

EVOLUCIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

Carlos Prado

1. Antecedentes

Las Relaciones Públicas son un fenómeno y una necesidad de nuestro tiempo.

Nacidas en la vorágine de la revolución industrial han pasado de una primigenia idea publicitaria para propagar algo acerca de alguien, a la moderna concepción científica de propulsar la integración social.

A fin de precisar los hitos más saltantes del desarrollo de las Relaciones Públicas modernas, debemos partir de la premisa que la actividad de las Relaciones Públicas está ligada al desarrollo del hombre desde su aparición en la tierra.

En todas las épocas el hombre ha necesitado vincularse con sus semejantes, establecer alianzas y sistemas de cooperación mutua. Para ello ha debido apelar a la oratoria, y a desarrollar mecanismos empíricos para atraer la buena voluntad hacia sus objetivos. Todo ello apelando básicamente a su intuición. Son lo que los investigadores describen como Relaciones Públicas "intuitivas" o de "hecho".

Sin embargo, en tiempos modernos, existen formas organizadas de comunicación, acciones planeadas anticipadamente para influir en los públicos, esfuerzos deliberados de entidades gubernamentales para conquistar el favor ciudadano. Son las Relaciones Públicas científicas.

Las Relaciones Públicas, así concebidas, tienen una gravitante presencia en la vida moderna, pues involucran al hombre, a las entidades corporativas y a la sociedad en su conjunto.

2. Contexto social en el nacimiento de las Relaciones Públicas.

La revolución industrial del siglo XIX modificó la vida en sus diferentes aspectos. La división del trabajo se acentuó, levantando barreras entre los individuos, creando situaciones de conflicto interno que, lógicamente, al rebasar llegaron al conocimiento público.

La distancia entre las personas, por efectos de la revolución industrial, se sentía en todos los niveles. Paralelamente, la tecnología dota al hombre de nuevos instrumentos de comunicación, como la radio, el cine, la fotografía, el disco, el teléfono, etc.

Se trata ya de una etapa donde la comunicación escrita encuentra un medio más dinámico, el audiovisual. Recordemos que se habían iniciado también los sondeos de opinión y desde la sociología y la psicología social hay un marcado interés por la medición de las actitudes y las opiniones.

Ya desde 1813, el periódico impreso, operado manualmente, estaba desplazando a la prensa manual de tornillos de la época de Gutenberg. Unos años más tarde la prensa de vapor comenzó a desplazar a la manual, para ser seguida por la prensa de cilindro doble.

Con la Revolución Industrial, las naciones se embarcaron en un camino acelerado hacia la urbanización y producción en masa y en un incremento en la comunicación alámbrica y por medio de rieles.

Los ferrocarriles fueron el primer gran negocio en los Estados Unidos; fueron seguidos por corporaciones gigantescas en petróleo, acero, carbón y servicios públicos. Por medio de un crecimiento sin precedente y fusiones incontrolables, se volvieron comunes los monopolios gigantescos.

Paralelamente a este crecimiento de grandeza e industria, existía una tendencia por parte de las empresas para desatender al interés público. Los negocios habían perdido contacto con la gente y se volvieron impersonales.

No se tomaba en cuenta al público al hacer las decisiones de política, con la teoría de que mientras menos se supiera de la compañía era mejor para su operación.

3. Aparición del término Relaciones Públicas

Las referencias del uso oficial del término Relaciones Públicas nos sitúan en Estados Unidos, en los finales del siglo XIX, en plena convulsión industrial.

En opinión del investigador norteamericano Phillip Lesly, "las Relaciones Públicas empezaron como publicidad -ahora esta es sólo uno de sus aspectos- porque como siempre es difícil para gente con diferente formación conocer y comprender a los demás, la primera necesidad de un grupo fue encontrar la manera de hablar a los demás de sí mismo". (1)

Los autores Jaime De Urzais y Carlos Parra, coinciden, por separado en sus obras, en señalar que en el año 1822 se inicia el nacimiento oficial de las Relaciones Públicas, durante una conferencia en la Universidad de Yale". En este recinto académico, el profesor Dorman Eaton habló de las Relaciones Públicas, durante una conferencia en la Escuela de Derecho titulada "The Public Relations and Duties of the Legal Profession". (Las Relaciones Públicas y los deberes de la profesión de abogado).(2) (3)

El investigador peruano Francisco Del Solar fija la fecha en 1885, y presenta como antecedente de las Relaciones Públicas a las Relaciones Humanas:

"En efecto, las Relaciones Públicas nacen o se desgajan de las Relaciones Humanas que fueron creadas por el filósofo alemán Wilhelm Dilthey, en el año 1875, como producto de la influencia del positivismo comteano que puso al hombre como objeto y sujeto de la historia de la humanidad.

Dentro de este contexto, le cupo al norteamericano Dorman Eaton estructurar a las Relaciones Públicas en el año 1885, en una escuela revolucionada para confrontar los problemas sociales de las entidades corporativas, llámense empresas e instituciones, estableciendo su centro en la Universidad de Yale en los Estados Unidos de Norteamérica.

Amplió este esquema inicial el empresario George Westinhouse, incorporando en 1889, el cabildeo (lobbismo o lobbying) en el quehacer del relacionismo, en el sentido que el hombre de Relaciones Públicas tenía que buscar las vinculaciones y relaciones con los hombres importantes -políticos- de la comunidad para lograr algunas leyes, decretos o normas que beneficiaran de alguna manera a la entidad corporativa".(4)

4. Paternidad de las Relaciones Públicas

Los investigadores no se ponen todavía de acuerdo sobre quien ostenta la paternidad de las Relaciones Públicas.

Muchos investigadores atribuyen la paternidad de la aplicación de las modernas Relaciones Públicas al norteamericano Ivy Ledbetter Lee (1877-1934), aunque durante años no se conoció la realidad de los trabajos efectivos de este autor.

Ivy Lee se desempeñaba como un "publicista" en esa época. Fundó una de las primeras firmas de Relaciones Públicas del país; también fungió como consejero de los ferrocarriles de Pennsylvania y de la fundación Rockefeller.

En 1906, mientras representaba los intereses de empresarios del carbón, Lee escribió su "Declaración de principios" y la envió a los editores:

"Esta no es una oficina de prensa secreta. Todo nuestro trabajo se realiza a la luz del día. Nuestro objetivo es proporcionar noticias. Esta no es una agencia de publicidad; si usted cree que algo de nuestro material resultaría apropiado para su oficina comercial, no lo use.

Nuestro trabajo es exacto. Los mayores detalles de cualquier tema tratado se suministrarán con prontitud, y a cualquier editor se le ayudará con todo gusto para verificar directamente cualquier declaración de hechos... En resumen, nuestro plan es, dicho con franqueza y honestidad, en beneficio de los intereses comerciales y las instituciones públicas, suministrarle a la prensa y al público de los Estados Unidos una información rápida y exacta sobre el tema que tiene valor e interés para el público... Sólo remito material cuyos detalles estoy dispuesto a verificar con cualquier editor. Siempre estaré al servicio de usted con el propósito de permitirle obtener una información más completa sobre cualquiera de los temas tratados en mis artículos". (5)

Hacia 1914 comienza a trabajar con la familia Rockefeller, buscando restaurar la imagen de la firma, venida menos a raíz de los incidentes fatales habidos durante una huelga de sus trabajadores.

El recurso de los reportajes en el World de Nueva York, permite al ingenio de Lee sacar a John D. Rockefeller de un aislamiento y presentarlo como un hombre activo, que se dedica, como otros, a las prácticas sociales de su tiempo.

Ivy Lee tenía como lema: "el pueblo debe ser informado", con lo que cambió la concepción misma de las relaciones de las empresas con el público.

El, frente a un accidente ferroviario en el que participó un tren de la empresa en la que trabajaba, decidió, en contra de la opinión de los directivos de la empresa, facilitar el acceso de los medios de prensa al lugar del desastre.

Esta propuesta fue todo un éxito ya que la prensa, y por su intermedio, el público, pudieron comprobar que todo se debió a la fatalidad y apoyaron a la empresa en todo. Propuso trabajar bajo "transparencia", punto de vista nunca antes aceptado.

A Lee se le atribuyen dos significativas contribuciones a las Relaciones Públicas. Primero, descubrió la importancia de humanizar los negocios y de llevar sus Relaciones Públicas hasta el nivel de la comunidad de empleados, clientes y vecinos. Segundo, trató con ejecutivos clave y no llevó a cabo programa alguno si éste no tenía el apoyo activo de la participación personal de la administración.

Para Alfieri Olcese y Gildomero Arista, el legado de Lee para las Relaciones Públicas consiste en su convencimiento de que no es posible ni conveniente que la empresa o los gobiernos se aislen, se separen o se enfrenten a la opinión pública. (6)

En opinión del profesor Francisco Flores Bao, este pionero de las Relaciones Públicas, desde sus orígenes ubicó a las Relaciones Públicas en el más alto nivel de la administración, es decir, en contacto directo con los ejecutivos de mayor jerarquía. (7)

5. Pioneros de las Relaciones Públicas

Por supuesto que Ivy Lee no era el único profesional de las Relaciones Públicas en esa época.

Otras personas, alentadas particularmente por el uso muy exitoso de las técnicas de Relaciones Públicas que hizo George Creel sobre información pública durante la Primera Guerra Mundial, se establecieron como profesionales independientes o iniciaron departamentos de Relaciones Públicas dentro de corporaciones y otras instituciones.

Entre algunos de estos pioneros se cuentan John Hill, Paul Garret y Edward L. Bernays, quien inventó el término asesor en Relaciones Públicas, como equivalente a "agente de prensa" que inmediatamente tuvo general aceptación.

Durante la Primera Guerra Mundial, las agencias de propaganda gubernamental demostraron en forma muy impresionante el poder que tiene la propaganda en la gente.

Atestiguando esta demostración, la mayoría de los industriales se echaron a cuestras el crear un favorable contenido de las actitudes públicas, y las asociaciones de negocios planearon y ejecutaron problemas de larga escala acerca de la educación pública.

Para cuando concluyó la Segunda Guerra Mundial, el término "asesor en Relaciones Públicas" era de uso común; el regreso de la paz, permitió a las Relaciones Públicas obtener un marco de referencia profesional importante. Surgen los especialistas o técnicos en Relaciones Públicas.

Como la influencia de los Estados Unidos se torna vigorosa en Europa, en América y en Asia, las Relaciones Públicas llegan a lejanos países a través de las sucursales de empresas estadounidenses, las promociones diplomáticas, el turismo, las exposiciones, los juegos internacionales, las convenciones y toda suerte de eventos de apoyo, directo o indirecto, a gobiernos, a empresas o dirigentes.

6. Relaciones Públicas en el Perú

No podemos concluir este capítulo referido a la evolución de las modernas Relaciones Públicas sin hacer referencia a la aplicación de esta disciplina científica en nuestro país.

La actividad de las Relaciones Públicas se ejerce en el Perú desde 1948, al crearse el primer departamento de esa especialidad en la International Petroleum Company.

Los primeros cargos fueron desempeñados por profesionales de otras áreas en los diferentes sectores de la actividad política, económica y social del país.

La creciente demanda de relacionistas por instituciones públicas y privadas originó que en 1957 la Universidad Nacional Mayor de San Marcos dictara cursos de Relaciones Públicas, a nivel de post grado en su Escuela de Relaciones Humanas y Productividad.

En 1958 la Universidad Católica del Perú en su Escuela de Periodismo, dirigida por la Dra. Matilde Pérez-Palacios Carranza, inició la especialidad de post grado en Relaciones Públicas.

Dentro de este contexto el profesor y relacionista estadounidense Howard Stephenson, becado por la Fundación Fulbright para enseñar dicha materia dictó varios cursos y luego se propició la edición de un texto básico de Relaciones Públicas.

En 1959 los egresados de esta Escuela fundaron la Asociación Peruana de Relacionistas Públicos (APERP). Luego, en 1962 se formó la Sociedad Peruana de Jefes de Relaciones Públicas (SOJERP).

En 1963 el Dr. Carlos Manuel Chávez Gutiérrez-Merino, creó la Escuela Superior de Relaciones Públicas y Turismo del Perú, con estudios superiores a nivel universitario de cuatro años de duración.

En 1971 las dos instituciones gremiales APERP y SOJERP se fusionaron dando nacimiento a la Federación Peruana de Relacionistas (FEPER).

En 1973, por razones de diversa índole, se suspendió el dictado de los cursos de Relaciones Públicas, tanto en la Pontificia Universidad Católica del Perú, como en la referida Escuela Superior.

En 1988 un grupo de socios se aparta de FEPER y crea la Federación de Relacionistas Públicos del Perú (FEREP).

El 18 de junio de 1990 el gobierno promulgó la Ley 25250 creando el Colegio Profesional de Relacionistas del Perú, como entidad autónoma de derecho público interno, representativo de la profesión de Relaciones Públicas de la República.

Actualmente la enseñanza de Relaciones Públicas se imparte en las universidades Inca Garcilaso de la Vega, San Martín de Porres, Santa María de Arequipa y San Antonio Abad del Cusco.

Del mismo modo, a nivel técnico se enseña Relaciones Públicas en una serie de Institutos Tecnológicos Superiores, siendo el más antiguo el Instituto Técnico de Administración de Empresas, ITAE.

CITAS BIBLIOGRAFICAS

LESLY, Phillip. Manual de Relaciones Públicas. p.2

DE URZAIS, Jaime. Teoría y Técnicas de las Relaciones Públicas p.16.

PARRA, Carlos. Medios de Comunicación Colectiva y la Cultura de Masas p.92

DEL SOLAR, Francisco. Protocolo, Ceremonial del Estado y Relaciones Públicas. p.15

SIMON, Raymond y Víctor Soria. Relaciones Públicas y Humanas. p.39

OLCESE Salvatecci, Alfieri y Gildomero Arista. Relaciones Públicas. p.18.

FLORES Bao, Francisco. Relaciones Públicas, Ciencia de la Integración Humana. p.107