

LAS RELACIONES PUBLICAS HOY EN DIA

Las Relaciones Públicas son una disciplina que tiene un origen muy remoto, pero que, científicamente se desarrolla a mitad del presente siglo.

Su nombre esta compuesto de dos vocablos: Relaciones y Públicas; que significan vinculaciones con los públicos.

En el lenguaje cotidiano estamos acostumbrados a referimos **al público**, en singular. Así decimos, el público presente en esta sala, el público televidente, etc.

Sin embargo, en Relaciones Públicas debemos habituarnos a decir **los públicos** en plural.

Porqué esto: porque en el primer caso (el público) no existe discriminación, la relación y comunicación son realizadas sin discriminación, ni diferenciación alguna y es igual para todos. Entre tanto, dentro del área de la Relaciones Públicas la relación, vinculación o comunicación es discriminada para cada uno de los públicos con quienes queremos entrar en contacto a fin de adecuar la comunicación al interés del grupo social afín (público), al cual deseamos dirigimos. En la disciplina de Relaciones Públicas se entiende por público a todo grupo social con un interés determinado y a veces con un nivel cultural específico.

Las Relaciones Públicas, dijimos son vinculaciones con los públicos. Esta disciplina busca insertar a la empresa dentro de la comunidad, haciéndose comprender, tanto por sus públicos externos como internos, de sus objetivos y procedimientos a fin de crear vinculaciones provechosas para ambas partes mediante la concordancia de sus respectivos intereses.

Las relaciones públicas constituyen una función asesora que tendrá a su cargo la fijación de la política general de la empresa y, por ende, su ubicación se encuentra al lado de la presidencia o de la gerencia general

La expresión Relaciones Públicas según el folleto que se nos presenta posee tres significados que son:

- Información dada al público
- Persuasión dirigida hacia el público para modificar sus actitudes y acciones
- Esfuerzos para integrar las actitudes y acciones de una institución con su publico y las del publico con esa institución.

Partiendo de aquí puedo decir que las relaciones públicas son una función directiva, de carácter continuativo y organizado, por medio de la cual organizaciones e instituciones públicas y privadas, tratan de conquistar y mantener la comprensión, la simpatía y el apoyo de aquellos públicos con los que están o deberán estar, vinculados, a través de la evaluación de la opinión pública sobre la obra propia, a fin de concordar en todo lo posible las orientaciones y procedimientos propios y obtener por medio de una información amplia y difundida, una cooperación productiva y una realización más eficaz de los intereses comunes.

Existen muchas razones para el nacimiento de esta nueva disciplina destinada a favorecer la adaptación humana. Entre ellas se cuentan:

- La creciente complejidad de la sociedad.
- El mejoramiento técnico de los medios de información.
- El aumento de la educación y el alfabetismo.
- La aceleración de las vías de transporte y comunicación, que han ampliado la difusión de las ideas y de las cosas.

- El desarrollo y la aceptación de las ciencias sociales.
- La sustitución de las amenazas.
- La intimidación y la fuerza por la persuasión y la sugestión .
- La extensión del derecho al voto.
- El movimiento creciente de la igualdad.
- El apoyo general al concepto de que el interés privado y el público deben coincidir.
- La mayor dependencia respecto del gobierno centralizado y la necesidad de los gobiernos de contar con el sostén de masas.

El relacionista público de hoy en día se relaciona en los tres campos fundamentales que son:

- Comunicaciones
- Persuasión del pueblo
- Capacidad para integrar al público con las instituciones y estas con el primero, es decir campos que representan su zona de trabajo.

El Relacionista público de hoy en día es un científico social, práctico, calificado para asesorar a los entes directivos sobre política por seguir, para aconsejar en lo referente a relaciones humanas y para presentar sus clientes al público, y este a los primeros.

Las relaciones públicas no son una ciencia exacta.

Una meta definida en las actividades de las relaciones públicas son la buena voluntad, , esta es al mismo tiempo, el bien más tangible e intangible de la gente y de las organizaciones. Ella depende de la integración de una institución o individuo con su público.

Hay un factor reconfortante, que es el hecho que toda nueva actividad profesional ha sufrido el mismo tipo de evolución que está soportando las Relaciones Públicas. Primero se presentó la necesidad de contar con especialistas, cuando estos lograron éxito, vino la invasión de otros interesados. A medida que crecía el saber del público sobre la profesión, la demanda de practicantes competentes fue mayor que la oferta. Los embusteros entonces, trataron de hacerse pasar por aquellos. No tuvieron éxito en sus empresas. Luego el público reaccionó desfavorablemente ante todos los integrantes del campo.

POR QUE ES ESENCIAL HOY DIA EL CONOCIMIENTO DE LAS RELACIONES PUBLICAS

Las relaciones públicas son un instrumento vital para la adaptación, el entendimiento y la integración de los individuos, los grupos y la sociedad. Es importante para todos saber como llevarse bien con el público.

La gente con la cual entramos en contacto personal (amigos, clientes, proveedores) influyen sobre nuestras actitudes u acciones, y por otro lado, la gente con la que nunca nos encontramos nos toca a través de los símbolos, tales como las palabras y las figuras de los periódicos, los libros, las revistas, la radio, la televisión, la cinematografía, las conferencias y otros medios de comunicación.

Puesto que dependemos de los demás y deseamos que se nos entienda, es importante que nuestra conducta y nuestras actitudes y expresiones estén guiadas de modo conciente por nuestras relaciones públicas.

A través de ese proceso llegamos a comprender o no el mundo circundante y por medio de él somos comprendidos o mal entendidos.

Las relaciones públicas son un arma decisiva en las muchas y variadas batallas que se libran para ganar el favor del público.

Las relaciones públicas permiten a los grupos o individuos contender más eficazmente con los problemas impuestos por los medios de transporte y la comunicación, cuya velocidad siempre creciente ha aumentado la complejidad de nuestra vida.

Las relaciones públicas aquilatan la influencia en cerner de la opinión pública y actúan para hacer frente a una situación dada.

Mediante esta disciplina, un individuo o grupo está en condiciones de asegurar que las decisiones públicas se funden sobre el conocimiento y la comprensión.

Las relaciones públicas capacitan a los individuos y a los grupos, de modo amplio, para aplicar los hallazgos de las investigaciones de las ciencias sociales con el propósito de lograr mejor entendimiento y una mayor integración con sus respectivos públicos. La utilización de este conocimiento es importante para la preservación y la evolución de la sociedad.

El relacionista, como especialista que es, trata de aplicar los hallazgos de las ciencias sociales, como el ingeniero aplica las leyes de la física, o el facultativo los resultados de las indagaciones médicas.

Las relaciones públicas facilitan la adaptación y la acomodación a los tiempos. Las relaciones públicas pone al alcance de la adaptación humana la pericia y los puntos de vista de un técnico experto en el funcionamiento de las relaciones humanas.

Las relaciones públicas proporcionan un instrumento poderosísimo para la promoción del entendimiento más cabal de la democracia.

La importancia de las relaciones públicas reside en que ellas ayudan a entender a la sociedad de la cual todos formamos parte, a conocer y valorar los puntos de vista de los otros, a ejecutar la labor de dirección en condiciones variadas que nos afectan a todos, a estimar los esfuerzos de los semejantes, a persuadir y a sugerir procederes.

LOS ORIGENES DE LAS RELACIONES PUBLICAS:

Esta disciplina sigue una línea de desarrollo lógico.

Los orígenes de esta disciplina se pueden advertir de remotísimos tiempos. La antropología nos dice acerca de las relaciones que existían entre dirigentes y dirigidos en épocas del hombre primitivo. La gente observó prontamente la necesidad de planear las relaciones mutuas. El poder, la autoridad, el control social eran hechos ciertos antes de toda la historia. Siempre han existido conductores y conducidos. El trato mutuo se centro primitivamente alrededor de la autoridad religiosa y gubernamental de que estaba investido el dirigente. Esto era la Teocracia. Los bienes culturales y las costumbres de la comunidad tenían prioridad sobre las opiniones individuales, pero aun entonces los dirigentes poseían cierta vaga conciencia de las vinculaciones publicas de los integrantes de su pueblo.

Tres elementos de las relaciones públicas son de hecho, tan antiguos como la sociedad:

- Informar al pueblo
- Persuadir al pueblo
- Integrar a unas gentes con otras gentes

Los medios y los métodos de lograr esos objetivos han variado a mediada que cambiaba la sociedad. En un mundo tecnológicamente adelantado como el de hoy día, las ideas se comunicaban mediante la prensa, las revistas, el cinematógrafo, la radio, la televisión y otros muchos medios.

Los hombres se comunicaron primero por señales, luego por la palabra y después por la escritura. Posteriormente a ésta se inventaron diversos dispositivos mecánicos y de otro tipo para transmitir los hechos, el pensamiento y el significado.

Todas las tentativas de influir o verificar la opinión pública se hallaban básicamente condicionadas por el hecho de que el individuo todavía no había desarrollado el sentido de su propia identidad.

Los métodos de persuasión cambiaron, simultáneamente con el comienzo de la historia anotada, con la invención de la escritura.

En el antiguo Egipto los sacerdotes eran expertos en la opinión pública y en la persuasión.

Es atinado suponer, entonces, que existía ya cierta conciencia de las relaciones públicas tanto de parte de los dirigentes como de los dirigidos.

También se utilizaban los papiros y los himnos. Las momias eran el símbolo de la grandeza perenne hacia la inmortalidad.

Los profetas de Israel poseían un sentido agudo de las relaciones públicas. Ellos hablaban como intermediarios entre Dios y los hombres. Utilizaban la exhortación como instrumento de relaciones públicas, en la plaza del mercado y en las puertas del templo, para influir sobre la mente del pueblo respecto de dos puntos principales a saber: la exigencia de obrar con rectitud y el amor a Dios. Pero los profetas actuaban sobre la mente popular, no solo en el aspecto religioso, sino también en lo político. Elevaban la conciencia de la gente ante la invasión extranjera y el exilio y alentaban la restauración de la normalidad.

En tiempos del profeta Jeremías la estimulación de la opinión pública se lograba por la palabra y además por medio de documentos escritos que circulaban de mano en mano.

El tema preferido de la propaganda era la solidaridad de Grecia, la creación de un espíritu de cohesión entre los griegos, en contra de los bárbaros.

Los griegos poseían una gran conciencia cívica, todo arte que ellos desarrollaron se utilizó en un momento o en otro como medio de persuasión para metas políticas o sociales.

Los romanos también poseían conceptos relativos a la opinión y a las relaciones públicas y en ese sentido acuñaron palabras que demuestran su comprensión de la materia en general.

Al igual que en Grecia, la oratoria fue un factor preponderante para condicionar actitudes.

Además de la oratoria, la literatura y el arte, que contaban con una larga tradición, los romanos emplearon folletos y crearon un nuevo elemento de relaciones públicas: el noticiero diario.

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE SANTO DOMINGO

– U A S D –

TEMA:

Reporte de Lectura sobre el Folleto

Las Relaciones Públicas

PRESENTADO POR:

Historia de las Relaciones Públicas I

Sección: 01

Santo Domingo, Distrito Nacional

26 de Septiembre de 2001

CONCLUSIÓN

Las relaciones públicas se basan en un conjunto de pequeños detalles. En la rama comercial son importantes los pequeños detalles. Si las mismas son resueltas adecuadamente, raramente se presentarán grandes problemas.

En una sociedad democrática, la dirección se apoya en la habilidad de servir con eficiencia, para desarrollarse un programa sistemático en intereses del bienestar público.

El desenvolvimiento de la dirección de una organización no debe limitarse a los Directivos, debe emprender también los escalones inferiores hasta el último empleado.

La ciencia de la comunicación es la base de todas las actividades de las relaciones públicas. Para obtener resultados adecuados, los especialistas de relaciones públicas han de tener presente la importancia de las comunicaciones, consiste en poner adecuado ropaje a las palabras y distintas formas de comunicación que pueda comprenderse claramente y ser inequívocos. Las malas relaciones internas no pueden originar buenas relaciones externas. Las buenas relaciones públicas implican una política de puerta abierta. ¿Qué secretos industriales y mercantiles aparte de las fórmulas y procedimientos son realmente secretos?. Las relaciones públicas tienen la misión de velar para que no existan talones de acero ni políticas de puertas cerradas.

Las acciones han de ser siempre acordes con las normas de conducta, pues de otro modo las relaciones públicas se convertirán en hipocresía.

Las pequeñas variaciones en los componentes químicos internos del organismo humano son la causa de frecuentes diferencias individuales en el temperamento y en otras características.

La auténtica dirección comercial reconoce el derecho de los individuos o grupos a tener una opinión tanto acertada como errónea.

Las relaciones públicas pueden y deben ser eminentemente profesionales en su aspecto práctico, profesión implica un entrenamiento especializado y extensivo, un elevado nivel ético y una posición científica.

Su posición puede compararse independientemente de que toda la comunicación sea o no—persuasión es casi siempre un resultado de la comunicación y con frecuencia los receptores se dan cuenta de esta intención. Su conciencia no necesariamente implica sospecha u hospitalidad, pero significa que el que comunica debe favorecer una persuasión eficaz.

INTRODUCCIÓN

Relaciones Públicas son vinculaciones con los públicos. las Relaciones Públicas establecen relaciones entre una persona (individuo) o una organización (grupo). Quiere decir, que en Relaciones Públicas uno de los extremos de la relación es siempre un grupo. Mientras que en el caso de las Relaciones Humanas, en ambos

extremos de la relación existe una persona individual.

Cada vez es más difícil lograr que los demás se interesen por lo que hacemos. De ahí que debamos ser nosotros mismos los que nos encarguemos de despertar la atención de nuestros semejantes sobre nuestra propia obra. No podemos vivir aislados. Dependemos de nuestros semejantes. Nuestro trabajo, nuestras ganancias y nuestro futuro están en relación directa a la comprensión, cooperación y ayuda que nos preste nuestro prójimo. Es lógico que existiendo ésta interdependencia mutua, debamos procurar que nos entiendan y nos aprecien, pues nuestro crecimiento en la actividad que desarrollamos está en relación directa con el aprecio y la comprensión que logremos despertar en el medio que nos rodea.

La simpatía abre las puertas, pero, es la confianza la que la mantiene abierta. La confianza se sustenta en el comportamiento ético. He ahí por qué la ética se asienta en la base de las relaciones públicas.

Este es el Slogan de las Relaciones Públicas. Slogan es una frase corta, impactante y que resume todo un pensamiento o posición. Así, "Hacerlo bien y Hacerlo conocer" resume en una frase importante el objetivo básico de las relaciones públicas. Ella nos indica que debemos hacer bien lo que hagamos, pero, que, además, debemos hacerlo conocer. Si nadie sabe lo bien que hacemos algo, no tendremos clientes ni la sociedad sabrá lo que en su beneficio podemos aportar. De aquí la decisiva importancia de dar cumplimiento al mandato imperativo de este Slogan.