



DIPREGEP N° 6571

Fundamento del Proyecto Docente

Unidad Curricular: Introducción a las Relaciones Públicas

Carrera: Técnico Superior en Relaciones Públicas y Ceremonial

Lic. Gabriel P. Stortini

Las relaciones públicas han recorrido un largo camino desde 1923, cuando el profesor Edward Bernays escribió el primer libro de texto relativo a la materia y dio el primer curso universitario en la Universidad de New York.

James Grunig en su libro *Dirección de Relaciones Públicas*¹ sostiene que las relaciones públicas, como disciplina científica y como teoría, representan en la actualidad una parcela trascendental del esfuerzo de los seres humanos y de las organizaciones para comunicarse con su entorno y resolver los mayores problemas a los que se enfrentan diariamente. Los relacionistas públicos ayudan a otras personas a establecer y a mantener relaciones efectivas con terceros. Para Dan Lattimore, en su obra *Relaciones Públicas: profesión y práctica*², debemos entender a esta disciplina como formas de comunicación dotadas de técnicas concretas que utiliza una persona, una institución pública o privada, una empresa, una iniciativa, con el objetivo de crear, modificar o consolidar su imagen pública. Las relaciones con los medios de comunicación son muy importantes en los programas de gestión de las relaciones públicas, así como también la identidad e imagen corporativa. A través de ellos se obtienen mayores beneficios cuando forman parte integral de una dirección estratégica se les permite contribuir al éxito de una organización.

En el campo político son un instrumento básico del marketing y del marketing electoral. Constituyen cada vez más auténticas acciones, muy complejas, de relaciones públicas. Así puede afirmarse que la utilizan todos los emisores políticos: gobiernos, (sea cual fuere su ámbito de competencia), instituciones públicas, ONGs, partidos políticos, movimientos sociales, etc.

La filosofía básica del ejercicio de las relaciones públicas es muy sencilla. La hipótesis es que es mucho más fácil tener éxito en alcanzar objetivos concretos, con el apoyo y comprensión del público que contando solo con la oposición o indiferencia pública. Las relaciones públicas pueden resumirse en ciertas palabras clave. Estas

1. Cfr. GRUNIG, J. *Dirección de relaciones públicas*. España: Gestión 2000, 2003, Cap. I

2. Cfr. LATTIMORE, Dan. *Relaciones públicas profesión y práctica*. México: Mc Graw Hill, 2008, Cap. I, pp. 7.



DIPREGEP N° 6571

son: reputación, percepción, credibilidad, confianza, armonía y la búsqueda de la comprensión mutua, basada en la verdad y una información total.

Como principio básico, el contenido de las relaciones públicas en su dimensión comunicativa, debe ser siempre verídico, aunque su forma de expresión pueda tener connotaciones persuasivas.

Los campos de actuación abarcan todas las actividades en general, y en especial el campo político, económico, cultural, del mundo del trabajo y religioso.

Puede afirmarse que toda actividad humana, sea cual fuere su naturaleza, puede tener un componente de relaciones públicas.

El Técnico Superior en Relaciones Públicas y Ceremonial, a través de esta unidad curricular introductoria, podrá obtener conocimientos que le permitan prepararse para la práctica de las relaciones públicas como un proceso, y los distintos elementos que en ellas intervienen, con las más relevantes aportaciones doctrinales que han tenido lugar en EE.UU. y en Europa en los últimos años, en el marco de la situación general descrita.