

al de la psicología, subordinándose a la «Psicología Social») o con un análisis de las funciones de las relaciones públicas en el ámbito político (estudio para el cual habría que buscar refugio en las ciencias políticas o en la sociología, por simple aproximación, pues las relaciones públicas ni siquiera son mencionadas en el código). En su día, el destino de cualquier proyecto de investigación vinculado con la esfera de lo comunicacional, a causa de la omisión de la misma, supone una pertinencia errónea o por lo menos equívoca, lo que pone en riesgo su evaluación.

Una ponencia expuesta hace pocos años en las V Jornadas Internacionales de Jóvenes Investigadores en Comunicación (Valencia, 1999) resume del siguiente modo el malestar de los nuevos y relegados especialistas: «Los medios de comunicación o no existen para los dirigentes de la UNESCO, o no constituyen ningún interés científico o social, ya sea porque se considere que su objeto no es digno de ser estudiado o porque el nivel que han alcanzado sus investigaciones es deficiente. No creemos que sea así [...]. En el fondo no se considera a las Ciencias de la Comunicación [...] en su carácter científico y no se valora su aportación, con ser dueña, a la cultura» (García, 2000: 02).

No basta, en casos como los referidos, reclamar la revisión o la actualización de los criterios de científicidad de las instituciones que regulan el flujo del conocimiento acusándolas de arbitrarias, porque la arbitrariedad es un rasgo propio de la autoridad; es la aceptación de esa autoridad por parte de las comunidades de investigadores lo que fuerza el conflicto. Como se habrá observado en la última cita, los detentadores de la autoridad o el poder (los «dirigentes») pueden ser cuestionados, pero no la autoridad y el poder mismos de los organismos hegemónicos, pues ellos son percibidos como instancias de legitimación. Y en este punto se define el verdadero rival del deseo.

El juego, entonces, tiene lugar en el propio sujeto de las posibles o inciertas ciencias de la comunicación: entre el deseo de científicidad que insiste y la percepción de la legitimidad que consiente, porque si consintiera, el deseo dejaría de serlo, y el sujeto de esas ciencias perdería, tal vez, su única promesa en pie.

Exégesis de las relaciones públicas como ciencia y arte de la modernidad.

Lorenzo Blanco

Frecuente y en el mejor de los casos, se sostiene que las relaciones públicas son una ciencia humanística o ciencia social, es decir que representan una «ciencia inexacta» y que relativamente debe considerarse alejada del nivel de las llamadas «ciencias exactas» como la física o la matemática. Pero aún así no falta quienes señalan que las relaciones públicas son tal vez, la más inexacta entre las ciencias sociales, ya que deben tratar fenómenos complejos acerca de los cuales siempre resulta escaso el conocimiento y su dimensión prevaleciendo la subjetividad y la conjetura, lo cual resta precisión a los actos que atiende.

En esta cuestión, lo importante es determinar el fundamento

científico de las relaciones públicas, es decir la explicación de ese “porqué” que podemos hallar en la propia definición de “ciencia” expresada como “el conocimiento cierto y razonado de las cosas por sus principios, causas y efectos” y por extensión, “cuerpo de doctrina metódicamente formado y ordenado que constituye el saber humano”.¹

En consecuencia, las relaciones públicas ejercidas debidamente, como toda ciencia explican -o procuran hacerlo- determinados fenómenos que se producen en la sociedad humana a través de las múltiples actividades de la vida moderna, para ello basan su acción en la idea de establecer relaciones entre dos o más grupos de acontecimientos y en tal sentido aplican el rasgo científico esencial que es el conocimiento sistematizado mediante el desarrollo del «método» que así adscripto a esta disciplina resuelve la determinación de los hechos a través de la planificación operativa y sus procesos concurrentes.

Cabe señalar que el carácter de ciencia inexacta no menoscaba en absoluto la jerarquía de las relaciones públicas, más aún, siendo acreditada como una ciencia humanística, su valor reside en compartir activamente el proceso social, económico, político y cultural, coadyuvando en cada caso con sus servicios al bienestar general.

Asimismo, en cuanto a su condición como «arte», las relaciones públicas también responden a los alcances que este sustantivo: «virtud, poder, eficacia y habilidad para hacer bien una cosa» y por extensión pueden considerarse como «arte liberal» al requerir principalmente el ejercicio de la inteligencia². Al respecto el profesor Chester Barnard sostiene en una de sus obras que “la función de las artes es llevar a cabo fines concretos, producir resultados y crear situaciones que podrían acontecer sin un esfuerzo deliberado para procurarlas”.³

Es decir que en ambos casos y de acuerdo con sus incumbencias técnicas están comprendidas las relaciones públicas que, en su ejercicio profesional, definen sus actos mediante la «información, la comunicación, la motivación y la integración» como instrumentos rectores de su actividad múltiple al servicio del hombre y de sus organizaciones de todo tipo, dimensión y potencial, manteniéndose asimiladas por su condición a la fenomenología inevitable del cambio en general.

Evidentemente no resulta sencillo testimoniar el matiz de ciencia y de arte atribuido a las relaciones públicas, sobre todo cuando paradójicamente se cumple su primer siglo de vida y todavía es necesario acertar en la explicación de su misión y sus múltiples funciones enfrentando una opción correcta, ya que no siempre la misma está despojada de intereses y a menudo resulta irrisoria o falsa, pero a pesar de ello, invade el pensamiento y finalmente influye en la apreciación. Precisamente el mayor desafío que enfrentan las élites contemporáneas, consiste en conciliar las exigencias del desarrollo científico, con la preservación y el enriquecimiento de la personalidad y el conocimiento humano. Esta ha sido quizás una de las causas de la defectuosa concepción sobre las relaciones públicas y el débil dominio sobre sus valores y sus verdaderos alcances.

Ya transitando el Siglo XXI se puede percibir que una nueva revolución de culturas está germinando en el mundo y ello nos obliga a prever una perspectiva que podríamos calificar de sistémica

y anticipadora, en cuyo curso corresponde mantener instaladas a las relaciones públicas con su contexto científico -siempre perfectible- y su condición de arte, superando definitivamente el prolongado empirismo primigenio y las infaltables improvisaciones técnicas que como es común debieron soportar.

Al asentarse su categorización profesional a través de la formación universitaria y del temprano posicionamiento jerárquico en la estructura de los negocios, se perfeccionaron también las ofertas de los servicios relacionísticos adaptados a las nuevas realidades y cuestionamientos en impuestos por las transformaciones aceleradas y profundas que invariablemente tuvo que protagonizar la humanidad en los diversos órdenes de su acontecer, aunque fue en las organizaciones socio-económicas donde las relaciones públicas hallaron los encaminamientos permanentes y los mayores desafíos en proceso evolutivo.

Es importante por lo tanto, que en esta nueva etapa esta disciplina sea considerada y expuesta fielmente en su fundamentación científica en su condición de arte -como rasgo de la inteligencia- y en la calificada capacidad operativa puesta al servicio de toda actividad humana y formal que se gesten en la sociedad moderna. Evidentemente en este sentido la universidad debe asumir un rol relevante y rector en cuanto hace a la formación académica, a la investigación permanente y consecuente adiestramiento profesional.

Evitando toda especulación ecléctica correspondería finalmente que la gestión de la universidad se aliara en este aspecto, con la entidad representativa de esta profesión y en conjunto constituyeran una fuerza capaz de diligenciar con éxito la protección legal del ejercicio real de la profesión de las relaciones públicas -alto que hasta ahora ninguna institución pudo lograr- concentrando una acción mancomunada que enmarcada en el fundamental integracionismo relacionista, ofrecería un reaseguro para las cualidades científicas de esta disciplina y al mismo tiempo protegería sus valores intrínsecos y sus alcances operativos según las normas éticas y la metodología propia de la especialidad. El relacionista como vital protagonista de este proceso podrá vigorizar «la explicación» sobre su oficio, avivando ese fuego sagrado que en el tiempo han compartido tantos profesionales con sus sueños y realizaciones acrisolaron ese caudal científico que identifica a las relaciones públicas puesto al servicio del acontecer de la modernidad.

¹ Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, Madrid (España). XXI Edición.

² Diccionario Nuevo Larousse Básico. Editorial Larousse S.A. (Colombia). 1984

³ Barnard, Chester I, The functions of the Executives, Harvard University Press, Cambridge. Massachusetts. (EE.UU)

Conocimiento y sociedad.

Patricia Boeri

El nuevo milenio está asociado a un proceso de profunda transformación social, no asistimos a una crisis coyuntural del modelo capitalista sino a la aparición de nuevas formas de organización social económica y política.

La crisis actual es una crisis estructural cuya principal característica radica en que las dificultades se producen simultáneamente en a) las instituciones responsables (El Estado), b) en las relaciones economía y sociedad (crisis del trabajo), y c) en los modos en los que se forman las identidades de los individuos.

También existe consenso en suponer que el conocimiento y la información estarían reemplazando a los recursos naturales, a la fuerza y/o al dinero como variable clave de la generación y distribución del poder en la sociedad.

Los primeros análisis acerca del papel del conocimiento y la información fueron optimistas acerca de sus potencialidades democratizadoras.

La utilización intensiva de conocimientos produce la disolución de las formas burocráticas de gestión, y su distribución es mucho más democrática que cualquier otro factor de poder ya que «el débil y el pobre pueden adquirirlos».

La variable que permitiría articular los objetivos del crecimiento económico sería el progreso técnico, sin el cual sería imposible alcanzar los objetivos de equidad social y medio ambiente.

La educación, por lo tanto, es una de las pocas variables de intervención política que impacta simultáneamente sobre la competitividad económica, la equidad social y el desempeño ciudadano.

Los cambios culturales se refieren tanto a los contenidos de los valores, de los hábitos y de las pautas de conducta, como al proceso por el cual dichos contenidos son elaborados. La profundidad del cambio cultural es tan importante que se la considera de “gran ruptura” y está asociada a los cambios en la familia y en la forma en que esta cumple su función socializadora.

Grecia. La vivienda, el diseño interior y su legado a occidente.

Susana Bueno

Este proyecto, segundo en su tipo, surge de la necesidad de los alumnos de la Carrera de Diseño de Interiores de acceder a material específico, en castellano, sobre la vivienda y el interiorismo en los distintos períodos históricos, material escaso en nuestro idioma y a veces inexistente.

Este es el segundo trabajo de una serie que ya incluyó el antiguo Egipto y que continuará con Roma, la Edad Media, el Renacimiento, el Barroco, etc., y consiste en la recopilación de material gráfico con el correspondiente aporte teórico.

La metodología consiste en la búsqueda de material bibliográfico en la Biblioteca de la Universidad de Palermo y otras, la recopilación de material gráfico, la traducción de libros, de catálogos de museos y la búsqueda en Internet, para una mayor actualización de los temas, sobre todo en lo que se refiere a material arqueológico.