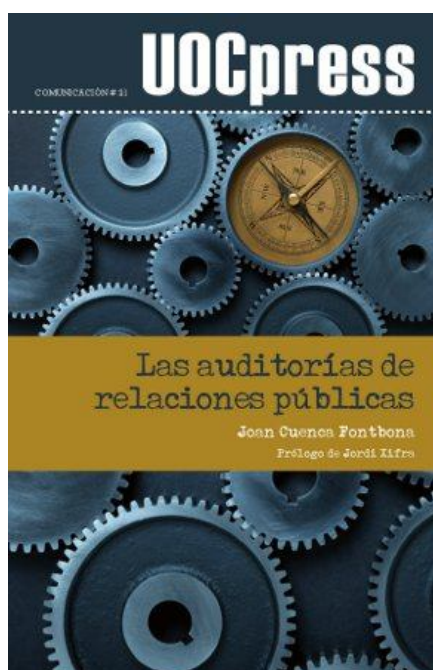


## LIBROS

**Las Auditorías de Relaciones Públicas**  
Joan Cuenca Fontbona, 2012, Barcelona, UOC Press, 274 páginas



Damián García Ponce  
Investigador, España  
[damiangponce@gmail.com](mailto:damiangponce@gmail.com)

Recepción: 09/10/2012 Revisión: 27/11/2012 Aceptación: 18/12/2012 Publicación: 21/12/2012  
<http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-4-2012-13-299-302>

*Las auditorías de Relaciones Públicas* es una obra exhaustiva y académica de Joan Cuenca Fontbona, Doctor en Comunicación y profesor del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas - entre otras muchas ocupaciones, ligadas todas a la Comunicación y la investigación-, en la que se hace un profundo repaso a las técnicas en Relaciones Públicas recogidas a lo largo de la historia de la profesión; desde los principios *conscientes* de la misma, cuando empezaba a hablarse de términos como *Publicity* y *Press Agent*, hasta las más modernas técnicas y disciplinas relacionadas con las Relaciones Públicas.

Muchos son los profesionales que acuden a estas revisiones de su labor o del trabajo de una organización y deciden conocerla a través de una auditoría, antes de proceder a trabajar con ella. Este libro nos habla de esos métodos, de las percepciones y recursos del profesional a través de los estudios e ingenierías académicas en el campo de la Comunicación y las Relaciones Públicas.

Destacamos que el prólogo de la obra está firmado por Jordi Xifra, investigador reconocido y uno de los autores más prolíficos de este país, quien, en las líneas que anteceden la obra, expone y reclama la necesidad de dicha revisión, de esa investigación sobre la investigación, en el ámbito de las Relaciones Públicas.

El libro, antes de empezar con el contenido de pleno, es heredero, como afirma el mismo autor, de su propia tesis doctoral, lo que es garante de una investigación concienzuda y profunda sobre el tema desarrollado en las 274 páginas que componen este volumen.

Se estructura en tres capítulos, cada uno de los cuales fundamenta su desarrollo: el primero de ellos aborda la investigación en la organización, extendiéndose sobre los componentes, las teorías básicas de la investigación y su evolución en el tiempo, así como las diversas conceptualizaciones en función de las distintas escuelas de pensamiento; prosigue con una fundamentación teórico-práctica hasta las líneas actuales discernibles en la planificación estratégica. Destaca las auditorías como instrumento de la investigación y la auditoría del sistema de relaciones: las relaciones como recurso intangible y las variables implicadas en el sistema de relaciones.

En el segundo capítulo procede a la fundamentación del estudio sobre las auditorías y las Relaciones Públicas, haciendo un recorrido histórico. Distingue en su investigación tres períodos: 1850-1920, los inicios. Cuando no se investigaba sobre el tema; cuando las relaciones con los públicos eran consideradas un arte, algo no cuantificable ni susceptible de estudio. Sonaban, por entonces, los grandes nombres de Ivy Lee, P. T. Barnum, y tantos otros que cimentaron la profesión.

El segundo periodo que el autor analiza y constata es enmarcado entre 1920 y 1960, cuando se producen las primeras investigaciones sobre la opinión pública, se habla de ingeniería social (tan de moda ahora con las redes sociales) y de la ordenación de la política norteamericana, con elementos como el Comité Creel y la Comunicación Social Persuasiva. Se ahonda en Edward Bernays, los modelos de defensa, la persuasión científica y la escucha activa de los públicos. La importancia del comportamiento y las relaciones con el público se usan por primera vez y, desde entonces, los sistemas de investigación de las Ciencias Sociales aplicadas a la investigación, adoptándose nuevas ideas, medidas y estrategias de comunicación con los públicos.

Finalmente, el tercer periodo que investiga el autor, de 1960 hasta la actualidad, son las mediciones con los públicos y los distintos indicadores de medida. Surgen aquí los nombres de Scott Cutlip y Allen Center, el modelo simétrico bidireccional, la doctrina europea de Matrat y los fundamentos antropológicos de las Relaciones Públicas.

El tercer capítulo se ordena en cuatro apartados claramente diferenciados, con una estructura analítica e investigadora, metodológica, didáctica y clara que expone diversos modelos de auditoría.

El Primero de ellos habla de los modelos de auditoría para diagnósticos del entorno, como la investigación de la opinión pública y la de *Issues Management*. Prosigue con los modelos de auditoría para el diagnóstico de percepciones, en los que se examinan las auditorías de cultura de empresa, de identidad corporativa e imagen corporativa. Continúa con los modelos para el diagnóstico de la comunicación: las auditorías de las comunicaciones interna y externa. Por último constata en el cuarto apartado las auditorías para diagnóstico social, en el que se analiza la auditoría de la tan actual Responsabilidad Social Corporativa.

Muchos, en definitiva, son los nombres y autores que circulan por esta obra exhaustiva, concienzuda, que han aportado grandes avances a la profesión y desarrollo de la disciplina hasta su entrada en la universidad y el desarrollo de las nuevas técnicas, modelos y metodologías que han permitido evolucionar y llegar a los extremos comunicativos en los que nos encontramos.

En esta obra, en fin, se encuentran esos conocimientos que, tanto el académico como el profesional, pueden precisar, así como los modelos de referencia necesarios para los distintos tipos de auditoría que pueden hacer falta, ya en el desempeño como en la investigación progresiva, a la que alude el autor en su epílogo.

**Forma de citar esta reseña:**

García Ponce, D. (2012). Las auditorías de Relaciones Públicas. Libro de Joan Fontbona. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, Vol. II, N° 4, 299-302. Recuperado el \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_, de <http://revistarelacionespublicas.uma.es/index.php/revrrp/article/view/136>