



UNIVERSIDAD DE CUENCA

FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN.

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL.

Trabajo de Investigación previo
a la obtención del Título de Licenciada
en Comunicación Social,
Mención Relaciones Públicas y Publicidad

TEMA:

El Relacionador público en su laberinto: entre la oferta académica y la
demanda profesional.

AUTORA:

Maritza Mariela Calle Armijos.

TUTOR:

Mtr. Diego Oswaldo Samaniego Dumas

Cuenca - Ecuador

2013



DEDICATORIA

Este trabajo lo he realizado con mucho esfuerzo y sobre todo por amor a mi carrera, ya que ese ha sido uno de mis motivos para continuar en la lucha esmerada por conseguir mis logros.

Dedico este trabajo que a pesar de que son pocas líneas, representan los conocimientos que me han impartido en las aulas de clase, desde donde he vivido muchas cosas, desde decepciones, ganas de dejar mi carrera por cansancio, algunas veces por notas que no me han gustado, en fin saltar todos esos obstáculos y superándolos me han llevado a sentirme bien y orgullosa de mi misma, ya que he logrado mis mayores sueños

Además dedico este trabajo a mis padres quienes han sido el motivo de arranque en mi vida, quienes me han impulsado a pesar de sus dificultades para darme estudio a que continúe, a ellos les dedico con todo mi amor, respeto y admiración y a todas aquellas personas que quieran alcanzar sus sueños, que luchen y que nunca se caigan y si lo hacen pues les invito a levantarse las veces que sea, porque es ahí en donde se ve la fuerza de cada ser humano.



RESUMEN

El laberinto de las Relaciones Públicas deja ver claramente los problemas a los que se encuentra inmerso el profesional y la carrera propiamente dicha, en donde el problema radica a todo lo que el estudiante tiene que enfrentar al salir de la Universidad en cuanto va a desempeñar su papel de relacionista público, encontrándose con una serie de situaciones difíciles como: miedo a ejercer la carrera, y la falta de conocimientos adquiridos acordes a lo que demanda el campo profesional.

Este apartado manifiesta los conceptos que hace falta para ejercer de manera adecuada la especialidad de Relaciones Públicas, para lo cual se da una apreciación de lo que son las relaciones públicas vistas desde diferentes puntos de vista tanto en el aspecto teórico con especialistas en el tema como pensadores, y en lo práctico con profesionales ejerciendo la profesión, que influyen en la manera como se debe hacer, de las relaciones públicas una profesión de calidad. Además de los papeles que puede desempeñar un Relacionador Público.

Por otro lado la manera como se enfrenta al medio un Relacionador Público, es decir el proceso a seguir para enfrentar miedos y ejercer bien la profesión, desde, el perfil que debe tener la persona que la ejerce hasta la práctica propiamente dicha de las Relaciones Públicas.

Este trabajo investigativo expone la problemática del medio y que es lo que se debe hacer para afrontar los problemas con soluciones en cuanto al campus educativo y profesional de las relaciones públicas.

Palabras Clave:

Relaciones, Públicas, profesional, comunicación, práctica, perfil, medio, problemática, investigación, teórico, campus, especialistas, profesión, calidad, especialidad, Relacionador.



ABSTRACT

The labyrinth of the Public Relationships allows to see the problems clearly to those that he/she is immerse the professional and the properly this career where the problem resides to all that the student has to face when leaving the University as soon as you/he/she will play her part of public relationships, meeting with a series of difficult situations as: fear to exercise the career, and the lack of knowledge acquired chords to what demands the professional field.

This section express the concepts that it is necessary to exercise in an appropriate way the specialty of Public Relationships, clearly for that which an appreciation is given of what you/they are the relationships public views from different so much point of views in the theoretical aspect with specialists in the topic like thinkers, and in the practical thing with professionals exercising the profession that you/they influence in the way like it should be made, of the public relationships a profession of quality. Besides the papers that a Public Relationships can carry out.

On the other hand the way like he/she faces the means a Public Relation, that is to say the process to continue to face fears and to exercise the profession well, from, the profile that should have the person that exercises it until the properly this practice of the Public Relationships.

This investigative work exposes the problem of the means and that it is what should be made to confront the problems with solutions as for the educational campus and professional of the public relationships.



ÍNDICE

Cláusulas de Responsabilidad y de Reconocimiento del Derecho de la Universidad para publicar el documento	pag.6	
Introducción.....	pág.8	
CAPITULO 1.		
RELACIONES PÚBLICAS		
1.1 Concepto- Definiciones	pág. 10	
1.2 Papel de las Relaciones Públicas	pág. 12	
1.3 Modelos de Relaciones Públicas	pág. 14	
1.4 Investigación de las Relaciones Públicas	pág. 18	
CAPITULO 2		
RELACIONES PÚBLICAS COMO PROFESIÓN		
2.1 El individuo en la práctica	pág. 20	
2.2 Roles profesionales	pág. 22	
2.3 Las relaciones públicas y el desarrollo de la profesión	pág. 23	
2.3.1 Perfil profesional del relaciones públicas	pág. 26	
2.3.2 práctica de las relaciones públicas	pág. 28	
CAPITULO 3		
LABERINTO RELACIONES PÚBLICAS		pág. 30
3.1 Las Relaciones Públicas en su entorno	pág. 31	
3.2 Relacionador público en el entorno	pág. 34	
Balance de lo aprendido entre la teoría y la práctica profesional del campo de las relaciones públicas	pág. 37	
Conclusiones	pág. 40	
Recomendaciones	pág. 41	
Bibliografía	pág. 42	



UNIVERSIDAD DE CUENCA
Fundada en 1867

Yo, Maritza Mariela Calle Armijos, reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de Licenciado(a) en Comunicación Social, Mención Relaciones Públicas y Publicidad. El uso que la Universidad de Cuenca hiciera de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor.

Maritza Mariela Calle Armijos
010525161-5



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS
Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
SECRETARIA

Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316

e-mail cdjbv@ucuenca.edu.ec casilla No. 1103

Cuenca - Ecuador



UNIVERSIDAD DE CUENCA
Fundada en 1867

Yo, Maritza Mariela Calle Armijos, certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autora.

Maritza Mariela Calle Armijos
010525161-5



Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316

e-mail cdjbv@ucuenca.edu.ec casilla No. 1103

Cuenca - Ecuador



INTRODUCCIÒN

El presente trabajo de investigación relacionado al campo de las relaciones públicas tanto en el ámbito académico como profesional, presenta una serie de lineamientos a seguir en el desarrollo de la misma para poder solucionar la problemática del porque existen dificultades a la hora de ejercer la profesión.

Para lo cual se presentara un informe en tres capítulos a manera de recuento en donde se intenta abarcar los aspectos más importantes e influyentes al campo de las relaciones públicas.

El primer capítulo nos lleva a los inicios de las relaciones públicas es decir que son las relaciones públicas acorde a conceptos y definiciones realizadas por varios autores como Bernays quien es considerado el padre de las relaciones públicas, así como otros especialistas en el tema que han venido trabajando desde épocas pasadas y que contribuyen mucho para el saber de la misma.

Además veremos el papel que desempeñan los relacionadores públicos en cuanto a teoría y como han ido avanzando la forma de ejercer y los cambios que se han dado hasta la actualidad en torno a los modelos de Relaciones Públicas que existen, es decir a la forma de interactuar con los demás, así mismo cuan importante es la investigación dentro del campo de la comunicación y por ende de las relaciones públicas como forma de comunicar, manejar y persuadir a los públicos.

El segundo capítulo llamado relaciones públicas como profesión nos permite conocer la práctica del individuo de las relaciones es decir todo lo que tiene que ver en el ámbito profesional como los roles que ejerce el Relacionador Público, y sobre todo que conocimientos, aptitudes que debe tener una persona para ser apta para el ejercicio profesional de las relaciones públicas.

El Laberinto de las relaciones públicas es analizado en el tercer capítulo ya en un aspecto fuera de lo teórico como lo es en la práctica, ya vista desde el exterior, es decir en el ejercicio de la profesión tanto de las relaciones



públicas como del Relacionador Público, y de una manera clara con testimonios de relacionadores públicos que se encuentran ya ejerciendo la carrera y que también han sufrido los cambios que la sociedad espera a la hora de ejercer, así como también comentan que se debería hacer en ciertos casos de problemas comunes presentes en el campo profesional.

Por último se podrá ver una síntesis de los aspectos más relevantes dentro de las relaciones públicas y del Relacionador público todo esto para contribuir a la solución de la problemática de las Relaciones públicas propiamente dichas.



EL LABERINTO DE LAS RELACIONES PÚBLICAS: ENTRE LA OFERTA ACADÉMICA Y LA DEMANDA PROFESIONAL.

CAPITULO 1.

RELACIONES PÚBLICAS

1.1 CONCEPTO- DEFINICIONES

Las Relaciones Públicas contienen varios significados que la pueden describir con una sola palabra y por ende varios conceptos, podemos empezar diciendo que engloba a todo lo referente a comunicación y que es pieza fundamental para entablar acciones de Relaciones Públicas y como su nombre lo enuncia “públicas” es mantener un contacto con el mundo exterior y al establecer este tipo de contactos se hace también privada porque es desde un interior o núcleo que se desarrollan las relaciones públicas.

Al hablar de Relaciones Públicas nos remitimos a los inicios de cada uno de los individuos puesto que todos lo realizamos en nuestra vida cotidiana, ya sea a la forma que proyectamos algo como una imagen, una persona, una empresa y un objetivo en general, también esta inmersa la comunicación en como nos desenvolvemos dentro y fuera de un entorno, estos pequeños aspectos son muy importantes a la hora de dar un significado de lo que es relaciones públicas.

(Barquero.209), da un breve concepto de la rama de las relaciones públicas vista como «una filosofía, técnica y arte encaminados a coordinar valores para convivir de forma solidaria y amistosa con el entorno» es decir una conjugación de sabiduría con el aprendizaje del día a día para desenvolverse en el medio pensando en cada uno de los factores que rodean y se representan ante el ser, visto como una persona-objeto.

DEFINICIONES

Las Relaciones Públicas han ido tomando fuerza con el pasar del tiempo por las múltiples definiciones que se han dado a partir de su aparición como



Relaciones Públicas, puesto que antes se la veía como un agente de prensa o publicista en donde carecía de fuerza y aspectos positivos.

Edward L. Bernays, (citado por Gruing 70) padre de las Relaciones Públicas y promotor de la misma, da una definición que hasta hoy tiene una validez en cada una de sus palabras, quien define las Relaciones Públicas como «la ingeniería del consentimiento humano, ósea lograr que la gente de su aprobación a una idea, productos, concepto de lo que sea» ; es decir como una primera consideración al interés público y a las motivaciones altruistas que llevan hacia el éxito de las personas y la empresa, puesto que es lo primero que se corresponde para quien se desarrolló un mensaje que es el público, a su vez es el mismo público de quien depende el éxito y mantenerse dentro de un status.

Por otro lado (Xifra 39), sostiene que «las relaciones públicas constituyen un proceso de reducción de problemas cíclicos y continuos» que aportan soluciones que ayuden a mejorar las dificultades o crisis presentes, constituyendo así uno de los papeles de las Relaciones Públicas, además estableciendo pautas de investigaciones en cada uno de las situaciones – problemas que se presentan dentro y fuera de una institución, ya que es imposible no estar inmerso una marca o empresa en cualquier dificultad, para ello se consideran las Relaciones Públicas como generador de soluciones y guardián de proceso.

Harlow (citado por Etang 7) define a las Relaciones Públicas como «una función directiva específica que ayuda a establecer y mantener líneas de comunicación, comprensión, aceptación y cooperación mutuas entre una organización y sus públicos», es decir que implica la detección y resolución de problemas teniendo que manejarlos de una forma responsable y profesional, sirviendo como un sistema de alerta ante determinadas situaciones. Esta definición de Harlow indica claramente que las Relaciones Públicas deben preocuparse por tener buenas relaciones entre si, la organización o empresa porque necesita de sus públicos para darse a conocer y prestar o brinda la empresa.



En consecuencia estos filósofos emiten una serie de definiciones sobre las Relaciones Públicas que han ido evolucionando con el pasar del tiempo, pero que cada una de ellas aporta notablemente de un forma valiosa y favorable al desarrollo de la rama, vista desde diferentes ámbitos, ya sea como una forma de persuadir a las personas a quien nos dirigimos para lograr en ellas un efecto aceptable, reduciendo los posibles problemas que se presenten entre los públicos y el medio que rodea una situación, con soluciones rápidas y factibles que beneficien a las partes involucradas, constituyen con todo las relaciones públicas ser parte de una función directiva que cree, acepte y dirija funciones.

Existen además muchas otras definiciones que aportan al desarrollo de las relaciones públicas como una ciencia capaz de darse a conocer por sus méritos en el medio como una rama en el ámbito empresarial.

1.2 PAPEL DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

Las Relaciones Públicas son extrovertidas en el campo en el que se las ubique, ya que están constantemente buscando como llegar a sus públicos, en como direccionar bien una empresa u organización, constituyen una de las ramas más importantes dentro del entorno en sí, ya que la posición que han ido tomando con el pasar del tiempo a partir de la segunda guerra mundial es muy preciso en el campo de la problemática, ya que representan un papel indispensable como personas y como especialización.

Al hablar del papel que desempeñan las Relaciones Públicas estamos englobando la mayoría de circunstancias que nos presenta el medio, en cuanto a administración soy muy importantes porque depende también de ellas en cómo se ejecute los planes de la empresa, puesto que de eso se encarga las relaciones públicas de buscar la mejor manera para que se ponga en ejecución ya sea un plan o el manejo de una imagen, es decir ellas codifican y decodifican un mensaje para dar a conocer a sus públicos.

Las Relaciones Públicas desempeñan un papel esencial en la estrategia de comunicación que va dirigida a los públicos y constituye una herramienta fundamental de relación entre organización y públicos.



Además mantienen y dirigen pautas de acción ante situaciones de crisis dentro de la institución que afecten su imagen, es decir tiene una actividad intencionada, para influir y conseguir la comprensión de la información, además entre sus papeles está el de ofrecer información a las personas que lo necesitan como son los medios de comunicación, sus clientes y las personas, por ende esto concierne a investigar y analizar la información y sus públicos.

(Wilcox, Ault, Agee, y Cameron 21), «Las Relaciones Públicas se encargan de la función esencial de crear y mejorar las relaciones humanas», esto quiere decir que influye directamente como analizamos nuestro público objetivo al cual nos vamos a dirigir, porque tenemos que crear la información de una manera clara de la que ya se tiene para luego ser visible a los implicados, y en cuanto a relaciones humanas se refiere a la forma como logra las relaciones públicas armonía, ya sea dentro o fuera de la empresa, esto tiene que ver con la comunicación que tenemos con nuestros públicos, ya sea públicos internos que son con los que tratamos de dentro de una empresa, es decir el talento humano que trabaja día a día por mantener unida y solvente a una institución, mediante la mayor expresión de armonía a la que puede llegar el ser humano en la convivencia con sus semejantes.

Dentro del papel de las Relaciones Públicas se puede decir que van de la mano con las relaciones humanas que son las que logran ese ambiente de retroalimentación entre personas y empresas, o viceversa, es lo que da la mayor pauta dentro de una empresa a la hora de hacer negociaciones, ya que se ocupan de llevarse bien con las personas y de crear relaciones satisfactorias. Esta habilidad es importante ya que afecta a todos los medios en los que la persona se desenvuelve.

El papel de la relaciones públicas a demás es crear lazos de amistad y seriedad dentro de la sociedad, porque con esto podríamos prevenir y superar los conflictos individuales y colectivos en todas las áreas de la actividad humana y fomentar las relaciones públicas.



Estos papeles constituyen la base de lo que son y hacen las relaciones públicas, el papel más importante de ellas es comunicar, razón por la cual se derivan de los agentes de prensa y publicistas como se los denominada, porque su afán era el de comunicar de una manera clara y veraz los hechos acaecidos en ese momento, y la razón porque en muchos de los casos en la antigüedad se lo veía mal y hasta en la actualidad se ve de una mala manera a la personas que ejercen acciones a fines a comunicación social, pero con el tiempo todo esto ha ido tomando fuerza e incluso el papel que desempeñan las relaciones públicas.

Como se ha dicho anteriormente se trata de mantener relaciones con las personas que intervienen en el proceso comunicativo con todas las políticas comunicacionales que demanda la sociedad, como hacerlo bien.

1.3 MODELOS DE RELACIONES PÚBLICAS

Las Relaciones Públicas cuentan con 4 modelos para saber cómo se desenvuelve una empresa en el ámbito de las relaciones públicas.

Modelos que ayudaran a saber y escoger la forma adecuada de la práctica de relaciones públicas, y que ayudaran entender mejor cual es la función que deberían realizar las relaciones publicas dentro de una empresa.

(Gruing 52), «inicio un programa de investigación para explicar el comportamiento de las organizaciones en términos de relaciones públicas» como:

- *El modelo de agente de prensa*
- *Modelo de información pública*
- *Modelo asimétrico bidireccional*
- *Modelo Simétrico-bidireccional*

En el **modelo de gente de prensa.-** se trata de un modelo de comunicación bidireccional, de la organización a sus públicos, sin esperar retroalimentación o feedback, y sin una preocupación si el mensaje fue bien entendido acorde al mensaje que se quería dar a conocer, es decir sin



cumplir objetivos claros, mas que el solo hecho de enviar información sin recibir.

Este modelo es aquel en donde la información no es bien formulada y peor aún ben investigada por sus actores, lo que puede ocasionar la ruina de una empresa, ya que no se sabe a ciencia cierta si la información emitida tiene fundamentos o carece de los mismos, además en este modelo se ha escuchado hablar muchos de la prensa corrupta que es la que desempeña las relaciones públicas, ya que no existe el suficiente personal capacitado dentro de una empresa para hacer relaciones públicas, es una de las razones porque no era bien vistas las relaciones públicas porque empezó como agente de prensa y publicista.

Es mas hoy en día las relaciones públicas son percibidas mayoritariamente por la opinión pública desde la perspectiva de los agentes de prensa, s decir que dan a conocer información tergiversada de su entorno y más aun sin la necesidad de llegar de una mejor forma a sus públicos.

Este modelo además se caracteriza por la desinformación y por falta de investigación, no utilizan de manera adecuada los canales de comunicación que se emplean en cualquier circunstancia, no existe además una protección de información debido a que los medios son parte inmediata de la información que acaece a la empresa, pudiendo organizar la información para luego dar a conocer mediante una rueda de prensa, mediante un boletín, y no solamente con aquella comunicación impersonal que carece de información real y veraz.

Remitiéndonos un poco a la historia, este modelo tiene como base a la propaganda científica, aquella que no tenía un control exhaustivo, pero que poco a poco ha ido tomando una transformación en cuanto a la forma de comunicar se refiere.

Modelo de información pública.- este modelo está basado solamente en dar información, es unidireccional porque solamente está dirigido hacia el público, sin una segmentación de los mismos y mucho menos sin una necesidad de feedback, es decir no tiene finalidad persuasiva, solo quiere



informar lo investigado y nada más, porque la información que se da a conocer es investigada pero no de una forma profunda y además carece de sentido de respuesta.

En las Relaciones Públicas con respecto a este modelo se tiene que conocer los valores y aprender los valores de la información en la actualidad, además de elaborar los boletines de prensa dirigidos a los medios de comunicación con la información que ellos necesitan, y trabajar de acuerdo a los principios del periodismo.

En este modelo en la actualidad se confunde mucho ya que el trabajo de los refaccionadores públicos es pensado por el periodismo como algo básico que solo son los que les tienen que dar información nada más, cosas que se demuestra en este modelo.

Modelo Asimétrico-bidireccional.- la asimetría infiere del hecho de que los efectos de las relaciones públicas están desequilibrados a favor de una empresa u organización, esto quiere decir que la empresa no modifica su comportamiento en cuanto a lo que este mal en el ejercicio de relaciones públicas, sino que intenta modificar las conductas del público a conveniencia suya y debido a que la investigación es formativa y evaluativa de actitudes, trata de investigar minuciosamente a sus públicos con el objetivo de persuadir en sus públicos de la forma tal cual quiere el emisor.

Es bidireccional, en cuanto fluye hacia el público y desde el público, es decir de aquí se da el proceso de retroalimentación, en donde la investigación es la que caracteriza a este modelo que tiene como finalidad persuadir científicamente a sus públicos para lograr su objetivo.

Aquí se utilizan mucho las ciencias sociales como la psicología, la publicidad, para estudiar las actitudes y comportamientos de sus públicos, para de esa forma saber qué tipo de información se requiere y cuál es la que va allegar de manera directa y adecuada a las personas, todo con el objetivo de recibir respuesta.



Modelo **Simétrico bidireccional**.- tiene como finalidad el entendimiento mutuo, es decir que las relaciones públicas actúan como mediadores entre las organización y los públicos de su entorno, es decir prima la comunicación de ambas partes, este método es el más considerado para relaciones públicas, puesto que esa comprensión entre las partes son las que nos pueden llevar a mantener buenas relaciones en todos los ámbitos y a encontrar mediante ese feedback la clave para lograr lo requerido, es decir se habla de efectos equilibrados que a diferencia del asimétrico bidireccional se mantenían efectos desequilibrados por su falta de comunicación siendo el factor importante para este ámbito.

La comunicación simétrica bidireccional se traduce en un dialogo que debería llevar a que las empresas u organizaciones modifiquen sus programas para el bienestar de la empresa y lo más importante para llegar a sus públicos.

Este método también utilizan las ciencias sociales para complementar bien la información que se quiera emitir y para los procesos de relaciones públicas, además para hacer muy bien la selección de públicos a los cuales queramos llegar, de acuerdo a gustos, intereses, en fin todo lo que se necesite para concretar una situación y o mantenerse en la misma.

Estos modelos de Relaciones Públicas han ido pasando de ser solo modelos, ya que hace mucho tiempo se los utilizaba el de agente de prensa, que solo desinformaba, el de información pública en donde toda la verdad no era esencial, el de asimétrico bidireccional con doble flujo bidireccional pero con efectos desequilibrados y por último el simétrico bidireccional con efectos equilibrados de doble dirección, entonces cada uno de estos dan paso al análisis de cómo se debe realizar las relaciones públicas y cuáles son las que están ya posicionadas en el mundo de las relaciones públicas como las de entendimiento mutuo, que ya ha evolucionado y en donde muchas empresas se han adaptado a este modelo a fin de que el gobierno regule las sociedades y lo haga sin afectar la estructura de la misma.



1.4 INVESTIGACIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

Las Relaciones públicas para crear, diseñar, manejar, controlar y persuadir necesitan conocer primero que lo que quieren hacer, a raíz de lo que quieren hacer, porque lo quieren hacer y con qué finalidad lo quieren hacer, y para todo esto que comprende un proceso.

Las Relaciones Públicas basan su contenido en la investigación, es buscar todo aquello que necesitan para ejecutar un plan, para elaborar un procedimiento, para escribir acerca de algo, para llegar al público y por su puesto para mantener y crecer la empresa, necesitamos que las relaciones públicas tengan conocimiento de todo el trasfondo que comprende cada una de las situaciones antes mencionadas.

Si bien es cierto la investigación en los inicios de las relaciones públicas no eran muy utilizadas razón por la cual eran mal vistas, debido a que la información que daban a conocer como agentes de prensa o propagandistas no era bajo un estricto proceso de investigación, información que con el pasar del tiempo o incluso de los días se sabía no era cierta, es por ello que la investigación constituye la principal arma o el haz bajo la manga de las relaciones públicas.

La investigación de las Relaciones Públicas vista desde varios ámbitos en cuanto a su catalogación, ha ido modificando en cuanto a la forma de entender y buscar lo que se necesita y a separar lo útil de lo que no lo es, como dice Pavlik (citado por Jefkin 105), «la investigación se ha enfocado inicialmente al objetivo principal, la venta, descuidándose aspectos corporativos no tan evidentes, aunque no menos importantes», en donde la investigación era vista sin importancia alguna con esquemas de procesos con objetivos que no buscaban algo importante dentro y fuera de la empresa, constituyendo un pase de tiempo y una burla al campo y a la inteligencia humana.

La investigación de las relaciones públicas es muy importante indispensable en la práctica de las relaciones públicas ya que como tal ayuda a solucionar problemas al Relacionador Público mediante la investigación, además es el



mejor intermediario entre una empresa y otras y entre sus públicos ya que ayuda a medir el nivel de aceptación de una marca, producto o del fin de una plan, además podemos ver cómo avanza nuestra empresa y que es lo que le falta para que las relaciones públicas propongan a fin de mejorar la imagen externa e interna de la misma.

(Rossy y Freeman 15), consideran que la investigación en Relaciones Públicas es una actividad política y de gestión, un input del que surgen en las decisiones para diseñar y llevar a cabo los problemas.

Esta acepción considera a las relaciones públicas como una actividad política en el ámbito de la información que se requiere para poder persuadir de forma más directa y sin equívocos, además hablamos de gestión porque tenemos que realizar la búsqueda de información valiéndonos de múltiples herramientas de investigación que existen con el objetivo de compilar la mayor cantidad de información posible.

Las Relaciones Públicas eficientes son un proceso y su primer paso es la investigación, ya que mediante su uso integra al proceso la planificación, desarrollo del programa y evaluación, en esencia la investigación es una recopilación controlada, objetiva y sistemática de información con el objetivo de describir y comprender.

En la investigación para realizarla se tiene que pasar por una serie de pasos que son fundamentales para llegar a nuestro objetivo y a nuestra de búsqueda de información, ya sea primero identificando el problema que tenemos que resolver y por el que queremos trabajar, luego buscar mediante los métodos de investigación, como la entrevista, la encuesta, la observación entre otros que nos ayudan a encontrar poco a poco lo que encontramos para nuestro proceso del cual queremos crear o modificar, pero no olvidando que la investigación es también un proceso, por la búsqueda de toda la información que necesitamos

Unas Relaciones públicas exitosas van de la mano de la buena investigación.



CAPITULO 2

RELACIONES PÚBLICAS COMO PROFESIÓN

2.1 EL INDIVIDUO EN LA PRÁCTICA

El hombre como ser racional está inmerso en múltiples acciones que nos trae el mundo de la comunicación, no solo en el ámbito de la cotidianidad sino en el ámbito profesional, y en muchas situaciones ha tenido que conversar y realizar acciones de comunicación con un proceso más arduo y de mayor relevancia, por ejemplo, un individuo en su casa realiza acciones comunicativas y de relaciones públicas en la forma como interviene en las conversaciones o cuando existe alguna discusión, es el individuo quien para esta acción, revocándola y volviéndola en una situación estable y tranquila.

En el ámbito de las Relaciones Públicas tiene que actuar de una forma parecida pero diferente porque requiere de mucha preparación para poder efectuar acciones dentro de una empresa, ya sea en la resolución de problemas, en definir objetivos, en manejar la imagen, etc.

La práctica de las relaciones públicas lo define Bernays (citado por Wilcox 43), como un «arte aplicado a una ciencia en el que el interés público es la principal consideración», dado que las relaciones públicas se preocupan en satisfacer a sus públicos y a las necesidades de una empresa.

El individuo tiene que tener una preparación exhaustiva dentro de la rama de las relaciones públicas, porque muchos la confunden con ser una persona común y corriente como lo dice Martson (citado por Philip 4) «Las Relaciones Públicas son algo más que ser un tipo agradable y fingidamente efusivo», es decir deja ver claramente la preparación que debe tener un Relacionador Público.

En la antigüedad, bueno no hace mucho tiempo las relaciones públicas se veían como una carrera que carecía de fundamentos para su práctica, confundiéndolas con el periodismo, pero incluso en la actualidad existen periodistas que se quieren hacer relacionadores públicos cayendo en el fracaso como profesionales de la rama, debido a la falta de preparación.



Hacer y ser Relacionador Público es una tarea ardua de mayor concentración, dinamismo y entes propicios para poner en pie todo lo aprendido, ya que tiene que realizar muchas acciones como: diagnosticar la identidad, y el estado de comunicaciones de una empresa, clasificar y segmentar sus públicos relevantes y evaluar las percepciones que estos tiene hacia la organización, con esto se dice que es una persona capaz de evaluar, desarrollar acciones específicas de estrategias de comunicación que transmitan mensajes destinados a armonizar y lograr el objetivo de la empresa.

Además el individuo en la práctica de las relaciones públicas tiene que según Lesly (citado por Dan Latimore 207), «utilizar la investigación es decir la recogida científica de hechos para definir su problema», esa es una de las cosas que debe saber hacer bien y desempeñarse un individuo en materia de práctica, ya que se pueden saber todos los pasos para la investigación, pero en la práctica es muy diferentes, teniendo en cuenta que la práctica real de las relaciones públicas está en el hecho de saber investigar, y saber dónde y cómo buscar fuentes y saber cómo utilizarlas.

Además la persona que ejerza la profesión de relaciones públicas tiene que estar consciente de lo que enmarca esta carrera, ya que de la teoría a la práctica hay un paso pero que hay que saberlo dar muy bien, y tratando de no equivocarse, es así como poco a poco se va a lograr ir ganando una reputación confiable del ejercicio de las relaciones públicas.

Las relaciones públicas es una profesión que si bien es cierto en la práctica puede causar un desdoblamiento de la personalidad, esto quiere decir que muchos individuos al ejercer la profesión intentan cambiar su personalidad a fin de que puedan desenvolverse dentro de la misma, y después no se hallan como personas que tienen una esencia dispersa no definida, es por esta razón que en la práctica, cada una de las personas tienen que tener su personalidad bien definida y saber que tienen madera para poder estar en un entorno de relaciones públicas.



Las situaciones que se presentan en la práctica requieren de mucha paciencia, dedicación y esfuerzo, porque el camino hacia el éxito no es fácil y la realidad es una y la ficción es otra, por esa razón la persona tiene que estar bien preparado para afrontar las múltiples situaciones que se presenten y nunca olvidar su procedencia, todo esto contribuirá para crecer en el ámbito, además tiene que continuar preparándose para seguir avanzando, ya que no hay peor camino que el que no se puede recorrer o no se tienen la valentía.

Relaciones Públicas en la práctica es estudio, esfuerzo y ganas.

2.2 ROLES PROFESIONALES

Se identifican dos roles dominantes dentro del ámbito de las relaciones públicas según (Broom y Smith 85) «el de Técnico de comunicación y el de Director de comunicación».

Técnico de Comunicación, como su nombre lo indica, son aquellos roles que se encargan de la redacción de mensajes, por ejemplo en el caso de emitir una información, son los que utilizan el mensaje adecuado para llegar a los medios de comunicación, son los que elaboran los boletines de prensa, además son aquellos que están pendientes de reforzar con información en la página web de una empresa.

Además se refiere a la elaboración del dossier, y al recorte de periódicos o hemeroteca en donde hace un seguimiento de la información que ha sido enviada o difundida en los medios y que ha sido publicada, el técnico trabaja en cosas no tan objetivas en canto al manejo de información.

Director de Comunicación, es la persona que está inmiscuida notablemente dentro de procesos de la empresa, en la elaboración e interpretación de los mismos, es una pieza fundamental y de poder ya que puede generar la información aceptando o desechando, es el rol que trabaja más directamente con el presidente o líder de la organización o empresa, además la aptitud para elaborar estrategias, planes de comunicación, ver los objetivos que persigue o debe perseguir dicha entidad.



El director de comunicación influye en las decisiones que toma la empresa a la hora de tener que elegir y definir bien sus públicos, es la persona que se preocupa de todo lo que sucede a su alrededor de una manera vivaz y tratando de saber todo lo que sucede a su alrededor, además realiza y organiza las reuniones en donde es un participante de entre jefes y o accionistas, es poder ser un director, pero siempre y cuando tomándolo con calma debido a que hay que tener en cuenta toda la información que se va a manejar y sobre todo muy valiosa, por no decirlo que en algunos casos es información por no decirlo confidencial.

Existen muchos roles que desempeña las relaciones públicas, tiene un campo extenso, ya que también puede ser facilitador de comunicación, es decir ejercen funciones de enlace, interprete y mediador entre la organización y sus públicos. (Cutlip Et Al. 44), «mantienen la comunicación bidireccional y facilitan el intercambio, eliminando las barreras en las relaciones y manteniendo los canales de comunicación abiertos», este subrol mantiene la organización y sus públicos en armonía comunicacional, ya que los mantiene informados a fin de que puedan tomar decisiones de interés mutuo.

Además existen otros roles que los puede realizar, y en especializaciones concretas como el caso del facilitador, todos estos roles son los más destacados dentro de las relaciones públicas.

En la actualidad se ha observado un Relacionador Público más como un técnico de comunicación que como director, pero con el pasar del tiempo está posicionándose en otros roles.

2.3 LAS RELACIONES PÚBLICAS Y EL DESARROLLO DE LA PROFESION

Las relaciones públicas es la forma particular en que una persona o empresa trata con las demás y depende como se haga ese trato no solo entre empresas, personas, sino también de la información, entonces va desarrollándose el proceso de la profesión.



Muchas personas piensan que hacer relaciones públicas solo está en la forma como se visten, caminan y hablan, o incluso la cantidad de dinero que tienen en sus chequeras, cuando eso es un complemento en la persona que compagine con la belleza del cerebro, que eso no es suficiente y lo que en realidad debe brillar en una persona es su inteligencia y capacidades.

El desarrollo de la profesión empieza desde el momento que una persona va a presentar su carpeta, en la forma como ingresa a la institución a dejar su curriculum, desde ese momento empieza la labor de las relaciones públicas dentro de una empresa, además en ciertos espacios de opinión pública interviene las relaciones públicas como desarrollo de información y en la forma de persuadir a sus públicos.

La clave para un buen desarrollo está en saber comunicar, dependemos mucho de la comunicación en sí, porque mediante ella es como llegamos a las personas u organizaciones, constituye un medio muy importante, ya que si lo hacemos bien, llegaremos con nuestro objetivo alcanzándolo.

(Gruing 52), «Un verdadero profesional posee tanto un cuerpo de conocimiento como una experiencia técnica», con esto Gruing dice que una profesión implica un entrenamiento especializado y extensivo, en teoría, es decir en la formación profesional desde las áreas de estudio, un elevado nivel ético y una posición científica, un Relacionador Público tiene que formarse bien académicamente, ya que tiene que saber todo lo proveniente de las relaciones públicas que es lo que va a realizar.

Como experiencia técnica es decir tiene que conocer y tener habilidades para la redacción, escritura, manejo de tecnologías y eso se lo va aprendiendo desde los inicios de la vida estudiantil de una persona, incluso mediante la curiosidad se aprende y mediante la experiencia previa mediante prácticas profesionales que son algunos de los requisitos que exige la universidad.

Todo esto lleva hacia el desarrollo de la profesión, pero puede ser vista para la persona de diferentes formas, ya sea para unos, será vista como cualidades, pensando que lo va a poder ejercer bien, mientras que para



otros, buscaran información para adentrarse en el campo de las relaciones públicas mediante el estudio y la investigación previa.

Un buen camino para llegar al éxito es hacerlo de la manera correcta, esto puede ser tomando ejemplos de la vida cotidiana que le servirán de mucho para establecer todo tipo de trabajos que le ponga el medio.

Ejemplo: en el vivir diario, cuando queremos hacer un trabajo sobre historia por ejemplo y la empezamos a contar supuestamente en orden cronológico a fin de impresionar a la persona, así se esté hablando piedras, con la seguridad que le pongamos vamos a dar a entender que está perfecto y correcto lo que decimos, pero no abusemos de esto ya que siempre hay personas que van a estar pendientes de lo que hacemos, pudiendo una equivocación ser dada a conocer al resto de personas, quedando en mal con nuestros dotes de saber historia.

Por este y otros muchos ejemplos, es mejor estar preparado para realizar acciones de relaciones públicas, ya que cuando trabajemos en una empresa y nos pidan que realicemos un plan de comunicación y fallemos entonces entorpeceríamos el trabajo de los demás y afectaría nuestra reputación que está iniciando.

El ejercicio de las relaciones públicas se fundamenta en la filosofía, técnica y arte para obtener las verdades y evaluarlas respecto al fin propuesto, además se fundamenta en los medios de comunicación para codificar y decodificar los mensajes.

(Pimlot 243), describió al profesional como algo esencial para la democracia de *Las Relaciones Públicas son uno de los métodos por los cuales la sociedad se ajusta a las circunstancias cambiantes y soluciona los choques entre actitudes, ideas, instituciones y personalidades en conflicto.*

Las relaciones públicas constituyen un mediador entre situaciones difíciles y fáciles también, porque tiene que saber cómo actuar y como aplacar información que perjudique a la empresa en la cual estemos trabajando, o



incluso también para reforzarla ante alguna situación fuerte que genere conflictos, para eso también debe estar preparado, porque tiene que emitir comunicados de manera rápida y eficaz y sobre todo la información que se emita tiene que ser comprendida por las personas-públicos a quien se dirija.

En cuestiones de política, democracia, es en donde más se ve el desarrollo de las relaciones públicas, ya que existen constantes disputas por públicos que no están de acuerdo o por políticos que en algunos de los casos tratan de copiar los discursos de sus opositores, todo esto porque carecen de recursos para poder llegar a la gente, es ahí cuando actúan las relaciones públicas, en como sirven de mediador y manejo de información e imagen de la situación, en estos casos.

Este ejemplo se lo puso porque son los más comunes dentro del medio y en donde más se juzga el actuar del Relacionador Público, por la imagen que proyecta el mismo. Hablar de política es muy extenso pero con pautas pequeñas como se ha dicho en las líneas anteriores, es donde se muestra el desarrollo ejecutado de la profesión.

2.3.1 PERFIL PROFESIONAL DEL RELACIONES PÚBLICAS

El perfil profesional del Relaciones públicas exige una serie de virtudes y cualidades que debe tener el profesional o la persona que desea hacer relaciones públicas.

Hay que tener en cuenta que la personalidad de cada individuo siempre es distinta a la de cualquier otro. No todas las relaciones públicas poseen la misma personalidad aún cuando existan muchos factores que los hagan parecer comunes.

Los relacionadores públicos nacen con algunas virtudes, con ciertas inclinaciones y condiciones, pero solo a través de la práctica y estudio de las técnicas de la profesión van adquiriendo lo que se necesita para ponerla en práctica, aparte de lo que ya posee.

La persona que inicia su actividad como relaciones públicas, puede crecer en diversos ámbitos para los cuales necesita de atributos, pero también de



habilidades básicas que permitan confrontar cualquier situación y lograr el éxito.

Entre las cualidades que podemos decir según la (escuela de marketing y publicidad. 30) se ve a las Relaciones Públicas en trato con el ser humano con cualidades como: «Humanizar cuanto nos rodea, ser justos y comedidos, humilde y abnegado, comprensión en general, objetividad para ambas partes, entrega total y desinteresada, vocación, inteligencia, espíritu analítico, decisión, tenacidad, sentido de organización, capacidad creadora y practica y sentido de oportunidad»

Todas estas cualidades innatas del ser humano a desempeñarse como Relacionador Público son muy significativas porque ayudan mucho a ir formando el perfil de los relacionadores públicos,

Además un Relacionador público tiene que comprometerse con la empresa en la cual va a trabajar, es decir, tiene que casarse con la empresa, cuidar sus intereses, velar por su desarrollo y estabilidad, preocuparse constantemente por como esta cada día, mediante la evaluación, es como en un matrimonio, en donde las partes cuidan de si para mantenerse y vivir en armonía.

Definir un perfil de relaciones públicas es un tanto difícil porque más allá de cualidades se pueden tener atributos y valores con los que tal vez no contaba que tenga un jefe de una empresa y que sorprenda al mismo, por esa razón se encuentran ciertos atributos aparte de las cualidades que tiene y/o debe tener el profesional.

Entre otras cualidades y atributos debe tener:

Capacidad crítica de adoptar rápidas decisiones, la madurez y estabilidad emocional, tacto acometividad, laboriosidad, voz bien modulada, entusiasmo, facilidad para redactar, recursos, hábitos, cortesía, buena memoria y mucha paciencia. Niedlander, Miller.28.

Además de facilidad de palabra tiene que saber cómo persuadir a sus públicos y jefes con el lenguaje adecuado, una capacidad analítica, para



poder identificar y definir los problemas, debe tener creatividad para poder encontrar soluciones nuevas y efectivas a lo problemas, un instinto de persuasión y saber si llegara de la forma como se planteó el mensaje a sus públicos.

Entre las características esenciales que debe poseer, se puede decir que debe tener una capacidad de redacción, una experiencia para resolución de problemas, experiencia en la planificación, y por supuesto no puede faltar que tenga capacidad investigativa que es la herramienta que le permitirá llegar a sus públicos, mediante el estudio de los mismos.

En otras palabras el responsable del puesto tiene que desempeñarse en varios ámbitos para lo cual la rama de las relaciones públicas exige una personalidad bien definida acorde al perfil del relaciones públicas ya que además tiene a su cargo invitar y atender a representantes de los medios de comunicación, organizar y dirigir actividades sociales y culturales, actos académicos y cualquier detalle del protocolo que la empresa necesite.

El profesional de las Relaciones Públicas es la persona física o jurídica que ofrece sus servicios a cambio de una contraprestación económica o que está integrado como trabajador en la organización, para satisfacer los objetivos de relaciones públicas de la persona física o jurídica que lo ha contratado Cutlip. 2000. 146.

Esta cita nos da una visión de lo que conlleva ser un Relacionador Público y cuál es su trabajo del ámbito, todo esto lográndolo con una personalidad bien definida y trabajada en sus falencias.

2.3.2 PRÁCTICA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

Las Relaciones Públicas constituyen un saber nacido de la práctica y para la práctica. De este modo podemos establecer los principios fundamentales que pasan, por las relaciones públicas como una ciencia cultural, valorativa y finalista.

La práctica de las Relaciones Públicas consiste en el arte y la ciencia social de analizar tendencias, o predecir sus consecuencias, asesorar



a los líderes de las organizaciones y aplicar programas planificados de acción que sirven tanto a la organización como al público. Dennis L. Wilcox. 5.

En este apartado las relaciones públicas en su práctica mantienen como lo hemos dicho anteriormente que la labor que encamina a su ejecución es muy trascendental, por el sinnúmero de acciones que se desarrollan dentro de un departamento de relaciones públicas.

Las relaciones públicas en su práctica buscan primero un objetivo que desea alcanzar la empresa y él mismo como promotor, buscando la forma como llegar a su cometido,

Los programas de acción que deben realizar las relaciones públicas son mediante la investigación, uso de fuentes y posibles hipótesis a cumplir, solo mediante un buen plan de comunicación, hecho y ejecutado tal cual dice el mismo y en un plazo establecido que demuestra la efectividad. Es muy importante no olvidarnos del papel clave que desempeñan los relacionadores públicos, ya que en muchos de los casos de ellos depende que una empresa surja o se dé a la quiebra.

La práctica de las relaciones públicas requiere del proceso de desempeñar varias funciones como está la de programar y analizar los problemas y posibilidades de solución, además de definir los públicos a los que se va a dirigir mediante una segmentación de los mismos, ya que no se puede equivocar de públicos, porque esto traería como consecuencia que nuestros objetivos no se cumplan. Además dificultarían las metas que queremos alcanzar.

Las relaciones públicas sirven para crear prestigio para un individuo o un grupo, para promocionar los productos, incluso para ganar elecciones o explicar una ley impopular. Casi todos los empleados que trabajan en el campo de las relaciones públicas pertenecen a la plantilla de trabajadores de una empresa o de una institución, aunque existen empresas de relaciones públicas especializadas.



CAPITULO 3

LABERINTO RELACIONES PÚBLICAS

Este capítulo esta basado en la investigación científica, mediante un método de observación y entrevistas utilizadas previamente para el desarrollo del mismo, para lo cual se lo realizó en la Asociación de Municipalidades del Azuay AMA, con su Relacionador Pública, la Lcda. Ximena Cordero, en la Prefectura del Azuay mediante testimonios de la Lcda. María Elena Caldas quien es actual Relacionador Pública de la Institución y en la Secretaría Nacional de Comunicación SENACOM con su representante de comunicación en el Austro, la Lcda. Lorena Arévalo.

Partiremos diciendo que el laberinto de las relaciones públicas hace referencia a la cantidad de situaciones vistas y no vistas en la manera de cómo desarrollar y/o ejercer la rama de las relaciones públicas ya en un ámbito diferente al de la teoría y técnicas de estudio utilizadas anteriormente.

Dentro del ejercicio profesional, en la práctica siempre se presenta un sinnúmero de retos para el profesional de las Relaciones Públicas y muchas veces estos retos no se los puede realizar, dejando el trabajo porque el profesional se siente incapaz de realizarlo, y muchas de las veces se escuchan términos nuevos nunca antes estudiados dentro de la carrera, parte de ello se pone en evidencia que es lo que sucede cuando las personas al graduarse, no pueden ejercer su carrera, y adoptan un miedo por la especialidad, que en muchos casos abandonan, dedicándose a otro tipo de actividades fuera de la rama.

Este laberinto es muy complicado de resolver sin investigación, pero este no es el caso porque se ha buscado, mediante todo tipo de herramientas, el como solucionarlo, y por razón de estas poder descubrir soluciones y cual es el motivo esencial de dicha preocupación y falta de ejercicio en lo profesional.



Las relaciones públicas y el Relacionador público se encuentran en un laberinto de información adquirida y por adquirir a través de la experiencia, lo que ocasiona en muchos de los casos deficiencias a la hora de hacer relaciones públicas propiamente dichas.

3.1 LAS RELACIONES PÚBLICAS EN SU ENTORNO.

Las Relaciones Públicas en el ejercicio de la profesión como carrera, ha ido evolucionando con el pasar del tiempo, pasando de ser visto como un agente de prensa, publicista o propagandista a lo que deberá ser. Todo esto debido a que las relaciones públicas eran vistas de diferente manera, menos como lo que son realmente, además por esa razón se la criticaba mucho y no se le daba la importancia debida, al mismo tiempo por la forma en como se la ejercía tomaba aspectos negativos desde sus inicios, con el fin de crear un desprestigio a las relaciones públicas, pero a partir de pensadores y filósofos han ido desarrollando los conceptos y la esencia que se le daba a las relaciones públicas.

Todo esto ha venido avanzando, y es ahora por la misma práctica de algunos relacionadores públicos que se encuentran ejerciendo la profesión es que va cambiando esta forma de ver a las relaciones públicas, ya que las funciones que realizan son diferentes y/o complementarias a lo que han dicho mucho de los pensadores en torno a este tema.

Como comenta la Lcda. Ximena Cordero ahora las relaciones públicas ya no cumplen la función típica de recortar periódicos, revisar noticias, hacer boletines de prensa, organizar ruedas de prensa y emitir sus invitaciones, ahora la situación ha cambiado porque se maneja mayor cantidad de información y forma parte de la comitiva dentro de una empresa como departamento, todo esto con el fin de ayudar a la empresa donde se labora a salir y desenvolverse de una manera adecuada en el medio.

Hay que tomar en cuenta que no en todas las empresas tanto públicas como privadas se las ejerce bien las relaciones públicas, unos la toman como algo básico dentro de la comunicación, pero sin darle la importancia debida, es decir es a la última persona que recurren a la hora de suscitarse un



problema dentro de la misma, además no entienden lo que es las Relaciones Públicas, y menos sin sujetarse a ningún tipo de normas y reglas éticas dentro de la profesión.

Asimismo las relaciones públicas como dice la Lcda. Lorena Arévalo es un medio para crecer uno como persona, ya que según como se trabaje y se ejerzan las relaciones públicas, le permite a la persona a que se pueda abrir hacia otros ámbitos dentro de la comunicación y relaciones públicas como en temas relacionados a administración, comunicación organizacional e incluso en temas de responsabilidad social que es en donde tienen las relaciones públicas un papel muy importante para con la sociedad,

Las Relaciones Públicas son la base para que una empresa salga a flote en cuanto al manejo de la reputación, en la forma como se emiten cada una de las pautas de investigación y ejecución de planes de desarrollo dentro de una empresa, además de la proyección de una buena imagen corporativa de la misma, es lo que hace que una compañía se de a conocer y también como se maneje dicha imagen, ya que la Lcda. Lorena Arévalo dice que en ocasiones es difícil manejar una imagen de una empresa en el caso en que su reputación este casi acabada, es ahí en donde viene el verdadero reto de las relaciones públicas en como va a lograr, mediante que mecanismos para que su empresa cambie la imagen y se de a conocer van a servir de ayuda para lograr sus objetivos, y que como relaciones públicas es importante saber hacerlo y hacerlo bien.

Hablar de relaciones públicas es hablar de éxito para una empresa, el tener un departamento de relaciones públicas con personal capacitado en la rama, solo puede decir una cosa dentro de la asociación y es que se preocupa por la imagen y por la forma de querer hacer las cosas, ya que estas son primordiales en todo lo que tiene que ver con la relación de los públicos con los que se manejan tanto dentro y fuera de la empresa, ya sean los públicos internos que son con quienes trabajan dentro de la misma, es decir todo el talento humano que se ocupa y se esfuerza para que una institución, empresa, organización y personas, salgan adelante y se den a conocer pero



de una buena forma, de una forma solo como un Relacionador público lo puede hacer.

Además las Relaciones Públicas trabajan con el público externo, que son a quienes esta dirigido nuestro producto o servicio, y para quienes proyectamos una imagen, ya que solo de ellos depende que los resultados esperados por la institución se cumplan, y de esta forma se criticará el desempeño de la empresa y el éxito alcanzado.

Relaciones Públicas en el entorno según la Lcda. María Elena Caldas es organización, es planificación para que la empresa trabaje, es decir son las metas, objetivos, estrategias que la empresa necesita para sobresalir de entre el resto, es decir de entre la competencia y en el medio en general.

Las relaciones públicas son como su nombre lo dice, las relaciones que maneja una empresa con el exterior, es decir mantener una comunicación entre todos y cada uno de los públicos con los que trata la misma, además de realizar acciones que ayuden para la ejecución de nuestros propósitos, y para poder cumplirlos tiene que ver con las relaciones públicas, además porque depende de esta especialidad en que se pueda llegar a las personas, en la forma como persuadimos dependerá de nuestro futuro como profesionales.

Es increíble como las relaciones públicas son importantes dentro del medio, ya que ayudan a levantar incluso una empresa que esta en la ruina, esto como parte de las relaciones públicas, además mediante ellas se contribuye para su protección en todos los aspectos, ya sea ambientales y en lo social, es decir creando responsabilidad social dentro de la empresa y para la sociedad.

Las relaciones públicas se puede decir que son el arma mediante el cual se desarrollan todo tipo de ámbitos y que combate los problemas dentro de una institución con soluciones, métodos y con la fórmula adecuada de comunicación para solucionarlo.



En el medio que nos rodea se la ve a las relaciones públicas de diferentes formas, unos la ven como un medio para llegar y vender un servicio y/o producto, otros como una función directiva dentro de la organización, otros como el manejo de la imagen corporativa, eso es parte de lo que son las relaciones públicas.

3.2 RELACIONADOR PÚBLICO EN EL ENTORNO.

Hablar de Relaciones Públicas no es lo mismo que hablar de la persona que lo va a ejercer, porque si bien es cierto las Relaciones Públicas son públicas, en este caso el Relacionador público tiene que ser público pero reservado, es decir tiene que tener cuidado con la información que va a ser puesta en sus manos y tiene que seguir una serie de reglas para proteger dicha información, ya que en muchos de los casos existe información solo de la empresa, es decir solo de el público que labora allí y que no debe ser difundida, aquí viene el viejo refrán que dice “los trapos sucios se lavan en casa”, con esto decimos que no debe ser difundida una información personal, para lo cual el Relacionador público deberá tener mucho cuidado con la información que maneje y como la divulgue.

La Lcda. Ximena Cordero comenta muchas anécdotas del medio de la profesión en las que no se maneja a veces de la manera correcta la información, y que en ocasiones perjudica a la misma, cuenta también que cuando uno tiene un proyecto y que aún no esta aprobado y mucho menos en ejecución y se lo comenta a un medio de comunicación por mas amigo que este sea, lo va a publicar porque es parte de su trabajo, comprometiendo a la empresa a que lo comente y el no tener nada que informar ocasionaría una crisis en la empresa u organización, ya que no se ha sabido manejar un rumor o una idea vaga.

Por otro lado la Lcda. Arévalo comenta que en el transcurso de su carrera en el ejercicio de relaciones públicas se van encontrando cada vez mas obstáculos que hacen que el Relacionador público no sepa como actuar, como por ejemplo, en una situación de crisis la persona que debe tener la iniciativa para empezar a resolver esos problemas es el Relacionador



público quien debe tener ya una estrategia en casos de crisis que la empresa pueda verse inmersa, pero al no contar con esto y no saber que hacer, esta lanzando dos cosas al vacío al mismo tiempo como su carrera y prestigio como profesional y esta dejando caer al vacío sin esperanza a una empresa, ya que el problema se va a grabando al no realizar ninguna acción de resolución de problemas.

Existen muchas situaciones vistas anteriormente por relacionadores públicos en donde o se ha visto la profesión netamente dicha como lo son las relaciones públicas, ya que no saben como manejar la información, no saben como tratar a las personas, y mucho menos hacer relaciones públicas.

El Relacionador público para ejercer dicha profesión debe tener un perfil adecuado como el que vimos en el capítulo anterior, pero bien trabajado y estudiado, porque de nada sirve saber como se debe ser y ni saberlo ejecutarlo a la perfección o al menos de la mejor forma.

La Lcda. María Elena de la prefectura del Azuay, comenta que ha sufrido muchos cambios en su vida al ejercer la relaciones públicas, porque muchas veces se presentan situaciones difíciles para la empresa y a veces no sabe como solucionarlas, al menos al iniciar una vida profesional en la práctica, y es allí en donde uno recién va aprendiendo como es la verdadera realidad, muy distinta a la que se pinta en las aulas de estudio.

Las situaciones que se presentan al iniciar el ejercicio de la profesión van enseñando como se debe actuar ante esta situaciones, por ejemplo como dice María Elena Caldas ella, aprendió a tener paciencia, ya que no es fácil trabajar con jefes que tienen un temperamento fuerte y lo que mas debe saber es ser paciente y aceptar críticas que ayudaran a desenvolverse mejor en su trabajo y depende como uno lo haga, ganará confianza de su superior con el que va a trabajar directamente o simplemente dejarse apoderar por el miedo que este le causa con respecto a la falta de profesionalismo y abandonar la misión para la cual ha estudiado años de vida en la universidad.



El Relacionador público debe tener muchas capacidades que le permitirán estar o conseguir puestos de trabajo y valerse de destrezas innatas y aquellas que se van adquiriendo con el pasar del tiempo para poder hacer un buen trabajo. El Relacionador público en el entorno según Ximena Cordero de AMA, debe tener un carisma único capaz de permitirle llegar a todo tipo de personas al momento de comunicar, ya que recordemos que no es lo mismo venderle una idea de prevención a un adolescente que a un mayor, entonces debe tener muy en cuenta este aspecto, claro no olvidarse de la parte de los conocimientos, que uno debe seguir aprendiendo fuera de la universidad, es mas todo tipo de acciones de la vida nos dan conocimientos que nos ayudan y lo que practicamos en la vida diaria, en el mismo trabajo, pero que también hace falta fomentar el aprendizaje en cuantos a temas de actualidad que tienen que ver con las relaciones públicas como el manejo de internet, una herramienta que es indispensable como medio para dar a conocer nuestra empresa.

Por otro lado cabe destacar lo importante que es, que el profesional de las relaciones públicas tenga capacidad de investigar, como lo dice la Lcda. Lorena Arévalo de la SENACOM, en donde explica que mediante la investigación y monitoreo es posible mantener un control de la empresa y al mismo tiempo esto permite predecir las consecuencias que puede acarrear un problema, por ejemplo, si una empresa recibe quejas de sus clientes, haciéndoles notar que los servicios que esta brinda están fallando, entonces mediante la investigación podemos detectar dicha situación con una solución inmediata. Es decir la investigación es muy importante en el manejo de crisis de una empresa, además ayuda a revalidar o posicionar una imagen a pesar de todo lo acaecido.

Como parte del Relacionador público esta el saber llevar una imagen y cuidarla, ya que también influye en la forma como ven a la persona, y a la empresa.

Las profesionales entrevistadas coinciden en que es difícil llegar a un trabajo con falta de conocimientos o pasar de ser la nueva profesional y tener miedo de lo que le depara el medio, debido a que falta de conocimientos dentro de Maritza Calle A.



las aulas de estudio, ya que es difícil e imposible no tener un poco de miedo a la hora de ejercerlo cuando se encuentra con la realidad muy distinta como ya se ha dicho anteriormente, pero al mismo tiempo coinciden que las relaciones públicas y ser un Relacionador público es una de las más apasionantes carrera a seguir y que es de valientes posicionarse y mantenerse en el medio.

BALANCE DE LO APRENDIDO ENTRE LA TEORIA Y LA PRÁCTICA PROFESIONAL DEL CAMPO DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

La teoría de las Relaciones públicas nos da una visión de todo lo que acarrea las Relaciones Públicas, como veíamos en los capítulos anteriores en donde se decía que las relaciones públicas son parte de una función directiva de una empresa y que constituyen la resolución de problemas cíclicos y continuos como mencionaba Xifra en su apartado, es decir que las Relaciones públicas en la actualidad se ha convertido en pieza clave de una empresa para lograr el desarrollo deseado y alcanzar las metas de la misma, para ello también hemos partido desde sus inicios en como apareció este concepto de relaciones públicas y como se derivo de otras profesiones para poder llegar a ser una especialidad, además en como debe ser una persona que la ejerza, teniendo muy en cuenta que no cualquier persona lo puede hacer, sino que debe pasar por un proceso de aprendizaje y manejo de sus cualidades y sobre todo control de las mismas.

Hemos podido también observar y estudiar detenidamente como las relaciones públicas en su proceso de formación como carrera y como perfil para la persona que la practique ha ido tomando posición sobre otras especialidades y abarcando muchas otras en calidad de comunicación, además en como existen modelos que dan fe de lo que es en la actualidad esta rama.

En cuanto a las Relaciones Públicas como profesión es importante, saber como captar el interés de nuestros públicos, que herramientas son las más adecuadas para llegar a ellos y como es de importante la investigación en todo lo que se refiere a la profesión.



En este balance de conocimientos hemos visto que existen muchos factores que impiden que las personas profesionales se puedan desenvolver en el medio ya sea como profesionales propiamente dichos o como apasionados de las relaciones públicas, existe si una diferencia entre estas dos, ya que el primero es mediante un proceso de aprendizaje y el segundo es alguien que piensa que sabe que son y como las va a desarrollar, cayendo este ultimo en errores muy frecuentes por no saberlo hacer.

Estas personas - aficionados, son las mismas que hacen que las relaciones públicas hayan sido vistas desde hace mucho tiempo como una profesión negativa ya que el no saber como ejecutar desde un plan de comunicación, el como tratar a las personas, es lo que hace que se vean afectadas las relaciones públicas.

Parte de toda esta situación es la formación en que algunos ámbitos de las relaciones públicas, la falta de preparación es evidente, por ejemplo existen profesionales que no saben como redactar desde un boletín informativo, además no saben como actuar ante determinadas situaciones, aparte de todo ello lo mas grave es no saber para que están dentro de una empresa y cual es su misión como profesionales al momento de ser contratados.

Las Relacionadoras Públicas consultadas comentaban que cuando empezaron se encontraron con un mundo distinto al que aparentemente pensaban y que la formación en cuanto a lo teórico les ayudaba si, pero en el transcurso del ejercicio profesional y que poco a poco se han ido adaptando a lo que tiene que ver con la empresa y en como ejercerlo, esto debido a que existen nuevas situaciones, y la modernización que influye en la practica de las relaciones públicas tales como el manejo de crisis, la elaboración de planes, las relaciones públicas 2.0, que no existían en la antigüedad y que están evolucionando, por esta razón es que hace falta preparación en cuanto a los nuevos retos que existen en el entorno como parte del medio.

La información esta allí, la profesión también y los lugares de trabajo también, esperando a que existan profesionales que trabajen por el



bienestar de cada uno de ellos y es necesario aprender, buscar, investigar y apasionarse por la carrera ya que si no se tiene el gusto, no se lo va a poder ejercer de la mejor forma y mucho menos se va a poder darse a conocer en la rama.

Muchos profesionales estudian, terminan la carrera y al momento de ejercerlas se encuentran en un laberinto de muchas preguntas, con respuestas ya dadas y otros con incógnitas pero con la búsqueda de información y el ejercicio se podría resolver.

La teoría es muy importante pero aún mas la práctica profesional para poderla ejercer ya en el ámbito propiamente dicho de las relaciones públicas y este balance se ha podido visualizar que la teoría es un complemento para práctica para poder ejercer de manera eficaz las relaciones públicas.



CONCLUSIONES

Las Relaciones Públicas son una rama muy importante dentro de la comunicación que debe ser vista como es, como una carrera que tiene inmerso en ella un sinnúmero de responsabilidades, situaciones, pautas del ejercicio profesional, además tiene que ser vista como una carrera de la cual dependerá el futuro de una empresa u organización en donde se ejerza.

Dentro de las Relaciones Públicas encontramos en su nombre muchas situaciones que vienen desde que nacemos, en nuestro vivir diario, en como nos comunicamos con nuestros seres que nos rodean, en la forma como persuadimos para lograr algo, desde como pedir o lograr que se nos compre algo, pudiendo ser desde un helado hasta un carro, una casa, etc., todo esto ya nos indica que son las relaciones, y es todo la forma como nos comunicamos, todo esto influye y tiene mucho que ver a la hora de ejercer algo tan serio como el manejo de una empresa, el como basamos a lograr que se venda un producto , una idea, un proyecto, todo esto pasa viene de un proceso que lo vamos a preñando al iniciar el estudio.

En el ámbito profesional de las relaciones públicas la realidad para muchos es otra e incluso se ha podido observar la falta de profesionalismo incluso de buenos estudiantes graduados de la especialidad y esto se debe a que pierden el interés al momento de coger su papel o diploma de la universidad y de fomentar en ellos la investigación.

El camino es difícil pero no imposible, tenemos la teoría como la base para poder hacer las relaciones públicas pero hay que tener en cuenta que los tiempos ya no son los mismos y que hace falta mayor información actualizada de cómo va evolucionando la especialidad y solo esta en la manos de los profesionales el como resolver ese dilema que hasta hace que pierdan la cabeza y abandonen la carrera que tanto trabajo les costo.



RECOMENDACIONES

A partir de este proceso de investigación se ha podido observar que hace mucha falta de información dentro del aprendizaje que se adopta en la universidad, debido a que hace falta muchos conceptos que servirían de mucho dentro de la malla curricular y que se los debe dar a profundidad, además en que la universidad se debe estar actualizando constantemente en los conocimientos que se les da a los estudiantes.

Por ejemplo en este curso de graduación hemos aprendido cosas nuevas, nuevas en el sentido que nunca ni siquiera las habíamos escuchado dentro del proceso de aprendizaje de la Universidad, tales como el caso de Relaciones Públicas dentro de la empresa en su ejercicio en cuanto al manejo de situaciones difíciles, además de cómo elaborar planes de comunicación completos, mediante la investigación y la creatividad.

Además del uso de herramientas acordes y afines a la tecnología, las Tics en su evolución, temas como es estudio del público objetivo, segmentación de públicos, y relaciones públicas 2.0 desde como manejar una empresa en el internet, además en como las relaciones públicas son parte de la responsabilidad social de una empresa.

Este tipo de temas son los que hacen falta dentro de la formación académica y que servirían de mucho para que los futuros profesionales no sufran cambios bruscos en su intelecto, al verse perdidos ante situaciones así.

Es todo en cuanto puedo informar con respecto a este estudio realizado mediante la investigación, la observación y métodos como la entrevista que han ayudado de mucho para poder realizar dicho material investigativo.



BIBLIOGRAFÍA

- Barquero Cabrero, José Daniel. *Manual de relaciones públicas*. Ed. Escuela empresarial de Relaciones Públicas ESERP. 2da ed. Barcelona: Gestión 2000. 1999. 209. Publicación.
- Cutlip, SM, Center, AH y Broom, GM. *Relaciones Públicas Efectivas*. 6ª edición. Ed. Englewood Cliffs Prentice-Hall. Madrid. 1963. 44. Publicación.
- Dan Lattimore, Otis Basking, Suzete. Heman y Elizabeth I. Tath. *Relaciones Públicas. Profesión y práctica*. 2ª edición, Traducido al ingles de la obra Public Relations. Impreso en México.
- Etang Jaquie L. *Libro de las Relaciones publicas concepto, práctica y critica*. Ed. Whashington Dante Illescas. Barcelona. UOC. 2009. 241. Publicacion.
- Gruing James, *Relaciones Públicas*, some consistent types of employee publics. Ed. Jordi Xifra. España. Gestión 2000. 1975. 52. 70. Publicación.
- Gruing James, *Relaciones Públicas*, some consistent types of employee publics. Ed. Jordi Xifra. España. Gestión 2000. 1975. 70. Publicación.
- Hacerlo bien y hacerlo saber N° 12. *Las Relaciones públicas de la empresa y su formación de imagen*. Federico Revilla. Editorial AEDOS – MARCUMBO. 243. Publicación.
- Jef Kin, Frank. *Public Relations*. Ed. Vicente Bordoy. España. AEDOS cedel 2004. 30. Publicación.
- Lemus Hernandez, Rebeca. *La investigación de comunicación organizacional*. Ed. Universidad landivar. Guatemala. Instituto de lengua y educación. 2000. 285. Publicación.
- Lemus Hernandez, Rebeca. *La investigación en la comunicación organizacional*. Guatemala. Universidad Rafael Landivar instituto de lingüística y educación. 2000.
- Niedlander William A. y Raymond W. Miller: *Relaciones Públicas*. 7ª edición. Ed. Pedro Prat Gaballi. Barcelona. Hispano Europea. 1970. 28. Publicación.
- Philip Lesly. *Manual de Relaciones Públicas. Tomo II: Técnicas y prácticas* ed. Juan Francisco López Castro. Barcelona. Martínez Roca. 1971. 207 Publicación.



Rojas Orduña, Octavio Isacc. *Relaciones Publicas: la eficacia de la influencia* 2da.Edicion. España. Esic. 2008. 79. Publicación

Stafford. Harlow Witheaker. *Publicidad y RRPP 1ª Edición*. Ed. Julio Galindo Urquiza. México. Diana. 1990. 70. Publicación.

Wilcox, Dennis L, Ault Philp H. Agee Waren y Cameron Glen T. *Relaciones Públicas Estratégicas y tácticas, 6ª edición*. Ed. Isabel Capella. España, Addison Wesley. 2001. 21. Publicación.

Wilcox, Dennis L, Ault Philp H. Agee Waren y Cameron Glen T. *Relaciones Públicas Estratégicas y tácticas, 6ª edición*. Ed. Isabel Capella. España, Addison Wesley. 2001. 5.15. Publicación.

Xifra, Jordi, ed. *Dirección de relaciones públicas*. De James E. Gruing y todd Hunt. España, Gestión 2000, 200, 39. Publicación.