, entre los estudiantes y los colectivos de mujeres participantes.
- Interinstitucional, entre la universidad (mediante los estudiantes y docentes), la administración local (concejales y técnicos) y la sociedad o entorno (mediante los colectivos de mujeres).

Dirección de la transferencia

La transferencia se produce en cuatro direcciones:

(a) Desde la universidad, mediante los estudiantes y los docentes, hacia la administración local y los colectivos sociales, interviniendo con conocimientos técnicos y con una nueva visión de trabajo.

(b) Desde la administración local hacia la universidad, favoreciendo el contacto con la realidad profesional.

(c) Desde los colectivos sociales hacia la universidad, ofreciendo una aprendizaje real de las problemáticas sociales.

(d) Desde los colectivos sociales hacia la administración local, haciéndoles tomar contacto directo con las necesidades reales de sus usuarios, y mostrando cómo las acciones bien orientadas promueven el bienestar social, que es su objetivo principal.

(e) Desde la Universidad de Alicante a la Universidad Latina de Costa Rica y Cámara de Comercio de Costa Rica para replicar en sus programas de Responsabilidad Social Universitaria y de empoderamiento y emprendimiento femenino respectivamente y en alianza estratégica.

Tabla 4
Resultados del análisis de las entrevistas a los responsables políticos y técnicos municipales

Tipo de recuerdo y persistencia

Los responsables políticos y técnicos municipales también presentan un alto nivel de recuerdo de las experiencias realizadas, especialmente de tipo emocional. Sus recuerdos describen sentimientos y emociones con relación a las personas con las que interrelacionaron, tanto de la universidad (estudiantes y docentes), como de los colectivos sociales. Destacan aprendizaje sobre RRPP para acercamiento de la sociedad con las instituciones locales.

Persistencia del recuerdo

La persistencia del recuerdo es muy amplia en la medida que el aprendizaje les llevó a modificar su visión de la perspectiva de género en las políticas públicas, y a realizar cambios en su trabajo en la medida de sus posibilidades y progresivamente.

Tipo de transferencia

Se identifican diferentes tipos de transferencia:

- Interinstitucional, entre la universidad (mediante los estudiantes y docentes), la administración local (concejales y técnicos) y la sociedad o entorno (mediante los colectivos de mujeres).
- Diálogo de saberes/ignorancias entre universidad-sociedad/sociedad-universidad.

Dirección de la transferencia

Aquí reconocen tres direcciones de transferencia, en la que entienden que la universidad es el eje central coordinador:

(a) Observan transferencia de conocimiento de la universidad hacia las instituciones locales, mediante los políticos y técnicos participantes, que sustentó el cambio la denominación del área de la mujer por área de igualdad.

(b) Transferencia desde los colectivos sociales hacia la administración local con un mayor conocimiento de las problemáticas sociales, promoviendo la implicación, la cohesión y el compromiso de todas las partes.

(c) Finalmente, desde la administración y los colectivos sociales hacia la universidad.

Tabla 5
Resultados de las dinámicas grupales de colectivos de mujeres

Recuerdo y tipo de recuerdo

Las mujeres participantes recuerdan todas las ediciones. Pero especial y profundamente las que mayor impacto les causaron fueron la primera (GSI) y la última (Nos doctoramos). El recuerdo principal en ellas es de tipo emocional, dado que en la primera edición se conocieron, y en la última, tras 10 años de convivencia, tuvieron una ceremonia de graduación, con toga y orla incluida entregada por profesores universitarios y el concejal delegado en igualdad. Acto que compartieron con hijas/hijos, nietas/nietos.

Persistencia del recuerdo

El recuerdo emocional persiste y lo expresan señalando que el proyecto les ha dejado la huella, de manera que ahora se sienten como una sola asociación, conocen mejor a la universidad y al ayuntamiento y han ganado autonomía pues el recuerdo significa aprendizaje para poner en marcha sus propios proyectos en red.

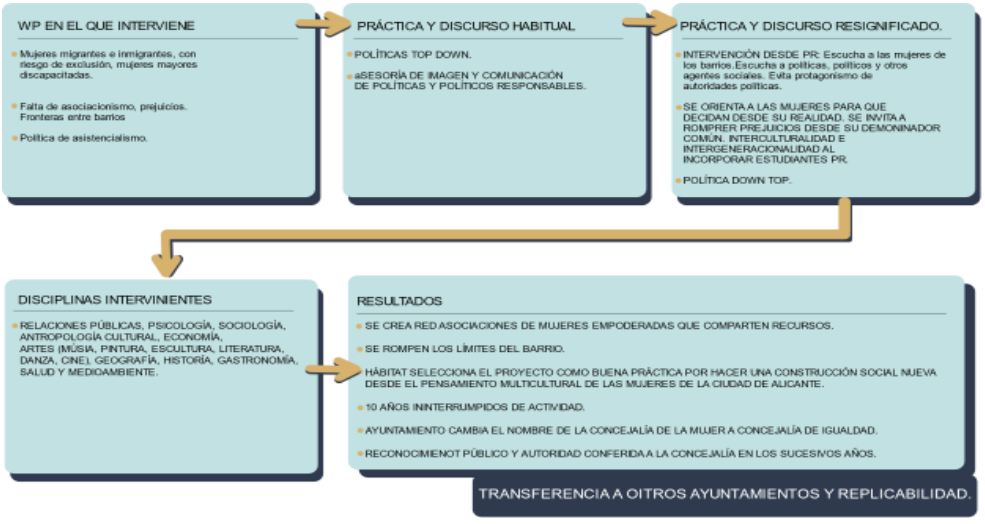
Tipo de transferencia

Diálogo de saberes universidad-sociedad/sociedad-universidad, intergeneracional, interinstitucional.

Dirección de la transferencia

Aquí reconocen dos direcciones de transferencia: de la universidad hacia las asociaciones y de estas a la universidad.

Figura 15
Proceso de intervención de RRPP en problema complejo (WP) y elaboración de prototipos para comunicación transformadora



En la Figura 15, se muestra que es posible representar, en un diagrama de flujo, un proceso singular en cinco etapas, promovido desde la disciplina de RRPP. El análisis de este flujograma permite mostrar que en el campo de las RRPP y su intervención específica en problemas complejos (o wicked problems) es preciso plantear procesos de innovación social, crear prototipos conceptuales (PC), que permiten centrar un proyecto y su campaña. Como se demuestra en este caso de investigación, denominado *Tempo Mujer*, con prototipos de ecosistema relacional (PER), conducentes a la elaboración de un mapa de públicos real, como la universidad (autoridades, docentes y estudiantes), ayuntamientos (políticos y técnicos) y asociaciones cívicas de mujeres, prototipos operativos o funcionales (PO/F), que facilitan el diseño de instrumento y técnica de trabajo. La creación de redes y de comunidad rompe con los límites de barrio y barreras intergeneracionales e interculturales gracias a técnicas de dinámica de grupo combinadas con diversas artes como objeto intermedio para la relación confiable. Pasadas las fases iniciales de pruebas piloto, se genera finalmente el prototipo transferible (PT) que puede compartirse para su escalado y réplica en otros espacios socioeconómicos y culturales, con las lógicas adaptaciones a las particularidades geopolíticas, sociales y culturales; que en esta investigación, recibe el nombre de Gobierno relacional y política pública sobre equidad de género.

Discusión

Los hallazgos de la investigación documental, así como de la investigación-acción-participativa, permiten dar respuesta a las preguntas planteadas al inicio.

Con relación a la primera pregunta, ¿es posible hablar de resignificación del discurso y la práctica de RRPP para intervenir en procesos de innovación social?, se evidencia que sí es posible, y que es algo implícito en la creación de proyectos de innovación social tan necesarios en estos momentos convulsos. De este modo se resignifica el término de simetría, otorgando dimensión relacional multiactoral que tiene que ver con diálogo de saberes (Robles 2005) y de ignorancias (Cerón 2011), la reconfiguración de conversaciones (Mckie y Munshi, 2007). Así mismo, se resignifican los conceptos de bidireccionalidad en multidireccionalidad y multilateralidad, de asimetría, con base en el reconocimiento de las organizaciones como la minoría que debe respetar a la mayoría para integrarse en la sociedad, y al término de excelencia se le da sentido de calidad social, paradigma europeo que

concede, según Pérez (2000), importancia relevante a la participación ciudadana en el ámbito socioeconómico y, por ende, en la innovación social.

En cuanto a la segunda pregunta, ¿cuál es la relación transdiciplinar entre RRPP e innovación social? Parece claro que la dimensión relacional está implícita en los procesos de innovación social: Los investigadores sobre innovación analizados en el marco teórico coinciden en la mención al capital relacional. Además, existen convergencias entre los modelos de IS de Wheatley y Fireze (2006) sobre redes, comunidades de práctica y sistemas de influencia, con los modelos propuestos por Nolte (1979) sobre adaptación organización-medio-organización, el modelo de los sujetos de Noguero (1995), la construcción comunitaria y sociológica del modelo orgánico de Krukeberg o el de reciprocidad indirecta de Mars (2018). De igual forma, se identifican conexiones entre los modelos por etapas tanto de Mulgan (2006) como de Murray et al. (2010), con modelos de RRPP que expresan claramente la necesidad de iniciar con diagnósticos, por lo tanto, basados en la investigación, como los modelos sobre responsabilidades directivas de RRPP (Simon, 1986), modelo de cuatro pasos (Cutlip et al., 2001), modelo gestión de relaciones públicas (Noguero, 1995), modelo de proceso de relaciones públicas (Simões, 2001). Por otra parte, las ideas de escalabilidad, «Glocalidad» presentes en las teorizaciones sobre innovación social, se corresponden con las ideas expresadas (Harlow et al., 2017) en referencia a las RRPP como catalizadoras de diálogos divergentes, de aplicación pedagógica y práctica, el modelo orgánico de Kruckeberg (2006) y la idea de escucha activa *botton-up* presente en el modelo *World-Class* de Wakefield (2000, 2011).

Finalmente, frente a las preguntas ¿es posible desarrollar prototipos conceptuales, funcionales y transferibles de RRPP para la innovación social?, y ¿es factible testar los prototipos (a pesar de no ser tecnológicos) y presentar un modelo teórico sustentado en ensayos reales, para su transferencia y replicado?, los prototipos no son competencia exclusiva de modelos de ingeniería; en todo caso las RRPP practican una suerte de ingeniería social. Actualmente, hay una línea de investigación muy interesante que relaciona este tipo de prototipos con el paso de creación de patentes de innovación social (Castro-Spila y Alonso, 2021), en las que por cuanto antecede puede ser un valor añadido a la función social de RRPP confiables en procesos de innovación social.

Conclusiones

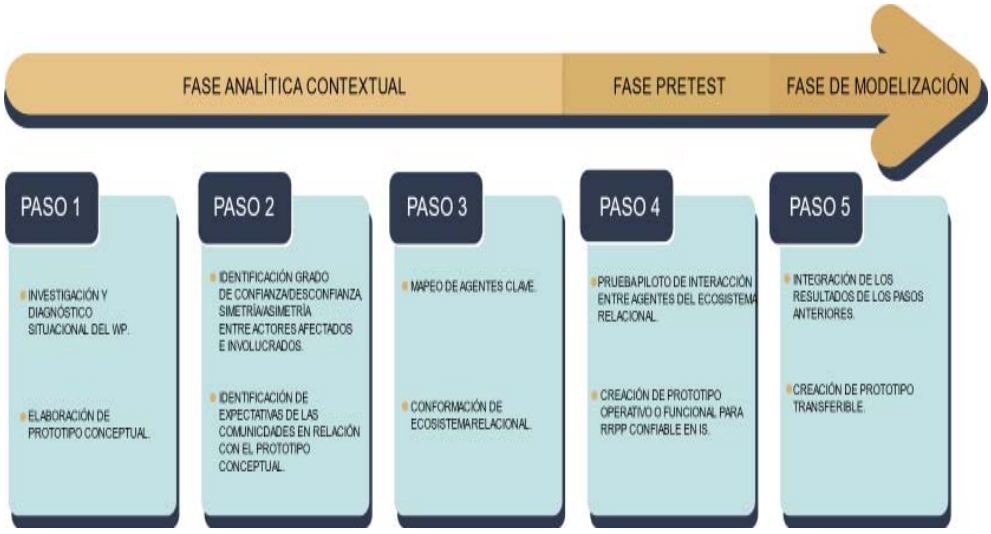
Como se constata a partir de los resultados de investigación, la dimensión relacional es inherente a la gestión de procesos de innovación social identificándose un rol mediador para las RRPP.

Puede afirmarse que las recomendaciones por parte de teóricos y expertos en innovación social se enfocan en la creación de redes de confianza para compartir conocimiento y construir nuevas realidades de modo colaborativo.

El ejercicio responsable de las RRPP, marca una función social actualizada con aportaciones fundamentales como la calidad de su praxis mediante auditorias (Cuenca, 2010), la reconfiguración de las relaciones comunicativas (Mckie y Munshi, 2007), la consultoría responsable de RRPP (Haque y Ahmad, 2017) y una visión interdisciplinaria (Marsh 2018); todo lo cual resulta sumamente necesario en el actual contexto de crisis sistémica globalizada, agravada por la pandemia causada por la COVID-19.

El proceso de RRPP confiables para la innovación social podría resumirse en un protomodelo teórico de cinco pasos, para continuar testando proyectos de RRPP en el marco de procesos de innovación social que podría representarse del modo siguiente:

Figura 16
Representación de protomodelo en cinco pasos para las RRPP confiables en procesos de innovación social



Se recomienda la inclusión de la disciplina y profesionales e investigadores en RRPP, en los programas diseñados desde las políticas públicas para favorecer innovaciones sociales.

El caso de estudio y la gestión de RRPP llevada a cabo en el mismo, responden a los criterios principales, consensuados por la comunidad científica de innovación social, a saber: (1) Trabajo colaborativo, (2) Conocimiento y valores compartidos, (3) Creación de redes a partir de recuperar la confianza entre las asociaciones y las instituciones (capital relacional), (4) Pedagogía social en el sentido de educación y mejora de la sensibilización sobre el problema, (5) Cambio social reconocido por el proyecto Hábitat: se rompieron los límites de barrio, las asociaciones ganaron autonomía y se vencieron estereotipos, (6) Prototipado, (7) Transferencia y replicado.

Conflicto de intereses

La autora de la presente investigación no presenta conflicto de intereses.

Responsabilidad ética y/o legal

Este trabajo se desarrolla bajo los principios del código ético de la Universidad de Alicante sobre transferencia del conocimiento y de la investigación con respecto a la honestidad intelectual, evitando toda forma de fraude científico.

Contribución de autoría

La autora ha participado en todo el proceso de investigación, la elaboración y redacción del artículo.

Financiamiento

Universidad de Alicante, Grupo de investigación MAE-COM del Departamento de Comunicación y Psicología Social. Área de Innovación Social y Comunicación y Sostenibilidad, Responsabilidad Social Corporativa y Pública.

Referencias

Acuña, J. F., de las Heras, A., Aguayo, F. y Guerrero, M. (2019). *Protomodelo para la creación de un Sistema de Gestión Integrada bajo el paradigma holónico fractal y la triple e*.

XXIII Congreso Internacional de Dirección e Ingeniería de Proyectos CIDIP. http://dspace.aeipro.com/xmlui/handle/123456789/2358

Ander-Egg, E. (2003). *Repensando la investigación-acción-participativa* (4th ed.). Lumen Hvmanitas.

Arce, L. (2018). Relaciones públicas como catalizadoras de innovación en la cadena de valor empresarial (Programa de prácticas empresariales Universidad Latina de Costa Rica). *Revista Internacional de Relaciones Públicas, 8*(8), 85-108. DOI: 10.5783 http://revistarelacionespublicas.uma.es/index.php/revrrpp/article/view/556

Benenzon, R. (2000). *Musicoterapia: De la teoría a la práctica*. Paidós.

Benn, S., Todd, L. R. y Pendleton, J. (2010). Public Relations Leadership in Corporate Social Responsibility. *Bus Ethics 96*, 403-423. https://doi.org/10.1007/s10551-010-0474-5

Bradach, J. L. (2003). Going to Scale. The Challenge of replicating social programs. *Stanford Social Innovation Review*. https://cutt.ly/bWEogLD

Buckland, H. y Murillo, D. (2013). *Antena de innovación social: vías hacia el cambio sistémico: ejemplos y variables para la innovación social*. Ed. ESADE, Instituto de Innovación Social.

Califano, B. (2012). Comunicación, Estado y Políticas Públicas: Apuntes para la investigación. *Questión, 1*(35). Universidad Nacional de la Plata. https://core.ac.uk/reader/230781263

Castillo, A. (2009). *Relaciones públicas. Teoría e historia*. Editorial UOC.

Castro-Spila, J. y Alonso, D. (2021). Social Innovations Patents. *Journal of Social Work Education and* Practice, *6*(2) 44-63. https://www.jswep.in/060204.html

Castro-Spila, J., Torres, R., Lorenzo, C. y Santa, A. (2018). Social innovation and sustainable tourism lab: an explorative model. *Higher Education, Skills and Work-Based Learning*, *8*(3), 274-290. https://doi.org/10.1108/HESWBL-03-2018-0032

Cerón, E. (2011). Del diálogo de saberes al diálogo de ignorancias. Reflexiones para politizar la acción pedagógica y pedagogizar la acción política. *Sustentabilidad (Es)*, *4*. http://www.sustentabilidades.usach.cl/numero-4-ano-2-julio-2011

Changhwan, S. (2016). A conceptual approach to the relationships between the social economy, social welfare, and social innovation. *Journal of Science and Technology Policy Management*, *7*(2), 154-172. https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JSTPM-08-2015-0027/full/html

COM. (2010, 6 de octubre). *Iniciativa emblemática de Europa 2020 Unión por la innovación*. Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y

Social Europeo y al Comité de las Regiones. Bruselas, 546 final. https://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:0546:FIN:es:PDF

Cuenca, J. (2010). El análisis de la calidad de las relaciones en el ámbito de las Relaciones Públicas. Aplicación de un modelo global de auditoría de Relaciones Públicas a la Sociedad Municipal 22 del Ayuntamiento de Barcelona [Tesis doctoral. Universidad Autónoma de Barcelona]. https://cutt.ly/2b4AVQR

Cutlip, S. M., Center, A. H. y Broom, G. M. (2001). *Relaciones Públicas eficaces.* Gestión 2000.

Delgado, M., Martín de Castro, G., Navas, J. E. y Cruz, J. (2011). Capital social, capital relacional e innovación tecnológica. Una aplicación al sector manufacturero español de alta y media-alta tecnología. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa, 14*(4), 207-221. https://doi.org/10.1016/j.cede.2011.04.001

Fitzpatrick, K. y Gauthier, C. (2001). Toward a Professional Responsibility Theory of Public Relations Ethics. *Journal of Mass Media Ethics 16*(2), 193-212. DOI: 10.1207/S15327728JMME1602&3_8

Geddes, P. (1915). Cities in Evolution. An introduction to the town planning movement and to the study of civics. *Internet Archive*. https://archive.org/details/citiesinevolutio00gedduoft/page/386/mode/2up

Gerometta, J., Haussermann, H. y Longo, G. (2005). Social innovation and civil society in urban governance: strategies for an inclusive city. *Urban Studies, 42*(11), 2007-2021. https://journals.sagepub.com/doi/10.1080/00420980500279851

Grunig, J. E. (2011). Public relations and strategic management: Institutionalizing organization-public relationships in contemporary society. *Central European Journal of Communication, 4*(1 y 6), 11-31. https://cutt.ly/Ub4A3Dg

Grunig, J. y Hunt, T. (2000). *Dirección de Relaciones Públicas* (Ed. En español). *Gestión 2000*.

Haque, S. y Ahmad, J. (2017). Ethics in Public Relations and Responsible Advocacy Theory. *Journal Komunikasi Malaysian Journal of Communication Jilid, 33*(1), 147-157. https://ejournal.ukm.my/mjc/article/view/17158/7709

Harlow, A., Cowie, B., McKie, D. y Peter, M. (2017). Threshold concept theory as an enabling constraint: a facilitated practitioner action research study. *Educational Action Research, 25*(3), 438-452. DOI: http://doi.org/gfzfhf

Hart, C. (1998). *Doing a literature review: releasing the social science research imagination.* Sage Publications.

Hernández, R. y Mendoza, C. P. (2018). *Metodología de la Investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw Hill.

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6th ed.). McGraw Hill.

Hernández-Ascanio, J., Tirado-Valencia, P. y Ariza-Montes, A. (2016). El concepto de innovación social: ámbitos, definiciones y alcances teóricos. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, *88*, 164-199. https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=174/17449696006

Hevia de la Jara, F. (2007). ¿Como construir la confianza? Hacia una definición relacional de la confianza social. En A. Hernández (Coord.), *Transparencias, rendición de cuentas y construcción de confianza en la sociedad y Estado mexicanos*. Biblioteca Jurídica Virtual. UNAM. http://ru.juridicas.unam.mx:80/xmlui/handle/123456789/11414

Jaillier, E., Carmona, Y. y Suárez, L. (2015). Los retos de la comunicación en la apropiación social del conocimiento, en algunas experiencias significativas de innovación social en Medellín. *Comunicación, 32,* 39-54. https://revistas.upb.edu.co/index.php/comunicacion/article/view/2352/2127

Kanter, R. (1995). *World class: Thriving locally in the global economy*. Simon and Schuster.

Kruckeberg, D. (2006, 30 de junio-1 de julio). *An 'Organic Model' of Public Relations: The role of public relations for governments, civil society organizations (CSOs) and corporations in developing and guiding social and cultural policy to build and maintain community in 21st-Century civil society* [Ponencia]. International Conference Municipal Social Policy and Publics: Realities and Perspectives. Ulan-Ude City, Buryatia, Rusia.

Lasa, E. y Soto, A. (2021). Innovación Social Transformadora frente al capitalismo neoliberal. *Revista de Economía Crítica, 31*. http://revistaeconomiacritica.org/node/1244

L'Etang, J. (2005). Critical public relations: Some reflections. *Public Relations Review*, *31*(4), 521-526. https://doi.org/10.1016/J.PUBREV.2005.08.011

L'Etang, J. (2006). *Public Relations. Critical Debates and Contemporary Practice*. Routledge. https://doi.org/10.4324/9780203822449

L'Étang, J. (2009). *Relaciones Públicas: Conceptos, Práctica y Crítica* (1.ª ed.). Editorial UOC.

L'Etang, J., Mckie, D., Snow, N. y Xifra, J. (2015). *The Routledge Handbook of Critical Public Relations*. Routledge. https://doi.org/10.4324/9781315852492

López, G. A. (2014). Innovación: Lo social le es inmanente. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión, 22*(2), 123-158. https://www.redalyc.org/pdf/909/90933005009.pdf

Marsh, C. (2018). Indirect reciprocity and reputation management: Interdisciplinary findings from evolutionary biology and economics. *Public Relations Review, 44*(4), 463-470. DOI: http://doi.org/ds6r

Martínez-Celorrio, X. (2017). La innovación social: orígenes, tendencias y ambivalencias. *Sistema: revista de ciencias sociales, 247*, 61-88. http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/126700/1/674366.pdf

Mckie, D. y Munshi, D. (2007). *Reconfiguring Public Relations: Ecology, Equity and Enterprise*. Routledge.

Michelini, L. (2012). *Social innovación and New Business Models. Creating Share Value in Low-Income Markets.* Springer-Verlag Berlin Heidelberg.

Mintz, S. W. (2003). *Sabor a comida, sabor a libertad. Incursiones en la comida, la cultura y el pasado*. Ediciones de la Reina Roja, S. A. de C. V.

Moreno, I., Perfetti, S. y Ramil, X. (2020). La comunicación en plataformas de innovación social. *Revista Diecisiete: Investigación Interdisciplinar para los objetivos de Desarrollo Sostenible, 2*, 105-122. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7561087

Mulgan, G. (2006). The process of social innovation. *Innovations. Technology, Governance, Globalization, 1*(2), 145-162. https://doi.org/10.1162/itgg.2006.1.2.145

Murray, R., Caulier-Grice, J. y Mulgan, G. (2010). *The open book of social innovation*. Ed. National endowment for science, technology and the art London. https://cutt.ly/vWE1XXm

Noguero, A. (1995). *Función Social de las Relaciones Públicas. Historia, teoría y marco legal*. ESRP, Colección Comunicación y Relaciones Públicas.

Noguero, A. (2006). Consideraciones acerca de las relaciones públicas en el siglo XX y su incardinación actual en el fenómeno de la globalización. *Anàlisi: Quaderns de comunicación i cultura, 34*, 87-102. https://ddd.uab.cat/record/15553

Oszlak, O. y O'Donnell, G. (1984). Estado y políticas estatales en América Latina: hacia una estrategia de investigación. En G. Flores y J. Nef (comps.), *Administración pública. Perspectivas críticas*. San José de Costa Rica, ICAP.

Ozdora, E., Ferguson, M. A. y Atakan, S. (2016). Corporate social responsibility and CSR fit as predictors of corporate reputation: A global perspective. *Public Relations Review, 42*(1), 79-81. https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2015.11.004

Pérez, R. y Solórzano, E. (2000). *Relaciones públicas superiores: una nueva pedagogía.* Universidad de San Martín de Porres.

Robles, R. (2005). *Diálogos entre saberes científicos y artísticos*. Impresora Feriva.

Rodríguez, A. y Alvarado, H. (2008). *Claves de la innovación social en América Latina y el Caribe.* Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Santiago de Chile. https://cutt.ly/yWE0Xfh

Sánchez de Walter, A. (2012). Redimensionar las Relaciones Públicas: en busca de un constructo teórico que optimice la dinámica comunicacional entre las realidades sociales y empresariales. *Correspondencias & Análisis, 2*, 85-98. https://doi.org/10.24265/cian.2012.n2.04

Simões, R. P. (1984). *Relaçoes Públicas: Funçao Política.* FEEVALE, Novo Hamburgo.

Simões, R. P. (2001). *Relaçoes Públicas e Micropolítica* (2.ª ed.). Summus editorial.

Simon, R. (1986). *Relaciones Públicas. Teoría y práctica*. Editorial Limusa.

Simon, J., Millard, J., Lauritzen, J. R. K., Carpintero, G., Schimpf, G. y Leszek, P. (2014). Haciendo innovación social: una guía para profesionales. Producto final del proyecto: «Los fundamentos teóricos, empíricos y políticos para la construcción de la innovación social en Europa» (TEPSIE), Comisión Europea - 7º Programa Marco, Bruselas: Comisión Europea, DG Investigación. http://www.transitsocialinnovation.eu/resource-hub/doing-social-innovation-a-guide-for-practitioners

Unceta, A. y Barandiarán, X. (2019). La Innovación Social como instrumento para la Innovación Pública. *UCJC Business and Society Review (formerly Known As Universia Business Review), 16*(1), 100-125. https://journals.ucjc.edu/ubr/article/view/4015

Unceta, A., Castro-Spila, J. y García Fronti, J. (2017). The three governances in social Innovation. *Innovation: The European Journal of Social Science Research. Routledge, 30*(4), 406-420. https://doi.org/10.1080/13511610.2017.1279537

Wakefield, R. (2000). World-class public relations: A model for effective public relations in the multinational, *Journal of Communication Management, 5*(1), 59-71. http://doi.org/cg837n

Wakefield, R. (2011). «World-Class» Public Relations One Decade Later: Does the Model Still Apply? *Public Relations Journal, 5*(3). https://bit.ly/2SfPwP0

Westley, F., Antadze, N., Darcy, J., Riddell, D., Robinson, K. y Geobey, S. (2014). Five Configurations for Scaling Up Social Innovation: Case Examples of Nonprofit Organizations From Canada. *The Journal of Applied Behavioral Science, 50*(3), 234-260. https://doi.org/10.1177/0021886314532945

Wheatley, M. y Frieze, D. (2006). *Using Emergence to Take Social Innovation to Scale.* The Berkana Institute. https://www.margaretwheatley.com/articles/emergence.html