

# HACIA UNA REDEFINICIÓN DE RELACIONES PÚBLICAS

Carlos Prado

## 1. Antecedentes

Con la aplicación organizada de esfuerzos publicitarios y de prensa para acercarse al público y ganar su buena voluntad, se inició el ejercicio profesional de las Relaciones Públicas.

Las Relaciones Públicas superaron de este modo su condición de espontáneo contacto humano, para emerger como una técnica de comunicación destinada a ganar la simpatía del público.

Este trabajo pionero permitió comprender que las actitudes y opiniones de los públicos con que se relaciona una empresa tienen mucho que ver con el éxito de la empresa.

La marcha de la empresa depende tanto de las buenas condiciones de trabajo de los hombres, como de la buena condición de la máquina y de la satisfacción del cliente.

Sin embargo, este hecho de proyectar una imagen adecuada de la empresa a fin de impresionar favorablemente al público, ha generado una distorsión en la comunidad científica sobre el verdadero propósito de las Relaciones Públicas, alejándola de su rigor científico, para ser vista como una mera técnica de comunicación, e incluso reducida al arte protocolario.

A criterio del profesor Francisco del Solar, las Relaciones Públicas profesionales, es decir las institucionales o científicas que son sistemáticas, permanentes y se aplican con métodos y mediante un proceso, han pasado por las siguientes etapas históricas: (1)

### a) Etapa de la imagen.

Donde primaba la corriente psicológica, por querer ver toda la relación como una consecuencia de la conducta, de la actitud y de la opinión. Se desarrolló en los primeros cincuenta años de este siglo. La influencia fue eminentemente norteamericana.

Esta concepción, que aún prevalece contra toda opinión científica, propicia la creación de imagen como tarea fundamental de las Relaciones Públicas, a través de un adecuado manejo de los medios de comunicación. Es decir la manipulación de la realidad en aras de impresionar adecuadamente al público.

### b) Etapa comunicacional.

Llamada también dialógica. Primó la influencia de las comunicaciones. Se desarrolló a partir de la década del sesenta y duró hasta inicios del ochenta. Su origen y desarrollo se debe a la preponderancia de los sociólogos que introdujeron nuevas teorías y términos respecto a la comunicación, como es el caso de los "mass medias", etc.

En el Perú, esta etapa fue funesta para las Relaciones Públicas, porque devinieron en segundo plano, al grado que la denominación de sus oficinas pasó a ser simplemente el de Comunicaciones.

Aun persiste en algunas dependencias públicas, donde la función de prensa es la prioritaria para medir la efectividad de las Relaciones Públicas.

### c) Etapa integracionista.

A partir del Acuerdo de México en 1978, se establece una renovada concepción de las Relaciones Públicas dentro de un contexto de solidaridad y responsabilidad social de las

empresas respecto a sus públicos, en busca de un bienestar general que sólo se materializará con el desarrollo socio-económico de la sociedad o del Estado. A la letra dice:

"El ejercicio profesional de las Relaciones Públicas exige una acción planeada, con apoyo en la investigación, en la comunicación sistemática y en la participación programada, para elevar el nivel de entendimiento, solidaridad y colaboración entre una entidad pública o privada, y los grupos sociales a ella vinculados, en un proceso de integración de intereses legítimos, para promover el desarrollo recíproco y el de la comunidad a la que pertenece". (2)

Esta concepción integracionista es la que le otorga a las Relaciones Públicas modernas su verdadero sitio dentro de las disciplinas científicas.

## **2. Elementos condicionantes del auge de las Relaciones Públicas.**

Las razones del crecimiento de la importancia de las Relaciones Públicas se pueden sintetizar en diversos factores:

Para el investigador argentino, Roberto Amilcar, el auge se debe a:

"a) El enorme aumento de la población, con grandes masas de seres humanos a los que hay que informar.

b) El descubrimiento de la distorsión de las informaciones, por falta innata del ser humano de comunicarse claramente.

c) La importancia de aplicar técnicas especiales en las comunicaciones, para lograr el entendimiento recíproco, tanto dentro de las empresas, como dentro de la comunidad.

d) La creciente gravitación de la opinión pública, por el progreso de la educación, y por el desarrollo de mejores medios de comunicación.

e) El lugar que las empresas deben tomar dentro de la comunidad, como elemento constitutivo de la misma.

f) La necesidad de concentrar capitales y recursos humanos.

g) La dificultad de las personas para comprender los diferentes aspectos de los organismos-empresas, sus técnicas, mecanismos y requerimientos financieros.

h) La gravitación cada vez mayor de las organizaciones en la vida de las comunidades y de los países". (3)

Para Frazier Moore y Bertrand Canfield, estos factores son los siguientes:

"a) La brecha de las comunicaciones.

b) Crecimiento de la población.

c) Reconocimiento de la responsabilidad social.

d) Desarrollo de los medios de comunicación.

e) Nuevas normas de ética.

f) Consumismo.

g) Educación en las Relaciones Públicas".(4)

De manera muy similar Raymond Simon y Víctor Soria sostienen que las tendencias fundamentales que originan las prácticas de Relaciones Públicas son las siguientes:

"a) Urbanización y suburbanización.

b) Componentes grandes complejos industriales.

c) Crecimiento en el poder de la opinión pública y la velocidad del cambio de opinión.

d) Cambios en la tecnología, el papel y el impacto de los medios de comunicación de masas.

e) Protección del consumidor y sensibilidad ambiental". (5).

En el Perú, las Relaciones Públicas tienen una aplicación genérica tanto en el sector privado como en las dependencias de la administración pública, con diferente dimensión y nivel de desarrollo.

### **3. Definiciones sobre Relaciones Públicas.**

Recopilamos una serie de definiciones sobre Relaciones Públicas:(6)

Alan Hess: "Relaciones Públicas es el deliberado, planeado y constante esfuerzo para establecer y mantener un entendimiento mutuo entre personas u organizaciones".

Aldon Milis: "Relaciones Públicas es un programa destinado a crear y fortalecer contactos para contribuir al desarrollo de la comprensión, la buena voluntad y el respeto entre una institución o negocio y su público".

Fernand Hourez, ex Director de la Escuela de Publicidad de Bruselas, sostiene que "El objetivo de las Relaciones Públicas es crear y mantener un clima de confianza y simpatía en la empresa y en torno a ella".

La Asociación Francesa de Relaciones Públicas dice "Llámase Relaciones Públicas a las actividades desarrolladas por un grupo con el objeto de establecer y mantener relaciones entre los miembros del grupo y entre el grupo y los diversos sectores de la opinión pública".

Harry Gerber asevera que "las Relaciones Públicas son el conjunto de esfuerzos conscientes organizados y continuos, tendientes a crear, mantener y desarrollar un clima de comprensión y de confianza mutua en el seno de la empresa, en la opinión pública, y en todos los grupos que se vinculan directa o indirectamente con la institución".

Lorenzo Monroy expresa que las Relaciones Públicas son, en su significado más amplio, una "técnica aplicada y pragmática de carácter social cuyo objetivo esencial es influir en la sociedad considerada en la diversidad de públicos que la componen".

Paul Garret refiere que "Las Relaciones Públicas son una actitud fundamental de la inteligencia, una filosofía de la dirección que deliberadamente coloca en primer lugar los amplios intereses del público respecto de toda decisión que afecta la explotación de una empresa".

Fernando Lozano, Director de la Rev. Española Relaciones Públicas, dice que esta disciplina es "el arte de aglutinar y orquestar todos los medios de comunicación e investigación social en favor de unos fines determinados, en base a un programa técnicamente estudiado y planificado al servicio de unos objetivos concretos, apriorísticamente legítimos".

Carlos Ramírez Alzamora Cobos, da el siguiente concepto: "Se denomina Relaciones Públicas a la rama de las relaciones humanas que, en forma teórica y práctica, propicia una interacción humana externa, activa, reflexiva y positiva, al presentar la imagen favorable de una entidad a sus públicos, vinculados por medios lícitos y ,fundados".

Luis Martínez Guerrero define: "Relaciones Públicas es una disciplina que tiene como fin realizar valores positivos de toda índole, analizando cada contexto social en su problemática y definiendo sus circunstancias con el objeto superior de promover comprensión entre sus componentes. Para el logro de este propósito R.P. usa los recursos que le proveen las ciencias de la comunicación y otros que complementan su eficacia, dándole un sentido de superación ética basada en el más profundo respeto por los derechos sustantivos del ser humano".

Alfieri Olcese Salvatecci y Gildomero Arista, aseveran que las Relaciones Públicas pueden definirse "Como el conjunto de técnicas que permiten a un individuo o institución crear, sostener y acrecentar una personalidad positiva favorable y acogedora entre el público, a la vez que facilitan una actitud de recíproca comunicación e identificación de intereses".

En el diccionario de Sociología, editado por Henry Pratt se consigna la siguiente definición: "Relaciones Públicas es el cuerpo de teoría y técnica utilizado para ajustar las relaciones de un sujeto con su público. Estas teorías y técnicas representan aplicaciones de Sociología,

Psicología Social, Economía y Ciencia Política, así como habilidades especiales de periodistas, artistas, expertos en organización, anunciadores, etc.; a los problemas concretos implicados en este campo de actividad".

El "Webster s New International Dictionary" define las Relaciones Públicas como "las actividades de toda industria, unión, corporación, profesión, gobierno u otra organización cualquiera para la creación y mantenimiento de unas relaciones sanas y productivas con ciertos sectores determinados de públicos en general, a fin de adaptarse al medio ambiente de estos y justificar su existencia ante la sociedad".

El Profesor Miller de la Universidad de Harvard sostiene que "Las Relaciones Públicas constituyen un reflejo defensivo de la empresa libre, en un sistema capitalista; aspiran a humanizar las empresas, es decir, a inducir las a obrar no como entidades anónimas, sino otros seres humanos".

El Consejo Directivo de la Federación Interamericana de Asociaciones de Relaciones Públicas (FIARP), reunido durante la IV Conferencia celebrada en Río de Janeiro, aprobó con fecha 8 de Octubre de 1963, el concepto que a continuación se expresa: "Las Relaciones Públicas son una disciplina socio-técnica-administrativa, mediante la cual se analiza y evalúa la actitud del público y se lleva a cabo un programa de acción planificado, continuo y de comunicación recíproca, basado en el interés de la comunidad y destinado a mantener una afinidad y comprensión provechosa con el público".

Como se observa, en casi todas las definiciones citadas se subraya que el propósito que persiguen las Relaciones Públicas como seres humanos, en sus relaciones con es promover un clima de confianza, simpatía y comprensión entre las personas que se encuentran dentro de una institución o que se relacionan con ella y que la consecución de este objetivo implica y exige un planeado y constante esfuerzo, así como la aplicación de la metodología propia de diversas ciencias sociales.

Sin embargo, a pesar de la amplitud y riqueza de los conceptos vertidos, creemos que no se ha enfatizado suficientemente en la verdadera naturaleza de esta disciplina, es decir, en su condición de técnica de integración humana.

Ante ello, el Dr. Flores Bao propone la siguiente definición:

"Relaciones Públicas es una disciplina psico - social - administrativa cuya finalidad mediata es promover la integración humana en todos los niveles de la sociedad, y cuyo objetivo inmediato es generar una conducta solidaria de comprensión y confianza recíprocas entre una entidad y los diversos grupos sociales que se vinculan a ella, en función del interés común. Su ejercicio profesional requiere el desarrollo de una acción planificada que comprende: el análisis permanente de la opinión pública, la motivación conductual, el asesoramiento a los niveles directivos y el uso sistemático de la comunicación" (7).

Este concepto enfatiza que la finalidad básica de las Relaciones Públicas es la integración humana. Asimismo pone en relieve sus fundamentos psico - sociológico - administrativos y su rol generador de comportamiento.

Estas características, consideramos, allanan el camino para ubicarla en el campo de las ciencias sociales y específicamente, en el área de las ciencias de la conducta.

#### **4. La Ciencia de las Relaciones Públicas.**

Superado definitivamente el viejo concepto de Relaciones Públicas como el arte de vender una imagen de la empresa a la opinión pública, la concepción moderna de las Relaciones Públicas la ubica dentro del campo científico.

Para el investigador español Fernando Lozano, se debe hablar de la ciencia de las Relaciones Públicas, "Porque las personas necesitan poseer conocimientos y sistemas para hallar la verdad en qué basar el diálogo, las decisiones y verificar actitudes y resultados con arreglo a la realidad del presente y al objetivo del futuro.

Porque las Relaciones Públicas se explicitan en hacerlo bien y hacerlo saber, fórmula básica para desarrollar los conocimientos propios de cada quehacer y testimoniar la honradez y la eficacia que por sí mismas estimulan la confianza y la solidaridad.

Porque para alcanzar el éxito hay que saber presentar las ideas, proyectos y servicios a los demás, de manera que nos comprendan, nos acepten y colaboren, siendo ello posible si se ha establecido una filosofía de diálogo donde todos sepan lo que tienen que hacer, lo que se hace y con qué fin, fórmula ideal para crear el entusiasmo, la confianza y la participación entre gobernantes y gobernados, dirigentes y dirigidos, empresarios y colaboradores". (8)

Para el investigador uruguayo Román Pérez Senac al abordar las nuevas dimensiones de las Relaciones Públicas necesariamente debemos involucrarnos con la ciencia.

Afirma que las Relaciones Públicas se sustentan en principios filosóficos y científicos que requieren conocimientos técnicos y humanistas. Su meta final es el hombre y su objetivo la comprensión y acercamiento de los seres humanos. En tal sentido las Relaciones Públicas constituyen una ciencia cuyos orígenes son los mismos de la humanidad.

"Las Relaciones Públicas buscan explicar una serie de fenómenos particulares generalmente irrepetibles e irreversibles, con una metodología que se inicia en la investigación de cierta sucesión de hechos y datos públicos, basándose en la observación directa y en fuentes confiables.

Exponemos entonces, una ciencia de la realidad propiamente dicha: observa y describe las interacciones, explica cómo se relacionan realmente los seres humanos y propone cómo se relacionarían de aquí en adelante". (9).

"(...) las Relaciones Públicas son una ciencia de las interacciones, que se vinculan con ciertos fines, normas y principios convivenciales, que presuponen situaciones en las que tiene sentido su aplicación". (10)

De acuerdo a esta concepción las Relaciones Públicas estudian al hombre, observan las interacciones que existen en las transacciones humanas y propugnan el logro de la mejor armonía en las relaciones que mantienen, en una sociedad sus instituciones, organismos, empresas, con sus respectivos públicos con los que naturalmente conviven, apelando para ello a toda gama de conocimientos elaborados por otras disciplinas (como sistema integrador multidisciplinario).

Para Pérez Senac el ejercicio de estas Relaciones Públicas científicas se vigoriza con la aplicación de la "Auditoría Social".

En la moderna administración surge el tema de la responsabilidad social del empresario. En este sentido la auditoría social se entiende como la forma de incluir en los documentos financieros, los gastos que la empresa realiza voluntariamente para mejorar las condiciones del personal, evitar los efectos negativos sobre el medio ambiente, preservar los recursos naturales, ahorrar energía y garantizar la calidad de sus productos.

Pero en principio se tiende a la conformación de un "Balance Social" traduciendo a términos monetarios el esfuerzo social realizado por la empresa.

La puesta en práctica de estas políticas de Relaciones Públicas implican cuatro fases:

- Planeación social, o sea el establecimiento de programas.
- Contabilidad Social, o sea el control de los resultados obtenidos en un período prefijado.
- Balance Social. La traducción de tales datos a un documento en el cual se analizan los resultados, se interpretan y se recomiendan alternativas de acción para el período siguiente.
- Auditoría Social la cual consiste en la confrontación que se efectúa entre las acciones sociales de la empresa y los lineamientos de filosofía, políticas, normas o procedimientos establecidos para orientarlas. Su finalidad es comprobar si se cumplen o no.

En el Perú, el Dr. Francisco del Solar es pionero en postular la cientificidad de las Relaciones Públicas. Para él, las Relaciones Públicas:

"Es una ciencia social interdisciplinaria que mediante la comunicación tiene por objeto lograr la integración de intereses comunes y necesidades complementarias del hombre, de la entidad corporativa (instituciones) y de la sociedad, dentro de un marco de solidaridad y responsabilidad social". (11)

De acuerdo al enunciado, las Relaciones Públicas pertenecen al ámbito de las ciencias sociales (empírica), que usa como auxiliares a una gama de disciplinas sociales como las comunicaciones, sociología, psicología, historia, derecho, administración, etc. que tienen por objeto la integración de intereses y necesidades recíprocos del hombre, de la entidad corporativa y de la sociedad dentro de un marco social, para lo cual usa los métodos y técnicas comunes de las ciencias sociales.

En los métodos tenemos al inductivo y al cuantitativo como métodos generales; y al experimental y al dialéctico como métodos específicos.

Como técnicas específicas para la observación de la problemática, las Relaciones Públicas recurren a la observación; la encuesta y la entrevista.

Conforme a los trabajos desarrollados en Maestría de Comunicaciones de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega, las Relaciones Públicas científicas se rigen por las siguientes leyes:

- El hombre es un ser racional. La racionalidad conduce a la sociabilidad. Todos los hombres son sociables.
- La comunicación es interacción. La interacción objetiva y/o subjetiva produce relaciones. Todas las relaciones son producto de la interacción y de la comunicación.
- Todo hombre tiene necesidades e intereses que busca satisfacer. La satisfacción de esas necesidades e intereses depende de las relaciones. En sus relaciones el hombre y las entidades que él crea, integran intereses comunes y necesidades complementarias.
- El hombre es un ser ético, solidario por la "autotelia". La ética y solidaridad del hombre se dan en las relaciones con sus semejantes. La solidaridad social del hombre está en su calidad de humano (humanista) y de ser racional. (12).

### **CITAS BIBLIOGRÁFICAS**

- (1) FEPER. Federación Peruana de Relacionistas. Curso de Protocolo, Ceremonial del Estado y Relaciones Publicas. p.53.
- (2) FLORES Bao, Francisco. Relaciones Públicas, Ciencia de la Integración Humana. p.113.
- (3) AMILCAR Guerrero, Roberto. Compendio de Relaciones Públicas, Protocolo y Ceremonial. pp.22-23.
- (4) MOORE, Frazier y Bertrand Canfield. Relaciones Públicas: Principios, Casos y Problemas. pp. 35-38
- (5) SIMON, Raymond y Víctor Soria. Relaciones Públicas y Humanas. pp.42-60.
- (6) FLORES Bao, Francisco. Op. Cit. pp.109-111.
- (7) Ibidem.
- (8) LOZANO, Fernando. Anverso y Reverso de la Comunicación. p.38.
- (9) PEREZ Senac, Román. Relaciones Públicas Superiores. Una nueva Pedagogía. p.37.
- (10) Ibidem. p.38.
- (11) DEL SOLAR, Francisco. La Ciencia de las Relaciones Públicas (Enfoque Epistemológico). p.17.
- (12) Ibidem. p.15.