

ROSA MARÍA TORRES VALDÉS

TESIS DOCTORAL

Aplicación de instrumentos de
Relaciones Públicas en el ámbito del
Desarrollo Local
Descripción y posibilidades

Dirigida por Profesor Doctor: Antonio Noguero Grau

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BARCELONA

ÍNDICE

LA GÉNESIS	7
RESUMEN OPERATIVO DE LOS DOS MARCOS TEÓRICOS	8
CARACTERÍSTICAS DE LA INVESTIGACIÓN. ELECCIÓN DEL TEMA	14
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	14
<i>Objetivo General</i>	14
<i>Objetivos específicos</i>	14
<i>Objetivos metodológicos</i>	14
EL PROBLEMA	14
<i>Título</i>	14
<i>Descripción</i>	15
<i>Elementos</i>	15
<i>Interrogantes que plantea el problema de investigación.</i>	15
<i>Definición de términos básicos</i>	15
<i>Formulación de Hipótesis</i>	16
Sub Hipótesis	16
DISEÑO METODOLÓGICO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	16
<i>Tipo de investigación</i>	16
<i>Fuentes</i>	17
Fuentes primarias	17
Fuentes secundarias	17
<i>Especificación de las variables</i>	17
Variable dependiente	17
Variables independientes	17

DESCRIPCIÓN DE LAS TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL UTILIZADAS. . .	19
<i>Rastreo documental</i>	19
<i>La encuesta</i>	19
<i>Entrevista personal semi-estructurada</i>	20
<i>Dinámica de grupos</i>	20
<i>Técnicas de análisis</i>	20
Instrumento para el análisis	21
POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO Y TAMAÑO DE LA MUESTRA	21
RECOGIDA DE DATOS	22
<i>En relación con la encuesta</i>	22
<i>En relación con las dinámicas de grupo</i>	22
<i>En relación con el rastreo documental</i>	22
PROCESAMIENTO DE DATOS	23
RESULTADOS	23
<i>Resultados de contraste de hipótesis</i>	23
<i>Resultados de las preguntas 5 a 8. Frecuencias / porcentajes</i>	24
<i>Resultados de análisis clúster o de conglomerados</i>	25
<i>Resultados de dinámicas de grupo (9 agentes)</i>	26
CONCLUSIONES (RESUMEN)	28

LA GÉNESIS

Los motivos de elección del tema de la tesis que se presenta, tienen que ver con la cotidianidad del trabajo profesional de la doctoranda, que consiste en la inserción laboral de los titulados universitarios a través de programas de prácticas preprofesionales, búsqueda activa de empleo, promoción de autoempleo y creación de empresas. Todo ello requiere de estrategias relacionales complejas, que llegan en algunos casos a la sofisticación proactiva en el empeño motivar a las organizaciones bien a contar con personal cualificado, bien a cooperar con la Universidad a través de subvenciones o donación de fondos, y a tener un papel activo en el desarrollo local.

Cuanto antecede condujo inexorablemente a indagar sobre la historia de las iniciativas locales de empleo, y a examinar las directrices de la Comisión Europea en cuanto a políticas de empleo y asuntos sociales, a conocer las políticas de empleo, autoempleo y desarrollo socioeconómico propuestas por los gobiernos nacionales y regionales, y como no podía ser de otro modo a entablar relaciones estratégicas con los actores-enclave del sistema socioeconómico.

Un factor altamente sugerente para la elección del tema fue un dato histórico de relevancia para las Relaciones Públicas en el contexto de las Agencias de Desarrollo Local. Proviene de un estudio realizado en 1986 como parte de un programa de visitas e intercambios, llevado a cabo por la Fundación Rural de Valonia, con el apoyo, por aquel entonces, de la Dirección General de Empleo, Asuntos Sociales y Educación (DG V) de la Comisión Europea, bajo la coordinación del Grupo Europeo para las Iniciativas Locales de Empleo (EGLEI), y en colaboración con la Red Europea de Intercambio de Información y Experiencias (ELISE). Una de las conclusiones de dicho estudio rezaba que «ninguna de las agencias visitadas ha hecho referencia a la utilización de las Relaciones Públicas».

Por otra parte hemos de decir que el proceso de toma de decisión ha sido consecuencia de años de experiencia en inserción laboral y relaciones con agentes y agencias de desarrollo, y de trabajos de reflexión que tomaron forma de proyectos de investigación o de artículos y ponencias presentadas en

foros relacionados con la cuestión que tratamos, y cuyo orden cronológico¹ debía llevarnos al tema de investigación elegido; la investigación previa a ésta que se presenta, arrojó, entre las muchas conclusiones que se extrajeron, dos que contribuyeron decididamente a la elección final del tema que ahora abordamos. Por una parte se hallaron tópicos similares y convergentes entre los contenidos de Relaciones Públicas y los contenidos de Desarrollo Local, lo que sin duda era una invitación a constatar si tal correspondencia en el nivel teórico se produce en la práctica. Por otra, el objeto de estudio en aquella ocasión fue la red cooperativa en sus formas de mancomunidad y consorcio, mostrando la necesidad de descender a la propia unidad o entidad local de desarrollo, y explorar el alcance de las Relaciones Públicas en la Agencia de Desarrollo Local, como sujeto promotor (persona jurídica u organización) de las acciones de desarrollo y de las posibles acciones de Relaciones Públicas si es que estas tuviesen lugar, así como contar con la figura del Agente de Desarrollo Local en dicha exploración como sujeto promotor o ejecutor (en este caso como persona con conocimientos o no de Relaciones Públicas, aplicándolos o no).

RESUMEN OPERATIVO DE LOS DOS MARCOS TEÓRICOS

Definimos Desarrollo Local como aquel proceso de afrontar las diferentes problemáticas (sociales, económicas, ambientales) de un territorio o jurisdicción desde una perspectiva localista, pero sin perder de vista las oportunidades que el sistema global puede ofrecer. En tal proceso se encuentra la formulación de estrategias que incluyen objetivos de dinamización y participación de actores y recursos locales, de forma coordinada con los actores y recursos externos (públicos o privados, provinciales, nacionales o internacionales).

El proceso de Desarrollo Local puede y debe ser entendido para la correcta aplicación de estrategias y tácticas de Relaciones Públicas, en las Agencias Locales de Desarrollo, desde tres enfoques básicos:

1. Enfoque Socioeconómico: Análisis de la estructura socioeconómica local y diseño de planes de Desarrollo Económico Local (DEL).
2. Enfoque Sociopolítico: Elementos de participación, gobernanza y *empowerment*.

1. Citamos dos que combinan las Relaciones Públicas y el Desarrollo socioeconómico: Posibilidades de intervención en el desarrollo del binomio Empresa-Universidad. *El caso de la Universidad de Alicante*, Alicante (2000). 2. Investigación sobre protocolos de Relaciones Públicas en redes participativas de Desarrollo Local, Barcelona (2004).

3. Enfoque Sociocultural: Estrategias y tácticas para sensibilizar y estimular la dinamización y participación de los actores locales en programas e iniciativas de desarrollo.

A nuestro entender, las perspectivas sociocultural y sociopolítica abren la mayores posibilidades de intervención a las Relaciones Públicas en la estrategia del Desarrollo Local, enriqueciendo el aspecto socioeconómico.

Definimos las Relaciones Públicas como la gestión de la comunicación entre la organización y sus públicos, tipificados estos últimos como sujetos promotores, ejecutores y receptores.

Alcanzar objetivos de sensibilización y estímulo de la participación requiere de una labor profesional a partir de las técnicas aportadas por las ciencias sociales, para identificar los públicos, sus intereses, y calcular los vectores de involucración y motivación de los públicos de la Agencia Local de Desarrollo.

De manera que, en resumen, podemos decir que en los procesos de Desarrollo Local se encuentra la formulación de estrategias que incluyen objetivos de dinamización y participación de actores y recursos locales singulares (económicos, culturales, medioambientales), de forma coordinada con los actores y recursos externos (públicos o privados, provinciales, nacionales o internacionales).

La estrategia de Desarrollo Local dispone de su propio marco lógico, en el que se contempla la definición de objetivos generales y específicos, en relación con indicadores de desarrollo objetivamente verificables, y procesos evaluativos intermedios y finales que abarcan análisis de indicadores, de logro de objetivos y costos de los procesos.

La Agencia de Desarrollo Local es un instrumento que, en términos de Relaciones Públicas, podemos considerar a la vez como sujeto jurídico promotor de Desarrollo Local (de acuerdo con las iniciativas que el consistorio desea poner en marcha) y sujeto ejecutor de las decisiones y políticas de Desarrollo Local adoptadas.

Al agente de Desarrollo Local (sujeto físico promotor y ejecutor) se le exige una formación que incluya, además de los conocimientos propios de su ámbito, conocimientos en la técnica de establecimiento de relaciones, habilidades sociales, gestión, negociación, investigación y animación sociocultural, junto con dosis de creatividad.

Por su parte, las Relaciones Públicas tienen una indiscutible función social, que, traducida a la práctica profesional, consiste primordialmente en «hacer las cosas bien», y después, cuando corresponda, «hacerlo saber», en aras a la prevención de conflictos potenciales que tienen su causa en el posi-

ble choque de intereses entre sistemas y subsistemas, para finalmente procurar relaciones de compromiso para afrontar las divergencias.

Para el cumplimiento de esa misión, las Relaciones Públicas también se dotan de un proceso, que arranca en la investigación, de cuyos resultados se podrán elaborar los planes estratégicos y programas de actuación e intervención, los cuales se monitorean de forma continuada, de modo que puedan aplicarse los correctivos pertinentes si el desarrollo de los programas así lo aconseja. Finaliza, y se inicia al mismo tiempo, el proceso, nuevamente, con la evaluación de resultados obtenidos tras la intervención de las Relaciones Públicas, con todos sus planteamientos tácticos y sus herramientas o técnicas.

Se aprecia complementariedad entre una disciplina y otra, de tal modo que podría hablarse de una cierta consonancia entre objetivos del Desarrollo Local y técnicas de las Relaciones Públicas, lo que representamos a continuación a través de la secuencia de las tres figuras, de elaboración propia.

La figura 1 muestra, por una parte, la necesidad de crear vínculos y alianzas estratégicas por parte de la Agencia de Desarrollo Local, con actores institucionales y sociales, para alcanzar objetivos de Desarrollo Local.

La figura 2 viene a mostrar cómo las Relaciones Públicas, como estrategia, desarrollan planteamientos tácticos que contemplan el uso de técnicas y herramientas con potencialidad para generar vínculos y alianzas con actores institucionales y sociales, y alcanzar el objetivo de construcción de capital relacional para la organización.

Figura 1. Necesidades relacionales en la estrategia del Desarrollo Local

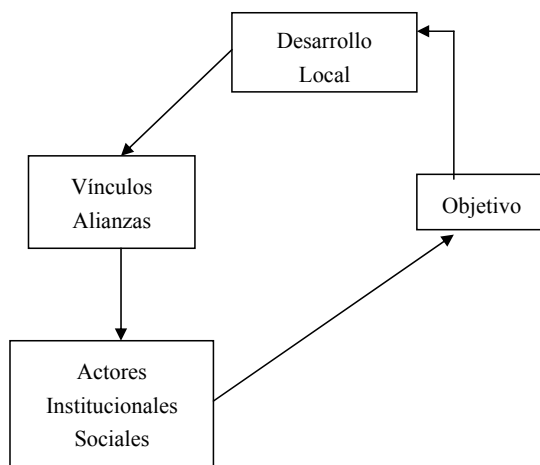
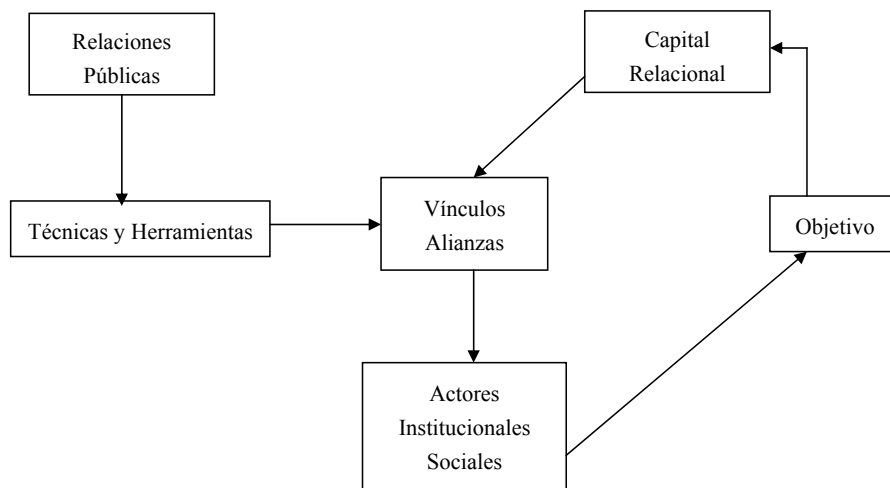


Figura 2. Teoría y Técnicas de las Relaciones Públicas



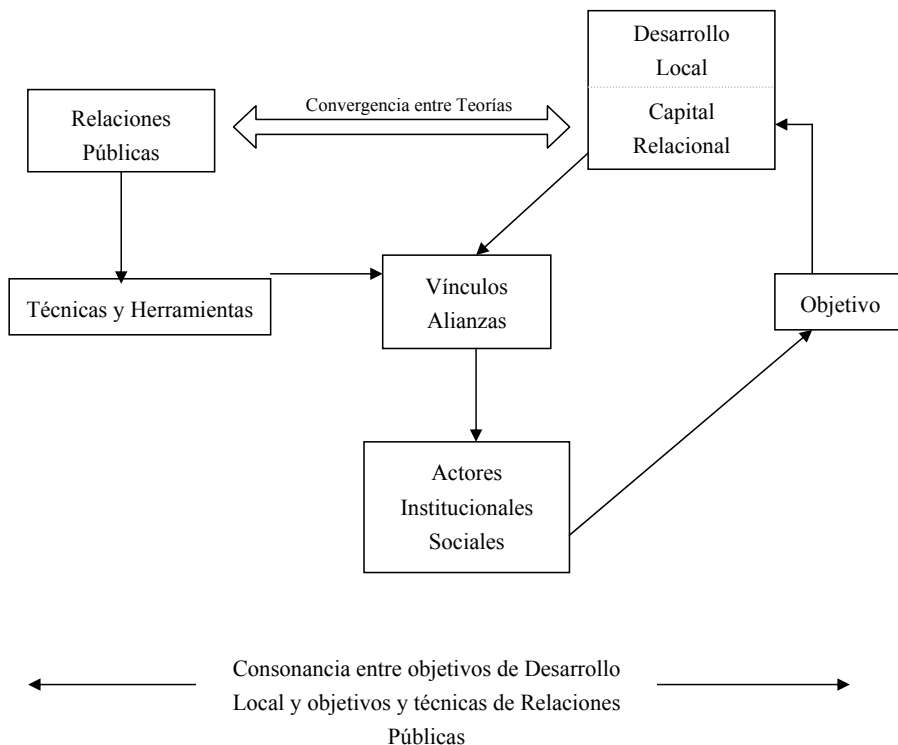
La figura 3 representa, de una parte, la convergencia teórica entre las dos disciplinas y, de otra, la consonancia entre las técnicas de Relaciones Públicas y los objetivos de Desarrollo Local.

Puede decirse que, por su parte, las teorías más modernas del ámbito de Desarrollo Local, gobierno relacional, redes de cooperación, por mencionar algunas, recomiendan la proximidad, la confianza, la estrategia relacional y de cooperación. Y, por parte de las teorías y modelos de Relaciones Públicas, se ofrecen las tácticas, técnicas e instrumentos para lograr los objetivos mencionados de proximidad, confianza, relación y cooperación. En otras palabras, aquellas vienen a decir qué hay que hacer en el ámbito del Desarrollo, y éstas cómo hacerlo.

Las técnicas utilizadas en la practica profesional que responden a los planteamientos tácticos de Relaciones Públicas, de aplicación estratégica en la apuesta por el Desarrollo Local a través de sus agencias locales, son:

- I. Técnicas de investigación aportadas por las ciencias sociales.
- II. Técnicas de planificación basadas en la gestión de procesos y procedimientos.
- III. Técnicas para la organización de eventos especiales basadas en la gestión y desarrollo de programas de acción, con miras a la involucración de actores clave.
- IV. Técnicas para las relaciones institucionales, orientadas a la generación de vínculos estratégicos que contribuyan a crear el capital relacional que *a posteriori* se consolide en capital social.

Figura 3. Resultante convergencia y alcance teórico-práctico de las Relaciones Públicas



V. Técnicas para desarrollar acciones expresivas, basadas en el «hacerlo saber», después de haber hecho bien los procedimientos precedentes. Hemos de hacer notar que los eventos especiales pueden constituir una acción expresiva, que tendría su encaje en la *publicity*, sobre todo cuando dicha acción se enmarca en una actividad útil a la sociedad, que dota a la acción expresiva de un contenido noticioso.

El profesional de Relaciones Públicas, o el agente de Desarrollo Local que deba utilizar las Relaciones Públicas, deberá disponer de conocimientos profundos de la disciplina, teorías, modelos y conceptos, y de su aplicación práctica. Con ello queremos decir que para desenvolverse adecuadamente tendrá que haber interiorizado los elementos clave que forman parte de un proceso como estructura cuyos componentes o variables independientes explican la dinámica del fenómeno relacional en el que se halla inmersa la Agencia de Desarrollo Local, entendido dicho fenómeno como interacción

entre sistema y públicos. Por otra parte, deberá estar entrenado para la ejecución de los programas, de modo que el alcance de su actividad no sea sólo teórico o sólo práctico en el sentido de intuición. Entendemos que, en definitiva, los programas forman parte del proceso y sirven para controlarlo a través de la permanente evaluación. Todo lo cual obliga a que la actividad del sujeto agente de desarrollo sea la de ejecución teórico-práctica, utilización de las técnicas de Relaciones Públicas, pero fundamentadas en el conocimiento de la disciplina, dando así sentido al papel de sujeto físico promotor/ejecutor para el agente de Desarrollo Local que mencionamos en líneas anteriores.

Llegados a este punto, cabe preguntarnos:

1. ¿Qué sucede en la vida cotidiana del agente de Desarrollo Local?
2. En el ámbito comunicativo, ¿cómo actúa el agente de Desarrollo Local; por intuición, por emulación, por cognición?
3. ¿Cuál es la preparación del agente en relación con lo que se le demanda en la gestión relacional?
4. ¿Es posible una aplicación de las Relaciones Públicas en procesos de promoción de Desarrollo Local?
5. En la practica informativo/comunicativa, ¿actúan por igual las agencias de desarrollo? ¿Utilizan los mismos instrumentos? ¿Cuál ha sido el criterio seguido para la elección del uso y la frecuencia de los instrumentos? ¿Qué tipos de técnicas expresivas utilizan?
6. En las acciones de investigación, si se hacen, ¿tienen en cuenta, además de los públicos externos, a los públicos internos?
7. Cuando se confecciona el plan estratégico, ¿se tiene en cuenta, además del entorno, el «intorno»?
8. ¿Qué tipo de relaciones formales e informales establece la agencia? ¿Cuál es la estrategia y el planteamiento táctico? ¿Con qué técnicas afronta las necesidades de gestión de la comunicación con los públicos?
9. ¿Se considera a las actividades de Relaciones Públicas en el plan estratégico de la agencia, con dotación de apoyos materiales y humanos?

Y así un sinfín de preguntas de reflexión, a raíz de la revisión documental y bibliográfica de los ámbitos de Desarrollo Local y de Relaciones Públicas.

La búsqueda de respuesta a los interrogantes planteados motiva el proyecto de investigación que lleva por título:

«Aplicación De Instrumentos De Relaciones Públicas En El Ámbito Del Desarrollo Local. Descripción Y Posibilidades».

CARACTERÍSTICAS DE LA INVESTIGACIÓN. ELECCIÓN DEL TEMA

La elección del tema viene dada por la necesidad en el trabajo cotidiano de aproximarse a las Agencias de Desarrollo Local y de observar las realidades de las entidades locales de desarrollo y explorar la pertinencia de la actividad de las Relaciones Públicas en el ámbito del Desarrollo Local.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo General

Evaluar el alcance de aplicación de los instrumentos de Relaciones Públicas en las Agencias de Desarrollo Local.

Objetivos específicos

1. Demostrar la pertinencia de la actividad de Relaciones Públicas en la estrategia de Desarrollo Local.
2. Ofrecer una herramienta de trabajo al agente de Desarrollo Local que sistematice la aplicación las Relaciones Públicas en las Agencias de Desarrollo Local, traducido ello a Estrategia-Táctica-Técnica e Instrumento.
3. Facilitar apoyo estratégico, desde la Relaciones Públicas, a los sujetos promotores y ejecutores de políticas de Desarrollo Local, para la toma de decisiones en relación con programas de información/comunicación/sensibilización a los ciudadanos y dinamización de las sociedad civil, para que asuman y se involucren en dichas políticas.

Objetivos metodológicos

1. Compatibilizar la exposición de los resultados, respetando la debida prioridad a los intereses interdisciplinarios presentes en el problema.
2. Ajustar y garantizar el cumplimiento de los requisitos y necesidades de rigor científico y técnico en la definición de procesos de análisis y tratamiento de datos e información.

EL PROBLEMA

Título

Aplicación de instrumentos de Relaciones Públicas en el ámbito del Desarrollo Local. Descripción y Posibilidades.

Descripción

Se describe un problema de aplicación adecuada de instrumentos de Relaciones Públicas en las actuaciones de dinamización de Desarrollo Local.

Las propuestas de gobierno relacional y de proximidad demandan del agente de Desarrollo Local un perfil profesional que se caracteriza por capacidad de liderazgo, negociación, trabajo en equipo, para desempeñar un puesto de trabajo que incluye como práctica profesional la «función de relaciones con los ciudadanos, con los empresarios y comerciantes, mediador y coordinador».

Elementos

El problema anteriormente descrito pone de manifiesto la necesidad de observar y describir de qué modo, desde las agencias, los agentes de Desarrollo Local ejecutan la función relacional de mediación y coordinación que se les atribuye.

Para ello nos centramos en los siguientes elementos de la actividad de Relaciones Públicas:

- Acciones de investigación.
- Acciones de planificación.
- Acciones de organización de eventos especiales.
- Acciones de relaciones institucionales.
- Acciones expresivas.

Interrogantes que plantea el problema de investigación

1. ¿Existen diferencias entre las ADL objeto de estudio respecto del conocimiento reconocido por el ADL de la entidad para el manejo de técnicas e instrumentos de Relaciones Públicas?
2. ¿Existen diferencias entre las ADL objeto de estudio respecto de la programación de actividades de Relaciones Públicas en su plan estratégico?
3. ¿Existen diferencias entre las ADL objeto de estudio respecto de la frecuencia con se emplean las técnicas de Relaciones Públicas?

Definición de términos básicos

a) Instrumento (de Relaciones Públicas)

Herramienta utilizada en la aplicación de una técnica que responde a una táctica enmarcada a su vez en una estrategia.

b) Alcance (nivel de aplicación de los instrumentos de Relaciones Públicas en la Agencia de Desarrollo Local)

Formulación de Hipótesis

De acuerdo con los interrogantes planteados en la investigación, formulamos tres hipótesis generales de partida (HG1, HG2 y HG3):

HG 1: Son observables diferencias entre las ADL respecto del conocimiento reconocido por el Agente de Desarrollo de la entidad para el manejo de técnicas e instrumentos de Relaciones Públicas.

HG2: Son observables diferencias entre las ADL respecto de la programación de actividades de Relaciones Públicas en su plan estratégico.

HG 3: Son observables diferencias entre las ADL respecto de la frecuencia con que se emplean las técnicas e instrumentos de Relaciones Públicas.

Sub Hipótesis

A partir de las tres hipótesis generales enunciadas, teniendo como unidad de observación a las Agencias de Desarrollo Local, y de acuerdo con los elementos descritos, sus relaciones y combinación con cada uno de los grupos de acciones, podemos definir las siguientes sub hipótesis nulas o SH_0 y sub hipótesis alternativas o SH_1

Así tenemos

$\begin{aligned} \text{HG1} &\rightarrow \text{SH1 (a-q)}_0 \text{ y } \text{SH1 (a-q)}_1 \\ \text{HG2} &\rightarrow \text{SH2 (a-q)}_0 \text{ y } \text{SH2 (a-q)}_1 \\ \text{HG3} &\rightarrow \text{SH3 (a-q)}_0 \text{ y } \text{SH3 (a-q)}_1 \end{aligned}$
--

Donde las letras **a** hasta la **q** indican la combinación de cada uno de los grupos de acciones definidas en relación con las unidades de observación.

Hay un total de 18 combinaciones para cada hipótesis general.

DISEÑO METODOLÓGICO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Tipo de investigación

- Por el método, se trata de una investigación exploratoria y descriptiva.
- Por el tipo de análisis se trata de una investigación cualitativa, ex – post – facto, y cuantitativa.
- Por su dimensión territorial, es una investigación local, sobre Agencias de Desarrollo Local de la Provincia de Alicante, con competencias para

la promoción de empleo, autoempleo, y la dinamización y puesta en valor de los recursos endógenos.

Fuentes

Fuentes primarias

- Trato directo y cotidiano con los agentes de Desarrollo Local.
- Observación de las agencias y los agentes de Desarrollo Local.
- Encuesta sobre instrumentos de Relaciones Públicas con capacidad para reforzar los vínculos y alianzas estratégicas entre los distintos actores que intervienen en los procesos de Desarrollo Local.
- Dinámicas de grupos.

Fuentes secundarias

- Guías de fuentes documentales.
- Bibliografía del ámbito de Desarrollo Local.
- Bibliografía del ámbito de las Relaciones Públicas.
- Revistas relacionadas con el campo de esta investigación.
- Estudios e informes sobre Desarrollo Local, cooperación al desarrollo, sensibilización y comunicación para el desarrollo.
- Memorias anuales de actuaciones de Agencias de Desarrollo Local.
- Informes de Federación de profesionales de Desarrollo Económico Local (FEPRODEL) y de la Asociación de Agentes de Desarrollo Local y Promoción Socio Económica de la Comunidad Valencia (ADLYPSE).

Especificación de las variables

Variable dependiente² (la que ha de ser explicada)

«ALCANCE TEÓRICO-PRÁCTICO DE LAS RELACIONES PÚBLICAS EN LA ORGANIZACIÓN: AGENCIA DE DESARROLLO LOCAL».

Variables independientes³: (Las explicativas)

1. Grado de inclusión de contenidos en Relaciones Públicas en las acciones de investigación.

2. Equivale al *efecto* o fenómeno que se investiga. Joseph Balcells i Junyet. Barcelona. 1994. ESRP.

3. Es la que equivale a la causa real o probable del efecto o fenómeno que se estudia. Joseph Balcells i Junyet. Barcelona. 1994. ESRP.

2. Grado de inclusión de contenidos de Relaciones Públicas en las acciones de planificación.
3. Grado de inclusión de contenidos de Relaciones Públicas en las acciones de organización de eventos especiales.
4. Grado de inclusión de contenidos de Relaciones Públicas en las acciones de relaciones institucionales.
5. Grado de inclusión de contenidos de Relaciones Públicas en las acciones de técnicas expresivas.

Definición operativa de las variables especificadas

Para enunciar la variable dependiente, o la que ha de ser explicada, «Alcance teórico-práctico de las Relaciones Públicas en la organización Agencia de Desarrollo Local» se definieron los distintos alcances como:

- ***Ninguno o mínimo teórico*** (o no se aplican o hay personal con mínimos conocimientos teóricos en RR.PP., pero que no se utilizan).
- ***Práctico*** (se utilizan técnicas de RR.PP. pero no hay personal capacitado para el desarrollo de estas competencias).
- ***Teórico y práctico*** (la ADL cuenta con personal capacitado en RR.PP. y además hay diseñados procedimientos en los que se aplican y controlan estas técnicas).

En cuanto a las variables independientes la definición operativa que se hace de las mismas es la siguiente:

1. «Grado de inclusión de contenidos en Relaciones Públicas en las acciones de investigación».
Técnicas de investigación sobre:
 - La opinión pública interna.
 - La opinión pública externa
 - La percepción del servicio
 - La satisfacción de necesidades.
2. «Grado de inclusión de contenidos de Relaciones Públicas en las acciones de planificación».
 - Definición de objetivos de Relaciones Públicas internas.
 - Definición de objetivos de Relaciones Públicas externas.
 - Programación de Relaciones Públicas.
3. «Grado de inclusión de contenidos de Relaciones Públicas en las acciones de organización de eventos especiales».
 - Reunión de grandes colectivos: ferias, foros, congresos, jornadas.
 - Conferencias de prensa.

- Programas de televisión específicos⁴.
4. «Grado de inclusión de contenidos de Relaciones Públicas en las acciones de relaciones institucionales».
 - Reuniones específicas con actores-enclave.
 - Promoción de convenios de cooperación.
 - Visitas organizadas.
 - Comunicados de prensa.
 5. «Grado de inclusión de contenidos de Relaciones Públicas en las acciones de técnicas expresivas».
 - Folletos.
 - Audiovisuales.
 - Web.
 - Apoyo de recursos humanos⁵.

DESCRIPCIÓN DE LAS TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL UTILIZADAS

Las técnicas y los instrumentos de los que nos hemos servido para la investigación.

Rastreo documental

El **instrumento** para la organización de la información producto del rastreo bibliográfico ha sido la **Ficha bibliográfica de tipo mixto**.

La encuesta

Puesto que en las fuentes consultadas no encontramos ningún instrumento validado de medida de la descripción del uso de las técnicas de Relaciones Públicas, específicamente en las Agencias de Desarrollo Local, hemos construido nuestro propio **instrumento** en formato de **cuestionario ad hoc**.

4. Consideremos en este caso el programa de televisión específico como evento especial en sí mismo o como parte de un evento especial.

5. Hacemos esta consideración, porque, al tratarse de recursos humanos para técnicas puramente expresivas, no necesariamente ha de recurrirse a personal de plantilla, sino que se externaliza la prestación de servicios para ejecutar dichas acciones. Sin embargo entendemos que, a pesar de ello, es una actividad profesional para la ejecución de técnicas expresivas de la Agencia de Desarrollo Local.

Entrevista personal semi-estructurada

Se optó como **prueba piloto** por hacer entrevistas personales para conseguir retroalimentación directa sobre los problemas que pudiera plantear el cuestionario.

Dinámica de grupos

- De pequeño grupo: **entrevistas grupales**, en la que participan sujetos que presentan características homogéneas respecto del tema tratado, en nuestro caso todos agentes de Desarrollo Local en activo, que optaron por hacer formación avanzada en Relaciones Públicas para agentes de Desarrollo Local.
- De gran grupo.
Se planificaron y ejecutaron dos reuniones del colectivo de agentes de Desarrollo Local:
 - Jornada técnica sobre Desarrollo Local y políticas activas de empleo en la Comunidad Valenciana⁶.
 - Encuentro estatal de agentes de Desarrollo Local.

Técnicas de análisis

- a. **Pruebas de contraste no paramétricas** (Friedman, chi-cuadrado y F de Fisher o Snedecor, para tres muestras dependientes, definidas de acuerdo con la variable dependiente: «Alcance teórico-práctico de las Relaciones Públicas en la organización Agencia de Desarrollo Local»). Nos ha de servir para tomar la decisión de rechazo o aceptación de las hipótesis planteadas en la presente investigación, una vez estudiada la distribución de los elementos muestrales y comparando el valor crítico de F de Fisher con chi-cuadrado.
- b. Análisis clúster o de conglomerados. Servirá de complemento al estudio de las distribuciones muestrales, de cara a una posible clasificación en razón de los diferentes grupos surgidos.
- c. Análisis de frecuencias y porcentajes de las preguntas 5 a 8 del cuestionario, ambas inclusive, que hacen referencia a la situación del técnico

6. No es un grupo de discusión al uso, sino más bien la aplicación de la técnica de reunión de colectivos. Se provocó un encuentro de agentes de Desarrollo Local, y se diseñó un programa «aglutinador», que permitiera desde la visión del experto técnico la aproximación al pasado de la figura del agente de Desarrollo Local, su reflejo en la situación y perfil actual, y a su vez el debate sobre su perspectiva de futuro. El tema de convocatoria fue: **El Desarrollo Local y las políticas de empleo en la Comunidad Valenciana: Retos y perspectivas de futuro de los agentes de empleo y Desarrollo Local.**

de la agencia y la ubicación de la política de Relaciones Públicas en los presupuestos anuales para la gestión en las Agencias de Desarrollo.

- d. Análisis de la información recogida en las actividades grupales: dinámicas de grupo y encuentros de agentes de Desarrollo Local.

Instrumento para el análisis

Los datos obtenidos mediante cuestionario se introdujeron en el SPSS, (*Statistical Package for Social Sciences*) Versión 14.0.

POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO Y TAMAÑO DE LA MUESTRA

La población objeto de estudio la constituyen las Agencias Desarrollo Local de la provincia de Alicante, con competencias en empleo, autoempleo y dinamización de los recursos endógenos característicos del municipio en el que operan.

Con estas características tenemos un **Universo** formado por **38 agencias**.

Con relación a la encuesta, la técnica muestreo utilizada en la selección de los elementos muestrales ha sido **Muestreo intencional no probabilístico del tipo estructural**.

Error máximo: 5%

Confianza 95%

Alfa:0.05

$$n = \frac{N * Z_a^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_a^2 * p * q}$$

donde:

- N = Total de la población
- Z_a^2 = (seguridad del 95%)
- p = proporción esperada (50%)
- q = 100 – p
- d = precisión (en nuestro caso, 5% de error máximo permitido).

Tamaño de muestra: 35 Agencias de Desarrollo Local.

En el caso de las dinámicas de pequeño de grupo también se recurrió al muestreo intencional, pero esta vez del tipo **Muestreo de subgrupos homogéneos**, porque seleccionamos a un grupo pequeño, cuya característica común era que, además de ser agentes de Desarrollo Local en activo,

habían optado por realizar un curso de formación avanzada en Relaciones Públicas.

RECOGIDA DE DATOS

En relación con la encuesta

El cuestionario diseñado viene a ser un esquema formalizado para recopilar la información requerida de los encuestados; en nuestro caso, agentes de Desarrollo.

Los objetivos informativos de nuestra investigación quedan en el cuestionario expresados en forma de preguntas específicas de **escala subjetiva**. (es decir, nuestro encuestado se posicionó subjetivamente respecto de las diferentes categorías de respuesta (*muy, bastante, medianamente, poco, nada*)).

En relación con las dinámicas de grupo

- Protocolo general.

- I. Identificación de la Agencia.
- II. Definición de la figura del ADL.
- III. Aspectos más valorados de su trabajo.
- IV. Aspectos considerados más complejos en su trabajo cotidiano.
- V. Pertenencia o no a algún tipo de red o asociación.
- VI. Valoración de temas y públicos, y convergencia de intereses políticos-técnicos-públicos-técnicos-políticos.
- VII. Evaluación comparativa en cuanto a la definición y funciones del agente de Desarrollo, y al planteamiento de acciones de promoción de desarrollo, antes y después de haber recibido entrenamiento en Relaciones Públicas.

En relación con el rastreo documental

Ficha de tipo mixto. Se incluyó un apartado con evaluación de niveles de presencia por tópicos en referencias reconocidas como propias de cada disciplina.

Los niveles de presencia, entendidos como frecuencia de mención de tópicos comunes en la bibliografía de cada uno de los ámbitos, se corresponden con las siglas A: (Alto), M (medio), B (bajo). Los criterios fueron:

Frecuencia de mención alta en libros: de 10 veces en adelante. Para artículos, de 5 veces en adelante.

Frecuencia de mención media en libros: de a 4 a 9 menciones. Para artículos, de 2 a 4 menciones.

Frecuencia de mención baja en libros: de 1 a 3 menciones. En artículos, 1 mención.

PROCESAMIENTO DE DATOS

Para el contraste de hipótesis.

El estadístico de contraste es:

$$X_r^2 = \frac{12}{na(a+1)} (\sum R_j^2 - 3n(a+1))$$

La intersección en la Tabla F de Fisher arroja un valor crítico de 3,28.

El criterio, tras revisar la tabla de confrontación, es el siguiente:

Para valores de chi-cuadrado superiores al valor crítico de Fisher rechazamos la hipótesis nula o H_0 o de igualdad, y aceptaremos para esos casos que se observan diferencias entre las Agencias de Desarrollo Local⁷.

RESULTADOS

Resultados de contraste de hipótesis

► **Queda rechazada la hipótesis general 1 y todas las correspondientes sub-hipótesis alternativas:**

No se observan diferencias entre las Agencias de Desarrollo Local respecto del conocimiento reconocido por el agente de la entidad para el manejo de técnicas e instrumentos de Relaciones Públicas

► **Queda rechazada la hipótesis general 2, y las correspondientes sub-hipótesis alternativas, con la sola excepción de la sub-hipótesis J (SH2. j₁), en relación con el recurso al instrumento de programas de televisión específicos, para la que sí son observables diferencias:**

7. Se organizaron los datos en una tabla de 3 columnas de confrontación de valores chi-cuadrado y F de Fisher y decisión.

Se observan diferencias entre las Agencias de Desarrollo Local respecto de la programación de actividades de Relaciones Públicas en el plan estratégico de la entidad, que incluyen, en la técnica de organización de eventos especiales, el recurso al instrumento programas de televisión específicos.

► **Queda rechazada la Hipótesis general 3, y las correspondientes sub hipótesis alternativas, con la sola excepción de la sub-hipótesis J (SH3. j₁), en relación con el recurso al instrumento de programas de televisión específicos, para la que si son observables diferencias; por lo tanto, diremos que:**

Se observan diferencias entre las Agencias de Desarrollo Local respecto de la frecuencia con que se recurre, en la técnica de organización de eventos especiales, al instrumento programas de televisión específicos.

Resultados de las preguntas 5 a 8. Frecuencias / porcentajes

■ **En relación con la pregunta número 5:** Entre el personal adscrito a la ADL, ¿hay algún empleado que ejerce las funciones de técnico de Relaciones Públicas?

- El **85,7 %** no.
- El **11,4 %** sí.
- El **2,9 %** no contesta.

■ **En relación con la pregunta número 6:** Indique la relación laboral con la que el técnico en Relaciones Públicas presta sus servicios profesionales en la Agencia de Desarrollo Local:

- El **83,3 %** de los encuestados contesta que mantiene relación laboral.
- El **16,7 %** no contesta.

■ **En relación con la pregunta número 7:** Indique la titulación que posee el técnico con competencias en Relaciones Públicas.

- El **50 %** no tienen funciones de competencia de Relaciones Públicas, y cuestiones como protocolo, ruedas de prensa, comunicación general, dependen del gabinete de alcaldía. Y sus titulaciones son licenciado en Geografía, licenciado en Derecho, licenciado en Económicas.
- El **50 %** restante manifiesta tener competencias que incluyen aspectos propios de las Relaciones Públicas. Las titulaciones encontradas son Ciencias Económicas y Empresariales, Administración y Dirección de Empresas, Derecho y Sociología, todos ellos con algunos cursos o asig-

naturas como *Marketing* y Relaciones Públicas, bien durante la carrera o en cursillos de especialización.

■ **En relación con la pregunta número 8:** En el presupuesto anual que gestiona la ADL, ¿se destinan recursos para la ejecución de acciones de Relaciones Públicas?⁸

- El **54,3 %** no.
- El **42,9 %** sí cuenta con algún recurso.
- El **2,9 %** no contesta.

Resultados de análisis clúster o de conglomerados:

Cuadro 1

<h1>Revisión Clusters/Dendrograma</h1>			
Sub población Pregunta	A Agost, Romana, Monforte, Ibi, Finestrat, Onil y Pinoso	B Elche, Elda, Novelda y Algorfa	C Crevillente, Villajoyosa, S.Pola, Alcoi, Denia, Petrer, Torreveja, Banyeres, Muro, Altea, Hondon, Aigües, Mutxamel y Benidorm
Alcance	Ninguno/Práctico	Tco/Prac/Tco&Prac	Todos
Capacitación	Med/Poco/Nada	Muy / Bastante	Medianamente
RRPP en PE DL	Poco/Nada	Muy / Bastante	Poco / Nada
Frecuencia uso	Bastante / Algo	Mucho / Bastante	Bastante / Algo
Características	Turismo, Juguete, Mármol, Cerámica, Vino, Aceite, otros cultivos. Desarrollo de polígonos Industriales Promoción económica de lo local pero con fuerte orientación a turismo "residente" foráneo. <u>Enorme expansión urbanística</u>	Mármol, Calzado, Especias, Uva de mesa, otros cultivos Desarrollo de Polígonos industriales Promoción económica de lo local pero con más orientación al patrimonio histórico y cultural. (Recepción de visitantes)	Turismo, Textil, Calzado, Salinas, Pesca. Hay diferencias entre los Municipios del grupo. Promoción económica de lo local pero con fuerte orientación a turismo "residente" foráneo. <u>Enorme expansión urbanística</u>

8. En esta pregunta, para sus dos apartados de respuestas posibles, se produjeron comentarios voluntarios en cuanto al recurso para las RR.PP., o práctica de RR.PP.

Resultados de dinámicas de grupo (9 agentes)

Cuadro 2

	Agente de desarrollo
<i>Autodefinición / Autopercepción</i>	Técnico de promoción económica. «Vendedor» de los atractivos del municipio. Dinamizador de la economía local. Agente de empleo y autoempleo. Negociador. Captador y presentador de proyectos. Captador de nuevas ideas compatibles con la idiosincrasia local. Intermediario entre el político y el ciudadano. Defensor de los recursos endógenos del municipio. Promotor de progreso favorable y continuado de una comunidad.
<i>Funciones del ADL (apreciación por las tareas que desarrollan y se les encomiendan).</i>	Organizar ferias de comercio o industria local. Organizar ferias de empleo y formación. Publicitar el municipio: sus valores, sus atractivos. Promoción de la cultura local. Diseñar guías informativas locales, informar con webs, folletos, audiovisuales, y participar en ferias turísticas y promocionales. Buscar subvenciones y participar en proyectos de Fondo Social Europeo. Atender a colectivos de inmigrantes, asesorarles en autoempleo, o buscar su integración laboral. Organizar acciones formativas para el empleo y creación de empresas. Organizar concursos de emprendedores. Participar en proyectos de reconversión estratégica o diversificación sostenible. Informar a la población sobre las acciones de desarrollo emprendidas y el porqué y para qué de las mismas. AGENTE DE DESARROLLO
<i>Aspectos más valorados de su trabajo.</i>	Trabajar para todos los ciudadanos. Vocación de servicio, ayudar a otros a encontrar trabajo es muy gratificante. El trabajo diario es un aprendizaje continuo, y favorece el desarrollo personal El trabajo es creativo, necesita de la creatividad. Enriquecimiento en valores. La posibilidad de relacionarse con muchas personas y colectivos, como empresarios, o asociaciones. Carácter interdisciplinar. El planteamiento constante de retos. Auto-organizativo. Horario. Buen sueldo.
<i>Aspectos más complejos de su práctica actual.</i>	La dependencia de la sensibilidad del político. Tener que buscar el reconocimiento de la labor desarrollada. El esfuerzo de hacer saber qué es un agente de desarrollo. Dependencia de las subvenciones en la consecución de recursos económicos y humanos. Relaciones político-jerárquicas. Manifiestar y argumentar el desacuerdo con alguna decisión del superior político. Conseguir la asistencia de empresarios y otros públicos a los eventos de promoción socioeconómica.

<i>Pertenencia a redes o asociaciones.</i>	Los ayuntamientos representan al municipio en redes específicas. No estaban asociados a ninguna asociación de agentes de desarrollo. No había un conocimiento en profundidad sobre asociaciones y federaciones de agentes de desarrollo y promoción socioeconómica.
---	---

Cuadro 3

	LOS TEMAS CREAN PÚBLICOS – ¿LOS PÚBLICOS RESPONDEN A TEMAS?*
Menciono temas de vital importancia para el gobierno local. PERCEPCIÓN INTERNA Y EXTERNA**	Puesta en marcha de nuevos servicios y tasas correspondientes. Organización de ferias comerciales por emulación de municipios vecinos. Deslocalización de la industria local. Recepción de inmigrantes. Planes urbanísticos.
Menciono temas de vital importancia para la agencia de desarrollo PERCEPCIÓN INTERNA Y EXTERNA	Plan estratégico de desarrollo del municipio. Asistencia de público a los eventos de promoción socioeconómica. Incremento de paro debido a cierre de empresas atribuido a deslocalización, competencia desleal. Políticas de empleo para inmigrantes. Agenda Local 21.
Menciono temas de vital importancia para el público interno PERCEPCIÓN INTERNA	Política de Calidad, certificaciones. Planes de formación Planes de comunicación. Planes de estabilización laboral.
Menciono temas de vital importancia para el público externo. PERCEPCIÓN INTERNA Y EXTERNA	Plan estratégico local. Nuevos servicios y tasas correspondientes. Ferias de promoción del municipio. Política de atención al inmigrante. Empleo y estabilidad en el empleo.
Esta dinámica permitía valorar si hay convergencia en los temas y si el agente tiene en cuenta el balance de intereses, para poder argumentar desde las Relaciones Públicas alguna opinión contraria a la del superior político. También resulta útil para detectar las posibilidades de intervención de RR.PP. y formación especializada en la disciplina. Observación: Aquellos que dependen de un gerente se sienten más libres de manifestar su opinión que aquellos que deben hacerlo directamente al superior político.***	

* Esta dinámica permite valorar si hay o no conexión entre las funciones desempeñadas, las acciones realizadas, con la realidad de lo que los públicos entienden y demandan. También resulta útil para explorar posibilidades de intervención de RR.PP. y formación en la disciplina.

** Los agentes participantes en la dinámica mencionan los temas porque así los perciben los miembros de las agencias, y también porque así les llega la información de los ciudadanos. Esto último es más usual en municipios pequeños.

*** Aclaraciones hechas a petición de la entrevistadora.

INFORMACIONES RECOGIDAS TRAS COMPARAR ANTES Y DESPUÉS DE LA INTERVENCIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

Tras las sesiones de Relaciones Públicas:

- Satisfacción al descubrir que acciones desarrolladas de modo intuitivo pertenecían al ámbito de las Relaciones Públicas, y valoración positiva de recibir formación especializada de Relaciones Públicas aplicada al ámbito de las Agencias de Desarrollo Local.
- Dan más importancia a la investigación como base para planificar. Y la evaluación para volver a planificar con los correctivos pertinentes.
- Se considera al jefe político «un público más» y se atiende al balance de intereses a la hora de hacer contra-propuestas, o presentar nuevos proyectos.
- Se piensa de forma global, en términos de consecuencias, y relacionando de forma veloz unos temas con otros, los temas con públicos, los públicos con temas, las propuestas con públicos, y siempre esforzándose por entender las situaciones de dichos públicos. (se potencia la capacidad empática, pero profesionalmente).
- Para las acciones de difusión, ahora se detienen a pensar en los públicos, y las necesidades sentidas y percibidas de los mismos.
- Se han asociado a ADLYPSE, y reconocen la economía de esfuerzos en búsqueda de información sobre experiencias, formación, convocatorias de proyectos europeos, subvenciones, etc.
- Proponen la creación de una Intranet entre los agentes como foro de expresión de dudas, problemas, intercambio de experiencias, soluciones, formación, etc.

CONCLUSIONES (RESUMEN)

1. Independientemente del grado de capacitación reconocido por los agentes de Desarrollo Local, en cuanto a conocimiento teórico y técnico de Relaciones Públicas, en las Agencias de Desarrollo Local se manejan instrumentos que forman parte de las tácticas de las Relaciones Públicas; sin embargo, no se hace desde una concepción estratégica de las mismas.
2. Son observables diferencias entre las Agencias de Desarrollo Local, en cuanto a la presencia en su plan estratégico de la programación de eventos especiales, concretamente en las actividades referentes a programas de televisión específicos.

3. Las diferencias observadas entre las Agencias de Desarrollo Local estudiadas se localizan tanto en la frecuencia como la finalidad del uso de la técnica de programas de televisión específicos, siendo el programa de televisión específico un evento especial en sí mismo o parte de la actividad de organización de eventos especiales.
4. La dimensión del municipio, tipo de expansión urbanística que en el mismo se esté dando, y la importancia otorgada a los recursos endógenos como atractivo turístico, provoca la tendencia al uso de la técnica audiovisual de modo diferente en las Agencias de Desarrollo Local de dichos municipios.
5. Es generalizado, por parte de las Agencias de Desarrollo Local, elaborar documentos, impresos y audiovisuales, de carácter promocional e informativo, que se utilizan en ferias sectoriales o se incluyen en programaciones televisivas, en espacios reservados a información turística. Sin embargo, no se aprecia la conexión transversal de estas técnicas con otras tácticas propias de las Relaciones Públicas de más amplio espectro, en relación con la variedad de públicos, situaciones (ámbito sociológico) y congniciones (ámbito psicológico) de los mismos.
6. Se evidencia que en planes de desarrollo socioeconómico, con perspectiva de gestión transversal (de lo cultural a lo industrial) se ejecutan acciones más próximas a la actividad profesional de RRRPP, y por el contrario, planes de Desarrollo económico centrado en actuación por sectores sin tener en cuenta la opción de transversalidad, ejecutan acciones más próximas a publicidad y al marketing con fuerte uso del recurso audiovisual.
7. Frente al uso del modelo informativo, se echa de menos la presencia de modelos simétricos de comunicación, tanto de entendimiento mutuo como de motivación mixta, estratégicamente planteados.
8. La aplicación de las Relaciones Públicas en la ADL puede representarse en su conjunto mediante el siguiente cuadro:

Cuadro 4. Aplicación de las relaciones públicas en la estrategia del Desarrollo Local

Qué	Porqué / Para qué	Cómo	Con qué
ESTRATEGIA	TÁCTICA	TÉCNICA	INSTRUMENTO
Excelencia Proactividad Calidad de servicio. Optimizar recursos.	Prevención Identificar intereses comunes y divergentes. Gestión transversal. Tipo: Gestión	Planificación Negociación. SCP.* Diseño de procedimientos de gestión, consensuado.	Programa de actividades Hoja de prevención de conflictos potenciales. Manual de gestión de la calidad. Certificación y carta de servicios.
Coorientación con actores. (Públicos)	Conocer públicos. Clasificar / catalogar públicos**, especial atención a líderes de opinión. Pulsar opinión pública. Tipo: Gestión y escrita	Investigación formativa.***	Fichas de rastreo documental: medios de comunicación social, publicaciones especializadas y sectoriales. Cuestionarios. Protocolos para dinámicas grupales y entrevistas. Mapa de públicos.
Dinamizar actores. (Públicos)	Sensibilizar. Recurso a la Responsabilidad Social e Interés Público. Construcción de capital social. (Relacional) Tipo: Gestión y audiovisual	Relaciones Institucionales. Involucración. Eventos especiales Información-comunicación	Redes cooperativas y de intercambio de experiencias. Reunión de colectivos: jornadas de participación ciudadana. Actividades lúdico-educativas. Medios de comunicación social y recursos <i>on line</i> .
Presencia social.	Combinación de modelos simétricos y asimétricos de comunicación bidireccional. Acciones no rutinarias (<i>para huir de lo convencional</i>) Tipo: Gestión, escrita y audiovisual	Intervención socio-cultural. Eventos especiales. Información / comunicación. (Hacerlo saber). Investigación evaluativa.	Reunión de colectivos: actividades que combinan acciones lúdicas y acciones expresivas. Medios de comunicación social y recursos <i>on line</i> . Sistemas de control y evaluación de la percepción de la presencia social de la Agencia de Desarrollo Local por parte de los actores o públicos

«CAMPAÑAS RELACIONALES NO DE IMAGEN. FUNCIÓN SOCIAL DISTINGUIBLE DEL MARKETING. Usaremos el con fundamento los conceptos de RS e IP → Capital Social.

* SCP: Solución Conjunta de Problemas.

** La teoría situacional resulta muy útil.

*** Las técnicas e instrumentos para la recogida de datos, evidentemente, forman parte de las técnicas de investigación comprendidas en las ciencias sociales. En el cuadro se pretende mostrar la necesidad de incorporar la perspectiva de las Relaciones Públicas en el diseño de los instrumentos propios de cada técnica de recogida de información sobre temas sociales y opinión pública, en relación con los actores clave del Desarrollo Local o los públicos de la Agencia de Desarrollo Local. Sucede igual en cuanto a la mención de sistemas de control y evaluación.

CONCLUSIÓN FINAL: Consideraciones respecto de los objetivos de investigación planteados

- I. El alcance de aplicación de instrumentos de Relaciones Públicas en las agencias estudiadas, es mayoritariamente de tipo práctico, que, de acuerdo con la definición que establecimos en el presente trabajo, se describe como sigue: «Se utilizan técnicas de Relaciones Públicas, pero no hay personal con formación específica para el desarrollo de estas competencias».
- II. La pertinencia de la actividad de Relaciones Públicas ha podido sistematizarse en el «APLICACIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS EN LA ESTRATEGIA DE DESARROLLO LOCAL», que refleja la realidad aplicativa a las agencias de DL, desde una perspectiva de excelencia en la gestión relacional. Todo ello, junto al análisis cualitativo, *expost-facto* y cuantitativo llevado a cabo en este trabajo, nos permite, en justa coherencia con el título del mismo, afirmar que las posibilidades de aplicación de las Relaciones Públicas son reales y factibles, lo que resumimos en el siguiente cuadro:

Cuadro 5

PERTINENCIA DEL PAPEL DE LAS RELACIONES PÚBLICAS EN EL AMBITO DEL DESARROLLO LOCAL	
Excelencia de Relaciones Públicas en la Agencia Local de Desarrollo	Actividad de Relaciones Públicas en la Agencia Local de Desarrollo
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Combinación de simetría y asimetría informativo-comunicativa. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Investigación formativa y evaluativa. Campañas relacionales, no de imagen.
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Estrategia-Proactividad. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Prevención de conflictos. Planificación-programación-evaluación.
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Función social con identidad propia, distinguible del <i>marketing</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Relación Organización ↔ Públicos desde la vertiente: «informatio et communicatio sapere est». ▪ Desarrollo de acciones no rutinarias, combinando útiles y expresivas.
CONJUNTO DE TÁCTICAS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS, PROPIOS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS BASADOS EN LAS CIENCIAS SOCIALES, AL SERVICIO DE LA AGENCIA LOCAL DE DESARROLLO	

Fuente: Elaboración propia.

9. El Desarrollo Local, como marco de aplicación de las Relaciones Públicas, abre las puertas a nuevas líneas de investigación, como el estudio de la política y procesos de las relaciones, atendiendo a actores con roles de Desarrollo Local definidos y reconocidos, relaciones caracterizables entre los actores intervinientes en dinámicas de Desarrollo Local o el estudio de técnicas y procedimientos de acciones de Relaciones Públicas que contribuyan al Desarrollo Local.

