



SUBSIDIOS INFORMATIVOS Y FUNCIÓN DOCUMENTAL DE LAS SALAS DE PRENSA ONLINE DE LOS MINISTERIOS ESPAÑOLES



Jordi Xifra



Jordi Xifra es licenciado en derecho por la *Universidad de Barcelona* y doctor en publicidad y relaciones públicas por la *Universidad Autónoma de Barcelona*. Profesor titular de estrategias de comunicación corporativa en la *Universitat Pompeu Fabra*, es autor de más de una treintena de artículos académicos y una decena de libros sobre relaciones públicas y comunicación corporativa.

Depto. de Comunicación, Univ. Pompeu Fabra
Roc Boronat, 138. 08018 Barcelona
jordi.xifra@upf.edu

Resumen

La noción de “subsidio informativo” fue introducida por los investigadores estadounidenses de los medios para referirse a los materiales informativos que los responsables de prensa de las organizaciones ponían a disposición de los periodistas a la hora de cubrir un hecho informativo. A partir de esta idea, la presente investigación examina las salas de prensa virtuales de los ministerios españoles, en tanto que organizaciones con un alto interés para los medios, para ver cómo optimizan estos espacios en línea destinados a los periodistas para poner a su disposición tales subsidios informativos. Se analizan los contenidos ofrecidos, así como su arquitectura y usabilidad, siguiendo los criterios de eficacia identificados en investigaciones anteriores.

Palabras clave

Documentación, Archivo, Subsidios informativos, Salas de prensa, Relaciones con la prensa, Comunicación institucional, Administraciones públicas, Ministerios.

Title: “Information subsidies” and documentary functions of Spanish ministries online press rooms

Abstract

The notion of “information subsidy” was introduced by US media researchers to refer to informational materials that an organization’s press officers place at the disposal of journalists covering an informational event. Based on this idea, this research examines the online pressrooms of Spanish ministries, as organizations of high media interest, to see how they optimize these online spaces for journalists to provide such information subsidies. The content offered as well as its architecture and usability, according to the effectiveness criteria identified by previous researchers, are analyzed.

Keywords

Documentation, Archives, Information subsidies, Online press rooms, Press relations, Corporate communications, Public administration, Ministries.

Xifra, Jordi. “Subsidios informativos y función documental de las salas de prensa online de los ministerios españoles”. *El profesional de la información*, 2011, mayo-junio, v. 20, n. 3, pp. 270-275.

DOI: 10.3145/epi.2011.may.04

Introducción

La expresión “*information subsidies*” (subsidios informativos o “*subsidized information*”, esto es, información subvencionada) la acuñó en 1982 **Oscar H. Gandy** para describir el acceso controlado de información a bajo coste (y esfuerzo) para la persona que la recibe. Los gabinetes de prensa suministran sistemáticamente subsidios informativos a los medios de comunicación social en nombre de sus clientes o

empleadores. De alguna manera, estos profesionales están “subvencionando” la búsqueda de información que deberían hacer los periodistas, proporcionando información gratuita sobre una organización, sus productos o sus servicios. De este modo, consiguen situar sus textos, influyen la agenda de los medios, que a su vez puede influenciar la opinión pública y la agenda pública, en un proceso que se conoce como *agenda building* (**Curtin; Rhodenbaugh, 2001**).

Artículo recibido el 08-02-11
Aceptación definitiva: 18-04-11

“Debido a que los medios de comunicación son tan necesarios como proveedores de información gubernamental, una tarea principal de las agencias del gobierno y de sus profesionales de las relaciones con la prensa es la preparación y transmisión de mensajes a los medios de comunicación (Turk; Franklin, 1987, p. 31). Es decir, el concepto de información subvencionada encaja particularmente bien en las relaciones de la Administración pública con la prensa, pues el quehacer de los entes públicos lleva aparejado un alto nivel de noticiabilidad que convierte sus gabinetes de prensa en agentes esenciales en la gestión de su comunicación y de su información (Hallahan, 2010). Los periodistas españoles, sin ir más lejos, consideran que son las páginas web institucionales, las del sector público, las más útiles para realizar su trabajo. Así opinaba, en 2006, el 28,6% de los periodistas entrevistados por la FAPE (*Federación de Asociaciones de Periodistas de España*) para la elaboración de su informe *Periodistas, empresas e instituciones: Claves de una relación necesaria*.

A partir de la aparición de las nuevas tecnologías de la información, las salas de prensa han devenido una sección inevitable en los sitios web de los entes públicos y, en particular, en los ministerios. Desde esta perspectiva, si bien es cierto que las relaciones entre altos funcionarios y los periodistas se sigue manteniendo a través de las técnicas tradicionales y los contactos personales, las salas de prensa virtuales deberían de haberse convertido en excelentes servicios de documentación e información para los profesionales de los medios a la hora de “subvencionarles” con noticias y datos que ayuden a realizar con éxito una cobertura informativa que interesa tanto al ministerio como al periodista.

El propósito de este trabajo es, por tanto, investigar si las salas de prensa virtuales de los ministerios españoles cumplen dicha función documental y subsidian eficazmente a los representantes de los medios informativos.

Con internet, las salas de prensa han devenido una sección imprescindible en las webs de los entes públicos

Función documental de las salas de prensa virtuales

Aunque las relaciones con la prensa constituyen la principal tarea de los profesionales de la comunicación corporativa (tanto los liberales como los integrados en organizaciones) (Adecec, 2008), la cuestión de las salas de prensa en línea ha generado pocas, aunque muy buenas, investigaciones en comparación con las realizadas en otras materias. Estos espacios virtuales destinados a los periodistas tienen una doble función, una, de naturaleza dinámica, destinada a la gestión de las relaciones con la prensa y otra documental, basada en el archivo de aquellos documentos escritos, sonoros y audiovisuales que puedan ser de interés para los periodistas a la hora de cubrir eficazmente un hecho o acto informativo (Wilcox; Cameron; Xifra, 2006; Castillo, 2008). Como demuestran las investigaciones que se han realizado a escala mundial, la función documental es la más valorada

por los periodistas, aunque se da un vínculo entre ambas, ya que los periodistas consideran que la eficacia de un buen sistema de archivo de los materiales informativos depende en buen grado de si va acompañado de una fácil y, por tanto, usable adquisición de estos subsidios (Callison, 2003; González-Herrero; Ruiz-de-Valbuena, 2006).

Desde el punto de vista de esta integración de funciones, las peculiaridades que estas salas de prensa deben poseer, de acuerdo con las propuestas de algunos de los autores que han estudiado el asunto con más detalle (Callison, 2003; Wilcox; Cameron; Xifra, 2006), son:

- Su enlace debe estar presente en la página principal y debe tener su propio menú, en consonancia con su estructura. Que contenga el mapa específico de la web y de la sala de prensa siempre accesibles (se suelen situar al final de la página).
- Contener un motor de búsqueda general para todos los contenidos de la sala de prensa y otro temático, de acuerdo con una selección de ítems previamente elaborada.
- Últimas noticias y anuncios de encuentros con la prensa (convocatorias) con enlaces específicos del tipo <Última hora> o <Novedades>.
- Nombres de todos los responsables de relaciones con los medios, con indicación de su cargo, teléfono y dirección de correo electrónico enlazada.
- Biografías de los directivos y miembros del consejo de administración (en este caso de los ministros y altos funcionarios del ministerio), así como un archivo fotográfico de los mismos que puede presentarse como una sección de la documentación fotográfica general. Las entrevistas y declaraciones de los directivos a la prensa pueden estructurarse de la misma manera.
- Enlaces a webs que contengan archivos fotográficos, videográficos y/o multimedia de actos celebrados en o por la organización. Archivos de voz de interés informativo para los periodistas.
- Alocuciones que los representantes de la organización hayan hecho en actos y que no hayan tenido una difusión mediática (o sólo en parte). Este tipo de información, como la biografía de los directivos y el material de archivo, al constituir elementos de la identidad corporativa, deberían estar accesibles directamente sin tener que pasar obligatoriamente por la página principal de la sala de prensa.

Los ministerios españoles no han estructurado ni sus contenidos informativos ni la forma de acceder a ellos de una forma uniforme

A partir de estas observaciones, nuestra investigación reseña y examina qué sitios web de los ministerios tienen su sala de prensa en un formato usable, cuáles son las denominaciones más comunes, cuántas salas de prensa están vinculadas a la página principal, así como cuántas contemplan los contactos con los medios y con qué nivel de identidad. Además de las cuestiones relativas a su arquitectura, que afectan a lo que podríamos llamar los sistemas de distribu-

ción de los subsidios informativos, también exploramos qué tipos de subsidios informativos —y cómo— se ponen a disposición de los periodistas.

Metodología

Se han examinado los sitios web de todos los ministerios españoles, que se han codificado, por orden alfabético, con los siguientes acrónimos:

- Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación (MAE)
- Ministerio de Ciencia e Innovación (Micinn)
- Ministerio de Cultura (MCU)
- Ministerio de Defensa (MDE)
- Ministerio de Economía y Hacienda (MEH)
- Ministerio de Educación (ME)
- Ministerio de Fomento (MF)
- Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (Mityc)
- Ministerio del Interior (MI)
- Ministerio de Justicia (MJ)
- Ministerio de Medio Ambiente y Medios Rural y Marino (Marm)
- Ministerio de Política Territorial y Administraciones Públicas (MPT)
- Ministerio de la Presidencia (MPR)
- Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad (MSPS)
- Ministerio de Trabajo e Inmigración (MTIN)

Esta investigación se llevó a cabo durante los días 6 de diciembre a 18 de diciembre de 2010.

Resultados

Aunque parezca paradójico, no todos los ministerios del gobierno de España tienen claramente indicado su espacio destinado a la prensa en la página principal y sólo dos disponen de un motor de búsqueda. El MSPS, por ejemplo, bajo la denominación “Notas de prensa” tiene el enlace a la sala de prensa propiamente dicha. No obstante, este enlace se encuentra situado fuera del menú principal y en la parte baja,

a la derecha de la pantalla. Por su parte, en el sitio del MTIN, detrás del nombre “Notas de prensa” se esconde un enlace a la página “Gabinete de comunicación”.

Respecto de la nomenclatura, y sin contar con estos dos últimos ejemplos, el nombre que más se usa es el de “Prensa” (n=6), seguido del de “Gabinete de prensa” (n=4) y “Gabinete de comunicación” (n=2). Únicamente el MAE utiliza el nombre “Sala de prensa”. En este punto, la propuesta del MF es muy interesante, pues bajo el título “Gabinete de comunicación” se estructuran las siguientes secciones: “Sala de prensa” y “Contactos para los medios”. Ahora bien, más allá de estos dos ejemplos, la tradición anglosajona de etiquetar como “press rooms” los espacios virtuales destinados a los periodistas no se refleja en los sitios web de los ministerios españoles.

Donde los resultados son unánimes es en la vinculación de las salas de prensa con las páginas principales de los sitios web. Con todo, no podemos dejar de destacar que no siempre esto es un criterio de eficacia. Así, por ejemplo, la página principal del MPR es en sí un archivo no sistematizado de diferentes informaciones, como si de una página de prensa se tratase, pero con el agravante de que no está actualizada¹.

Como se observa en la tabla 1 no todas las páginas ubican un espacio destinado a contactar con los medios. Sólo 9 de los 15 ministerios disponen de este enlace para los periodistas. Sin embargo, sólo el MPT y el Micinn identifican claramente el personal de contacto.

Una de las secciones más presentes en los espacios destinados a la prensa es la de Discursos

En lo que atañe a los resultados sobre los subsidios informativos propiamente dichos, lo primero que hay que destacar es que los ministerios españoles no han estructurado de for-

	Buscador	Actualidad	Contacto	Biografías	Archivos escritos	Archivos sonoros	Archivos audiovisuales	Archivos gráficos
MAE				X	X		X	X
Micinn			X		X			X
MCU					X			
MDE			X		X	X	X	X
MEH	X				X			
ME		X	X		X	X	X	X
MF			X		X	X	X	X
Mityc					X			X
MI		X		X	X	X	X	X
MJ		X	X	X	X	X	X	X
MARM	X		X					
MPT		X	X		X	X	X	X
MPR		X						
MSPS			X	X	X			X
MTIN		X	X	X	X			X

Tabla 1. Resumen de resultados

ma uniforme los materiales informativos ni tampoco el camino para acceder a ellos. No obstante, hay algunas salas de prensa que son ejemplares en ambos (*MJ*) o en alguno de estos aspectos (*MF*), como expondremos más adelante. Nuestro trabajo revela que, salvo estas dos excepciones, las secciones integradas en los espacios destinados a la prensa varían entre dos (*MEH*) y diez (*ME*, *MI*, *MPT*), aunque algunos ministerios, como el *MAE*, contienen mucha información de interés para los periodistas en otras secciones. El *MAE* tiene una página dedicada a la ministra Trinidad Jiménez que constituye un verdadero archivo documental (escrito, gráfico y audiovisual).

Las secciones más utilizadas son las de “Notas de prensa” ($n=11$) y de “Convocatorias de prensa” ($n=10$), seguidas de “Noticias” o “Actualidad” ($n=6$). Esta función informativa es suplida en el resto por la sección “Notas de prensa” (excepto en dos casos, en las que están diferenciadas: *ME* y *MJ*). Desde esta óptica, las salas de los ministerios españoles son una fuente de información muy notable de su día a día.

Una de las secciones más presentes en los espacios destinados a la prensa es la denominada “Discursos”. Únicamente carecen de ella cuatro ministerios (*MF*, *MI*, *MP* y *MTIN*)². Esta es la sección destinada al registro documental de las comparecencias orales de los ministros. Todos los sitios web de los ministerios recopilan los discursos más destacados de los ministros, lo que cubre una de las carencias que **Callison** (2003) encontró en su investigación sobre 224 salas de prensa virtuales: que los periodistas no encontraban ni materiales que complementasen los encuentros personales con la prensa a los cuales habían asistido anteriormente, ni que los sustituyesen en el caso de no haber podido asistir. Es decir, destacaban como déficit de la estrategia de medios en línea la ausencia de archivos en los que poder completar o realizar su tarea informativa.

Respecto del archivo documental escrito, hay que puntualizar que 3 ministerios recogen los discursos y declaraciones de sus titulares en una sección documental independiente de la destinada a las relaciones con la prensa (*MAE*, *MEH* y *MDE*). Esto entronca con la estructura de los archivos documentales, ya que encontramos dos sistemas: el que reúne la información en el espacio reservado a los medios informativos y el que tiene los subsidios informativos en diferentes secciones. Con todo, independientemente del sistema, la información siempre es accesible a través de las salas de prensa, aunque se encuentre en páginas destinadas a la figura del ministro o, como en el caso del *MDE*³ o del *MF*⁴, en páginas destinadas a documentación y publicaciones. Se da, sin embargo, un caso singular: el del *MC*, que incorpora un menú de banners enlazados a sitios informativos, de asuntos específicos⁵.

Los resultados de la tabla 1 muestran como menos de la mitad de ministerios disponen de un archivo documental



Figura 1. Página de archivo de los discursos del ministro de Industria, Turismo y Comercio. <http://www.mityc.es/es-ES/GabinetePrensa/Discursos/Paginas/ListadoDiscursos.aspx>

audiovisual, aunque algunos de ellos (como los de *MF*, *MI*, *MJ* y *MPT*) son ejemplares. A nivel estructural destacamos la diversidad del nomenclátor utilizado para designar estas páginas: desde “Galería multimedia” (*MJ*) hasta “Archivos de audio” y “Archivos de vídeo” (*MPT*), pasando por... ¡“Fototeca”! (*MI*).

A efectos de localización de los subsidios informativos, la principal limitación de estos archivos es su actualización que, en algunos casos, tiene un retraso de más de dos meses (*MAE*, *ME*), aunque esto, en el caso del *MDE*, se soluciona con la tenencia de un canal en *YouTube* muy bien dotado de materiales informativos, en el que se incorporan las intervenciones de su titular. En cambio, no se indican en el enlace videoteca de la sala de prensa. En esta videoteca se archivan vídeos institucionales, promocionales y de información general sobre las fuerzas armadas⁶.

“ Algunos ministerios han sustituido los archivos audiovisuales por canales en YouTube ”

Son ejemplares, por otro lado, los archivos audiovisuales de los otros cuatro ministerios (*MF*, *MI*, *MJ*, *MPT*). Además de estar actualizados, en ellos se distingue claramente entre los archivos sonoros y los videográficos. El *MJ* incluso incorpora el archivo fotográfico⁷ y dispone de una canal en *YouTube* con más de 60 vídeos que constituyen verdaderos subsidios informativos, pues la mayoría tienen entrevistas e intervenciones del ministro.

Finalmente, excepto cuatro ministerios (*MCU*, *MEH*, *MARM*, *MPR*) y uno que no enlazaba correctamente (*MTIN*), el resto dispone de un archivo gráfico que recopila abundante documentación fotográfica. La sección de documentación gráfica del *Micinn* sólo incorpora los logotipos del ministerio para ser descargados en diferentes formatos.



Figura 2. Canal del Ministerio de Justicia en YouTube, <http://www.youtube.com/mjusticia>

Conclusiones

Las salas de prensa en línea constituyen un mecanismo consolidado de las relaciones de los ministerios con la prensa, esencialmente por lo que respecta a su función de archivo y documentación de “subsidios informativos”. No obstante, no hay una uniformidad en la arquitectura informativa ni tampoco en el sistema de documentación de los contenidos que pueden ser de utilidad para los periodistas, lo cual es fruto de una falta de criterios generales del gobierno español en sus relaciones con los medios. Este es un atributo que afecta incluso a la arquitectura de los sitios web de los diferentes ministerios.

Esta falta de criterio unificador hace que nos encontremos con ministerios que gestionan eficazmente sus archivos documentales destinados a la prensa, como el MJ, y otros, los menos, que están muy lejos de los mínimos requeridos para esa eficacia, como ocurre con el MEH y el MPR. Esto confirma lo que evidenció en su día el informe de la FAPE, cuando se preguntó a los periodistas por las salas de prensa más y menos útiles. Y si bien es cierto que, como hemos indicado en la introducción, los sitios de las instituciones públicas son considerados los más útiles, no lo es menos que uno de cada diez los considera los menos útiles. Desde este punto de vista, estos datos confirman la idea de algún autor (Vázquez-Burgos, 2004) según la cual, al no existir la competencia de mercado que caracteriza el sector de los negocios, los gabinetes de prensa de las administraciones públicas adolecen de debilidades estructurales en su política de comunicación que se reflejan, entre otros, en sus salas de prensa virtuales.

Aunque el informe de la FAPE no hizo ninguna correlación, pensamos que los periodistas que no encuentran utilidad en las salas de prensa virtuales de las instituciones públicas son principalmente los del medio televisivo. La misma investigación concluyó, en términos generales, que sólo los perio-

distas de la televisión opinan, en una mayor proporción que el resto, que las salas de prensa son poco o nada útiles. Esto se debe a la ausencia de documentación audiovisual útil. En este punto, los sitios web de los ministerios siguen confirmando esta conclusión: dispone de este tipo de archivos menos de mitad de ellos, pero, además, sin un criterio uniforme de qué información reunir ni cómo estructurarla. Es de destacar el hecho de que algunos ministerios han sustituido de facto los archivos audiovisuales por canales en YouTube que sirven de archivo documental audiovisual (MAE, MDE, ME).

Cuando Grunig y Hunt (2000) elaboraron los modelos de la práctica de las relaciones públicas, subrayaron que la mayoría de los responsables de prensa seguía practicando el modelo unidireccional (de propósitos propagandísticos) del agente de prensa estadounidenses de finales del siglo XIX, donde

lo importante es la cantidad de información suministrada sin tener en cuenta el interés informativo que tiene para el periodista. El otro modelo unidireccional de estos autores es el de información pública, practicado preferentemente por las administraciones públicas, y cuya intención es suministrar la máxima información (veraz, a diferencia del modelo anterior, aunque no siempre completa) al público. Quienes practican estos modelos frente a los bidireccionales —el asimétrico y el simétrico (Grunig; Hunt, 2000)— desdeñan los intereses del público al que dirigen sus mensajes. En nuestro objeto de estudio, uno de los ejemplos de la vigencia de algunos de los elementos del modelo del agente de prensa es que no existe una categorización de la información. Al contrario, estas salas de prensa constituyen mayoritariamente un *totum revolutum* de informaciones con diferente interés político y social, sin un criterio informativo claro.

“ Hay que subrayar un hecho que suele pasar inadvertido: la relevancia del sistema de archivo y documentación como elemento de reputación corporativa/institucional ”

Aunque la aparición de las TIC y la interactividad que llevan aparejadas debería suponer un paso de los modelos unidireccionales a los bidireccionales, en el ámbito de las relaciones con la prensa esto no se produce, al menos en las relaciones entre los ministerios españoles y los periodistas. Si bien no podemos comparar la actividad de los gabinetes de prensa ministeriales con los agentes de prensa de finales del siglo XIX, estas salas de prensa virtuales no nos aportan indicios de que su intencionalidad no sea propagandística.

Existe pues una restricción cualitativa que, sumada al hecho de que en algún caso deba uno registrarse como periodista para acceder a más información (restricción cuantitativa) — como ocurre con el MJ—, afecta negativamente a la utilidad de esta documentación frente a la existente en los centros de documentación de algunos medios de comunicación. Al mismo tiempo, no podemos ignorar la afectación del sector por la crisis económica, principal responsable de que un periodista pueda acabar asumiendo como suya la información de las salas de prensa ministeriales. Como muestra el *Informe anual de la profesión periodística 2010* (APM, 2011), en 2010, los medios de comunicación recortaron en un 25% sus plantillas. Esta situación implica menos personal para el mismo trabajo: el periodista dispone de menos tiempo para elaborar su información y está al tanto de más contenidos, por lo que acepta como buenos los “subsidios informativos”, especialmente los de organismos oficiales e instituciones públicas. Es decir, cambia sustancialmente la concepción de la documentación (y también de la información), al tiempo que se produce un manejo menos crítico de la documentación generada por estos entes, lo que implica que el producto final publicado o emitido sea, en muchas ocasiones, muy similar independientemente del medio de comunicación que lo difunda.

Por último hay que subrayar un hecho que suele pasar inadvertido en este tipo de investigación: la relevancia del sistema de archivo y documentación como elemento de reputación corporativa/institucional. Si la reputación corporativa es la representación que se hace un público de las acciones pasadas y de los resultados de una organización, es evidente que entre estas acciones debe contarse la manera de gestionar la comunicación con este público. En el caso de las relaciones con la prensa, la reputación de las administraciones que tienen los periodistas se configura también a través de la gestión documental que hacen de aquellos datos e informaciones que les interesan. En este punto, la conclusión de nuestro trabajo sigue siendo la diversidad de resultados y la poca uniformidad a la hora de gestionar documentalmente los archivos de interés informativo para los periodistas. Mientras uno ministerios realmente subsidian a los representantes de la prensa de manera eficaz, a otros les queda todavía bastante trabajo que hacer. La reputación será, pues, diversa.

Notas

1. La consultamos los días 9 y 10 de diciembre de 2010, fechas en que, según este sitio, el ministro seguía siendo Alfredo Pérez Rubalcaba y no el ministro actual, Ramón Jáuregui, que había tomado posesión dos meses antes.
2. Lo que en alguno de los casos es, hasta cierto punto, lógico pues la consulta se realizó poco después de la remodelación del gobierno.
3. <http://www.mde.es/documentacion>
4. http://www.fomento.es/mfom/lang_castellano/estadisticas_y_publicaciones
5. Como el “Portal de víctimas de la Guerra Civil”; *Danza.es*, el portal del mundo español de la danza; o *Pares*, el portal de archivos españoles.

<http://pares.mcu.es/victimasGCFPortal>

<http://danza.es>

<http://pares.mcu.es>

6. El MAE, sin embargo, ya no mantiene el canal que creó en *YouTube* el anterior ministro, Miguel Ángel Moratinos.

7. Lo cual es coherente con el nombre de la página web: “Galería multimedia”. Lo mismo ocurre con el MDE, que en su página “Multimedia” reúne los enlaces “Fototeca”, “Videoteca” y “Audioteca”.

Bibliografía

Adecec (Asociación de Empresas Consultoras en Relaciones Públicas y Comunicación). *La comunicación y las relaciones públicas: Radiografía del sector*. Barcelona: Adecec, 2008.

APM (Asociación de la Prensa de Madrid). *Informe anual de la profesión periodística 2010*. Madrid: APM, 2011.

Callison, Coy. “Media relations and the internet: how Fortune 500 company web sites assist journalists in news gathering”, *Public relations review*, 2003, marzo, v. 29, n. 1, pp. 29-41.

Castillo, Antonio. “La comunicación empresarial en internet”. *Icono 14*, 2008, julio, n. 11, pp. 1-18.

Curtin, Patricia A.; Rhodenbaugh, Eric. “Building the news media agenda on the environment: A comparison of public relations and journalistic source”, *Public Relations Review*, 2001, junio, v. 27, n. 2, pp. 179-195.

FAPE (Federación de Asociaciones de Periodistas de España). *Periodistas, empresas e instituciones: Claves de una relación necesaria*. Madrid: FAPE, 2006.

Gandy, Oscar H. “The economics of image building: the information subsidy in health”. En: McAnany, Emile G.; Schmitman, Georges; Janus, Noreen. *Communication and social structure*. Nueva York: Praeger, 1981, pp. 204-239. ISBN 978-0030579547

González-Herrero, Alfonso; Ruiz-de-Valbuena, Miguel. “Trends in online media relations: Web-based corporate press rooms in leading international companies”. *Public relations review*, 2006, Sept., v. 32, n. 3, pp. 267-275.

Grunig, James E.; Hunt, Todd. *Dirección de relaciones públicas*. Barcelona: Gestión 2000, 2000. ISBN 84 8088 395 2

Hallahan, Kirk. “Public relations media”. En: Heath, Robert L. *The Sage handbook of public relations*. Thousand Oaks, California: Sage, 2010, pp. 623-641. ISBN 978-1-4129-7780-7.

Turk, Judy V.; Franklin, Bob. “Information subsidies: Agenda-setting traditions”, *Public relations review*, 1987, Dec., v. 13, n. 4, pp. 29-41.

Vázquez-Burgos, Miguel A. *El profesional de las relaciones externas*. Barcelona: Bosch, 2004. ISBN 978-84-9790-026-3

Wilcox, Dennis L.; Cameron, Glen T.; Xifra, Jordi. *Relaciones públicas: Estrategias y tácticas*. Madrid: Pearson, 2006. ISBN 978-84-2055-035-3