The Wayback Machine - https://web.archive.org/web/20040104143247/http://www.razonypalabra.org.mx:80/anteriores/…

RAZÓN Y PALABRA
Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Tópicos de Comunicación

Junio - Julio 2002

¿Relaciones públicas como sello democratizador?

Carr. Lago de Guadalupe Km. 3.5, Atizapán de Zaragoza Estado de México.

Tels. (52) 58 64 56 13
Fax. (52) 58 64 56 13

Por Daniel Murillo Licea
Número 27

El término "relaciones públicas" fue acuñado en la década de los treinta del siglo pasado en la tierra del Tío Sam. Como muchos otros conceptos derivados del sistema capitalista, algunos creados y otros trastocados (como subdesarrollo, desarrollo sustentable, por ejemplo), reflejan varios males de nuestros tiempos.

Las relaciones públicas se basaron, originalmente, en promover la imagen de un personaje político, aunque actualmente también se utilizan para hacerlo con personalidades del mundo del espectáculo (que no artistas, porque pocos individuos en ese medio hacen arte), lo que ha convertido a las relaciones públicas en un ancho término en cuyo centro se en-cuentra el vedetismo. En la actualidad, por cierto, no hay mucha diferencia en la promo-ción de la imagen de un político y la de un personaje del espectá-culo: de hecho, es casi lo mismo.

Pero el término al que nos referimos puede tener muchas más significaciones, según podamos imaginar. Una de ellas, por supuesto, podría estar dentro de la estructura de la democracia - entendiendo "democracia" como un vocablo trastocado y que se diferencia del término que introdujo Heródoto en sus Historias- en donde es de capital importancia que el "pueblo" conozca a los políticos físicamente, dotándolos de todas las características que engloba un personaje del espectáculo. También es una forma de la mercadotecnia en la que las empresas e industrias necesitan mantener una imagen pública y una interacción en otras esferas y con otras instituciones.

Las relaciones públicas, entonces, están emparentadas con la imagen. Pero ésta se maneja de distinta manera: un tirano o un dictador pueden utilizar las relaciones públicas para mejorar su imagen. Y entonces asistimos al trastocamiento, de nuevo, porque las relaciones públicas fueron creadas en el marco de un sistema político basado en algo denominado "democracia". No se trata de que "el pueblo" conozca a sus personajes políticos, sino que éstos aparenten algo. Así, el sistema aparenta una virtud, pero se descubre a la democracia como artificio, como técnica de engaño. Y vemos a los personajes políticos que se han transformado, además, en en productos del espectáculo y en mercancías.

Mtro. Daniel Murillo Licea
Instituto Mexicano de Tecnología del Agua.
Sociedad de Escritores de Morelos, México