

## CRISTALIZANDO LAS RELACIONES PÚBLICAS EN EL SIGLO XXI

Biernay Arriagada; Richard

## CRISTALIZANDO LAS RELACIONES PÚBLICAS EN EL SIGLO XXI

Biernay Arriagada, Richard

Universidad Santo Tomás

[biernay@gmail.com](mailto:biernay@gmail.com)

Material inédito y original para su primera publicación en la Revista Académica Hologramática

Fecha de recepción: 1 de noviembre de 2025

Fecha de aceptación: 30 de noviembre de 2025

### **RESUMEN**

El concepto de “cristalización”, tal como fue propuesto por Edward Bernays en su obra *Crystallizing Public Opinion* (1923), representa un hito en la comprensión y práctica de la comunicación estratégica. Bernays lo definió como el proceso mediante el cual las ideas y percepciones se organizan y estructuran para influir en la opinión pública, estableciendo así un puente entre las masas y las intenciones de quienes comunican. Este aporte histórico sentó las bases para el desarrollo de las Relaciones Públicas como disciplina, configurando un rol que trasciende la mera difusión de mensajes y se orienta hacia la construcción consciente y ética de consensos sociales.

En este artículo, se propone una reinterpretación contemporánea del concepto de cristalización, trasladándolo desde su foco original en la opinión pública hacia las Relaciones Públicas en el siglo XXI. Dada la complejidad y dinamismo de las sociedades actuales, en especial en América Latina y Chile, las RR.PP. deben asumir una función estratégica y ética renovada que responda a los nuevos desafíos comunicacionales y sociales. Esta reflexión busca acercar al lector a la relevancia de cristalizar no solo ideas, sino también valores y

## CRISTALIZANDO LAS RELACIONES PÚBLICAS EN EL SIGLO XXI

Biernay Arriagada; Richard

relaciones de confianza, consolidando así un vínculo más profundo entre las organizaciones y sus públicos en un entorno globalizado y digital.

**PALABRAS CLAVE:** Cristalizando – Relaciones Públicas – Bernays – Opinión Pública – Siglo XXI

### ABSTRACT

The concept of "crystallization," as proposed by Edward Bernays in his work *Crystallizing Public Opinion* (1923), represents a milestone in the understanding and practice of strategic communication. Bernays defined it as the process by which ideas and perceptions are organized and structured to influence public opinion, thus establishing a bridge between the masses and the intentions of those communicating. This historic contribution laid the foundation for the development of Public Relations as a discipline, shaping a role that transcends the mere dissemination of messages and is oriented toward the conscious and ethical construction of social consensus.

This article proposes a contemporary reinterpretation of the concept of crystallization, shifting it from its original focus on public opinion to Public Relations in the 21st century. Given the complexity and dynamism of today's societies, especially in Latin America and Chile, PR must assume a renewed strategic and ethical role that responds to new communication and social challenges. This reflection seeks to bring the reader closer to the importance of crystallizing not only ideas but also values and relationships of trust, thus consolidating a deeper bond between organizations and their audiences in a globalized and digital environment.

**KEY WORDS:** Crystallizing – Public Relations – Bernays – Public Opinion – 21st Century

### INTRODUCCIÓN

Si analizamos el estado del Arte, podremos encontrar que en el año 1923, el autor Edward Bernays en su libro “Cristalizando la opinión pública” utilizó el concepto de “cristalizar” en

## CRISTALIZANDO LAS RELACIONES PÚBLICAS EN EL SIGLO XXI

Biernay Arriagada; Richard

sentido metafórico, inspirado en el proceso químico por el cual una sustancia amorfa o líquida adquiere forma y estructura definida al convertirse en cristal. En el contexto de la opinión pública, cristalizar significa dar forma, coherencia y solidez a opiniones dispersas, confusas o inestables que existen en la sociedad.

Ello porque Bernays, pionero de las Relaciones Públicas y la propaganda moderna, entendía que las personas tienen ideas, percepciones y emociones sobre temas sociales, políticos o comerciales que muchas veces son difusas o contradictorias. Mediante estrategias de comunicación, como la repetición, el encuadre narrativo, la apelación emocional o la autoridad experta, es posible influir en esas percepciones hasta que tomen forma estable, como una “opinión pública cristalizada”.

Es decir, Edward Bernays consideraba que la labor del consultor de Relaciones Públicas era moldear y consolidar el pensamiento colectivo, guiando a la masa desde una opinión en estado líquido o caótico hacia una opinión estructurada, definida y favorable a ciertos intereses o ideas. Es decir, con un rol de intérprete que conecta los intereses organizacionales con los públicos mediante el uso de herramientas psicológicas y sociológicas. Por tanto, Cristalizar la opinión pública, según Bernays, es transformar creencias latentes, caóticas o fragmentadas de la sociedad en opiniones claras, estables y compartidas por un grupo amplio, a través de métodos planificados de persuasión y comunicación estratégica. Es un concepto clave para entender cómo el autor ve el poder de los medios, la publicidad y la propaganda para dar forma a la conciencia colectiva.

Bernays aplicó principios de psicología de masas, como el uso de estereotipos propuestos por Walter Lippmann, para influir en comportamientos colectivos. Sin embargo, Sue Curry Jansen plantea que Bernays tergiversó a Lippmann:

“mientras este último veía los estereotipos como obstáculos para el pensamiento racional, Bernays los consideraba herramientas útiles, aunque no necesariamente veraces”. Se trata de una inversión deliberada del enfoque lippmanniano hacia una justificación del ejercicio de las Relaciones Públicas.

## **¿EN LA LÓGICA DE EDWARD BERNAYS, QUÉ SIGNIFICARÍA ENTONCES CRISTALIZAR LAS RELACIONES PÚBLICAS?**

Si aplicamos la lógica de Edward Bernays al concepto de cristalizar las Relaciones Públicas, podríamos interpretarlo como dar forma definida, legitimidad y estructura profesional a la disciplina de las Relaciones Públicas, que antes era difusa, mal entendida o percibida de forma negativa.

En el contexto de Bernays, y su época (décadas de 1920 y 1930), el término "Relaciones Públicas" era nuevo y muchas veces era confundido con Publicidad encubierta, Propaganda política (asociada a la manipulación), actividades de lobby o persuasión poco ética. Entonces, "cristalizar las Relaciones Públicas" significaría -en la lógica de Bernays- el "definir a las Relaciones Públicas como una disciplina profesional con objetivos, métodos y ética propia. De seguro estructuraría su práctica con una base científica y psicológica, basándose para ello en teorías de la psicología de masas, el psicoanálisis y la sociología.

De seguro la posicionaría socialmente como una función clave en democracia, presentando al profesional de Relaciones Públicas como un "consejero invisible" que orienta el pensamiento colectivo en beneficio tanto del público como de la institución. Aclararía su rol ético, diferenciándola de toda estrategia de manipulación o engaño, dando a las Relaciones Públicas una justificación moral y ética en busca de "ayudar a comprender los hechos y armonizar intereses entre públicos e instituciones".

"Cristalizar las Relaciones Públicas", en términos de Bernays, significaría entonces, consolidar la identidad profesional, científica y ética de la disciplina como una herramienta legítima para moldear la opinión pública en sociedades modernas. Sin embargo, debemos entender que, en esta apuesta estamos utilizando la lógica de Bernays para aplicar el concepto de "cristalización" al de "Relaciones Públicas". Por lo tanto, debemos preguntarnos respecto a si dicha lógica es aún la misma -al día de hoy- entendiendo que los escenarios sociales, económicos, migratorios, y de seguridad han cambiado de manera exponencial desde aquel entonces.

## CRISTALIZANDO LAS RELACIONES PÚBLICAS EN EL SIGLO XXI

Biernay Arriagada; Richard

Hoy, cristalizar las Relaciones Pùblicas implica redefinir y posicionar su rol estratégico dentro de un contexto social y político mucho más complejo que el de la época de Bernays. En el escenario actual, marcado por crisis de confianza, polarización social, inseguridad, migración y desinformación digital, las Relaciones Pùblicas deben consolidarse como una herramienta clave para la cohesión social, la gobernanza comunicacional y la construcción de legitimidad.

### LÍNEAS DE ACCIÓN PARA CRISTALIZAR LAS RELACIONES PÙBlicas EN EL SIGLO XXI

Desde una mirada como Relacionador Pùblico, y considerando el actual escenario social global, creo necesario presentar cinco líneas de acción, que a juicio propio, permitirían "cristalizar" las Relaciones Pùblicas en el siglo XXI.

**1. Reafirmar su rol ético y social, no solo comercial:** Las Relaciones Pùblicas deben consolidarse como una profesión que facilita el diálogo honesto y bidireccional entre instituciones y ciudadanía. En tiempos de desinformación y populismo, nuestra disciplina debe actuar como guardián de la verdad y de la transparencia, no como manipuladores de percepciones. Hoy se cristalizan las Relaciones Pùblicas cuando se alinean con principios éticos, derechos humanos y responsabilidad social.

**2. Convertirse en un puente intercultural en contextos migratorios:** En sociedades diversas, donde conviven múltiples culturas, idiomas y sensibilidades, nuestra disciplina debe ser capaz de generar narrativas inclusivas y políticas comunicacionales que promuevan convivencia, integración y respeto. Las Relaciones Pùblicas modernas deben cristalizar como herramientas de cohesión social en contextos de migración y multiculturalismo.

**3. Abordar la seguridad desde una lógica preventiva-comunicacional:** En escenarios marcados por el miedo, la criminalidad o la inseguridad, las Relaciones Pùblicas tienen un rol estratégico en la percepción del riesgo, la confianza institucional y la prevención del

## CRISTALIZANDO LAS RELACIONES PÚBLICAS EN EL SIGLO XXI

Biernay Arriagada; Richard

delito a través de la comunicación de cercanía y credibilidad. Cristalizar las Relaciones Públicas hoy, es también, convertirlas en un componente esencial de la gestión de crisis y seguridad pública.

**4. Integrar la inteligencia digital y la transparencia en la era de la globalización:** La opinión pública hoy se forma en redes sociales, medios digitales, plataformas globales y entornos algorítmicos. Por tanto, cristalizar las Relaciones Públicas exige dominar la analítica, la inteligencia comunicacional, la gestión reputacional en tiempo real y el combate contra la desinformación. Las Relaciones Públicas deben cristalizar como una disciplina híbrida: humana y tecnológica, local y global.

**5. Posicionar su valor estratégico en la toma de decisiones:** Las Relaciones Públicas deben dejar de verse como una “función decorativa” y pasar a ser reconocidas como una herramienta de gobernanza, liderazgo y legitimación institucional. Cristalizar hoy las Relaciones Públicas es elevarlas al nivel de estrategia país.

En consecuencia, cristalizar las Relaciones Públicas en el presente es consolidarlas como una disciplina ética, estratégica, tecnológica e intercultural, capaz de generar confianza, prevenir conflictos, articular identidades y fortalecer la democracia comunicacional en tiempos de crisis.

## ROL DE LAS UNIVERSIDADES E INSTITUTOS PROFESIONALES EN LA CRISTALIZACIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS EN EL SIGLO XXI.

Las Universidades e Institutos Profesionales que imparten la carrera de Relaciones Públicas en Latinoamérica deben jugar un rol primordial y estratégico en el proceso de cristalización moderna de esta disciplina. En un entorno regional marcado por desigualdades, inestabilidad política, polarización y transformaciones digitales, el mundo académico no puede limitarse a formar técnicos comunicacionales, sino que debe ser protagonista en la revalorización, actualización y legitimación pública de las Relaciones Públicas. Dicho rol, a juicio propio, debe considerar a lo menos los siguientes 5 elementos, los cuales resultan gravitantes para la cristalización moderna de la disciplina.

**1. Actualizar el enfoque formativo hacia una visión estratégica y ética:** Muchas universidades latinoamericanas siguen enseñando Relaciones Públicas desde una lógica operativa, centrada en eventos, protocolo y ceremonial. En este sentido, resulta clave que se incorpore una perspectiva ética, política y social; se formen profesionales que comprendan la opinión pública como fenómeno complejo; se integre formación en derechos humanos, gobernanza comunicacional, crisis y desinformación. Las universidades deben dejar de formar “gestores de imagen” y comenzar a formar líderes en comunicación estratégica.

**2. Investigar y generar conocimiento local relevante:** La producción académica en Relaciones Públicas en Latinoamérica aún es escasa, fragmentada y poco influyente. Las universidades deben crear observatorios de opinión pública y reputación institucional, producir estudios sobre Relaciones Públicas en contextos de seguridad, migración, desinformación o crisis social, conectar la investigación con los desafíos de gobiernos, ONGs y empresas. Sin teoría crítica ni investigación contextualizada, no se puede cristalizar el valor social de las Relaciones Públicas.

**3. Ser agentes de incidencia pública:** Las escuelas de Relaciones Públicas deben salir de su aislamiento académico y asumir un rol propositivo y deliberante en los debates públicos. Para ello deben participar en foros ciudadanos, mesas técnicas, políticas públicas, colaborar con municipios, policías, servicios migratorios, ministerios, etc.; promover una cultura de la comunicación democrática y la rendición de cuentas. Las universidades deben liderar el discurso sobre la función social de las Relaciones Públicas, especialmente en contextos polarizados o con desconfianza institucional.

**4. Formar profesionales adaptados a los nuevos entornos digitales y globales:** Frente al avance de la inteligencia artificial, la polarización digital, los algoritmos de desinformación y la comunicación de masas en redes sociales, las universidades deben formar profesionales capaces de operar en entornos de crisis, complejidad e inmediatez, integrar contenidos de comunicación política, inteligencia artificial, escucha social, ciberseguridad comunicacional y análisis de datos. Cristalizar hoy las Relaciones Públicas también significa digitalizarlas con ética.

## CRISTALIZANDO LAS RELACIONES PÚBLICAS EN EL SIGLO XXI

Biernay Arriagada; Richard

**5. Reconstruir el prestigio de la profesión:** En muchos países de la región, las Relaciones Públicas siguen asociadas al “relacionador público” como figura decorativa o superficial. Las universidades deben trabajar por posicionar a las Relaciones Públicas como profesión de pensamiento estratégico, impulsar la acreditación y el reconocimiento del rol público del comunicador y, fomentar la investigación y articulación gremial para fortalecer su estatus profesional.

Hoy por hoy, las universidades en Latinoamérica tienen la responsabilidad de cristalizar las Relaciones Públicas como una disciplina crítica, estratégica y socialmente comprometida, capaz de responder a los desafíos del siglo XXI. Esto implica reformar sus planes de estudio, generar conocimiento, incidir en el debate público y liderar un cambio cultural en la percepción de esta profesión.

Tal cual señala la profesora Larissa Grunig, las casas de estudio necesitan una teoría sólida, ética y de género en las Relaciones Públicas, superando visiones meramente instrumentales. Por otra parte, interesante resulta leer los recientes estudios sobre ética digital (Rousi y Vakkuri, 2023) en el cual llaman a reflexionar sobre los desafíos morales emergentes frente a la comunicación mediada por tecnologías digitales. Esto sugiere una ampliación del enfoque de cristalización hacia una práctica más crítica y consciente.

## DESAFIOS POR SUPERAR EN CHILE

Por su parte, en Chile, las universidades e institutos profesionales que imparten Relaciones Públicas tienen un rol clave, aunque muchas veces subestimado, en el proceso de cristalizar esta disciplina frente a los desafíos sociales, políticos y comunicacionales del país. En dicho rol, las universidades e institutos profesionales deben considerar a lo menos superar 5 grandes desafíos, para alcanzar la cristalización moderna de la disciplina en Chile.

**1. Superar el enfoque técnico-operativo dominante:** En Chile, la carrera de Relaciones Públicas ha sido tradicionalmente vista desde una lógica instrumental y técnica: organización

Biernay Arriagada; Richard

de eventos, vocería institucional, protocolo. Para cristalizar verdaderamente la disciplina, las casas de estudio deben reformular los perfiles de egreso, incluyendo pensamiento estratégico, ética pública, gestión de crisis, e inteligencia social. Incorporar asignaturas como análisis de opinión pública, comunicación política, gestión de conflictos, sociología del poder, entre otras. Profesionalizar no significa solo enseñar herramientas, sino formar comunicadores críticos y estratégicos.

**2. Reconectar la formación en RR.PP. con el contexto social chileno:** Chile enfrenta desafíos profundos, como la deslegitimación institucional y crisis de confianza, migración y multiculturalismo, seguridad ciudadana y percepción del delito, desinformación y polarización política. Las Relaciones Públicas pueden ser parte de la reconstrucción del tejido social y la confianza institucional, si las instituciones formadoras abren espacios de práctica profesional vinculados a territorios reales (municipios, ONGs, comunidades), incorporan miradas críticas sobre el rol de los medios, el Estado y los actores sociales, enfocan los procesos formativos hacia el servicio público, la comunicación para el desarrollo y la participación ciudadana. Las Relaciones Públicas no solo comunican marcas; pueden reparar vínculos rotos entre instituciones y ciudadanía.

**3. Modernizar la docencia y adaptar la carrera a entornos digitales:** Muchas mallas curriculares aún no consideran la inteligencia artificial aplicada a la comunicación, gestión de big data en redes sociales, escucha social y reputación digital, comunicación en entornos virtuales y transmedia. Cristalizar la disciplina también es actualizarla tecnológicamente, sin perder su foco humanista.

**4. Impulsar la investigación aplicada y la vinculación con el medio:** Las universidades e institutos profesionales pueden crear observatorios de opinión pública, de medios, de narrativas sociales; promover tesis, prácticas o investigaciones aplicadas en temas como seguridad, gobernanza local, migración, educación; establecer convenios con municipios, fiscalías, policías, servicios públicos y medios. Las Relaciones Públicas no pueden cristalizarse sin un anclaje real en los problemas sociales y públicos del país.

**5. Reivindicar el valor profesional de la carrera:** Durante años, la profesión ha sido vista con escepticismo o como secundaria frente a carreras como periodismo, derecho o

## CRISTALIZANDO LAS RELACIONES PÚBLICAS EN EL SIGLO XXI

Biernay Arriagada; Richard

administración pública. Las instituciones formadoras tienen la misión de reivindicar públicamente la carrera como estratégica para la democracia, la seguridad, la cohesión social y la gobernanza; fomentar la colegiación profesional, la acreditación y la construcción de identidad profesional robusta; fortalecer la conexión con el mundo laboral y visibilizar a sus egresados en espacios de poder: municipalidades, organismos del Estado, fundaciones, empresas. Cristalizar las Relaciones Públicas en Chile exige también reposicionarlas cultural y políticamente.

En Chile, las universidades e institutos profesionales tienen una oportunidad histórica de reconvertir la carrera de Relaciones Públicas en una disciplina estratégica, socialmente relevante y éticamente robusta, capaz de enfrentar los grandes desafíos contemporáneos del país. Deben formar profesionales que no solo sepan comunicar, sino que comprendan el poder que tiene la comunicación para construir, o destruir, confianza, paz social y legitimidad democrática.

## CONCLUSIÓN

La cristalización de las Relaciones Públicas en el siglo XXI exige su consolidación como una disciplina ética, estratégica, tecnológica e intercultural, capaz de fortalecer la cohesión social, promover una democracia comunicacional y sustentar la legitimidad de las instituciones en contextos cada vez más complejos y dinámicos.

En un escenario global marcado por la desinformación, la polarización social y la crisis de confianza hacia los liderazgos tradicionales, las Relaciones Públicas emergen como un campo profesional indispensable para recomponer los lazos entre ciudadanía, instituciones y medios. Su ejercicio no puede limitarse a la gestión de imagen o al control de crisis, sino que debe orientarse al diálogo genuino, la escucha activa y la creación de narrativas que impulsen el bien común. Esta perspectiva exige una ética relacional sólida, una formación profesional rigurosa y una responsabilidad social permanente, especialmente en contextos como América Latina y Chile, donde las brechas comunicacionales y culturales requieren abordajes inclusivos y transformadores.

## CRISTALIZANDO LAS RELACIONES PÚBLICAS EN EL SIGLO XXI

Biernay Arriagada; Richard

Profesionalizar las Relaciones Pùblicas significa tambièn reconocer su valor estratégico para el desarrollo de los paìses. Instituciones pùblicas, privadas y del tercer sector necesitan comunicadores capaces de articular visiones, generar consensos y movilizar voluntades en torno a proyectos colectivos. Desde esta mirada, las Relaciones Pùblicas no son un lujo ni un accesorio, sino una funció vital para la gobernabilidad, la sostenibilidad y la calidad democrática. Su fortalecimiento no sólo contribuirá a organizaciones más transparentes y eficaces, sino tambièn a sociedades más cohesionadas, dialogantes y resilientes.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bernays, E. L. (1923). *Crystallizing public opinion*. Boni and Liveright.
- Jansen, S. C. (2013). Semantic tyranny: How Edward L. Bernays stole Walter Lippmann's mojo and got away with it and why it still matters. *International Journal of Communication*, 7, pp. 1025–1045.
- Rousi, R. & Vakkuri, V. (2023). Introduction to ethics in the age of digital communication. In T. Waaramaa & N.Nissila, pp. 50-58
- Sam, B. (2004). *El ABC de las relaciones pùblicas*. Gestión 2000.
- Xifra, J. (2009). *Casos de relaciones pùblicas y comunicaciòn corporativa*. Pearson Educación.