Relacionista Público:

un verdadero estrategia y facilitador de información

¿En qué consiste la carrera?

Relaciones Públicas (RR. PP.) es la disciplina encargada de administrar y planificar los procesos de comunicación en una empresa. El papel de la persona formada en RR. PP. es fundamental, ya que son verdaderos estrategas y facilitadores de los procesos comunicativos de la empresa, tanto a su interior como en su relación -directa o indirecta- con el exterior o comunidad.

La oficina de Relaciones Públicas de una institución debe mantener una comunicación bilateral, pues no sólo emite mensajes hacia el público o hacia sus trabajadores, sino que recopila información de las personas en relación con sus necesidades, preferencias, cambios de opinión pública, intereses, entre otros.

¿Qué hace el o la profesional en Relaciones Públicas?

La persona formada en esta carrera tiene conocimiento de las teorías y métodos generales de la comunicación social, desde la comunicación interpersonal hasta la comunicación masiva. Asimismo, conoce de las diferentes teorías y técnicas de Relaciones Públicas y de Comunicación Organizacional (CO) y los medios y técnicas de comunicación, su funcionamiento y su adecuado uso, para lograr los objetivos de Relaciones Públicas de la organización.

Mediante un proceso científico, el (la) profesional obtiene información sobre los diferentes públicos: percepciones sobre la empresa, motivaciones y necesidades, ideas, etc. Es a partir de esta información que genera los planes de comunicación. Algunas de las funciones son:

- Realizar investigaciones con respecto a las necesidades de los clientes, del contexto económico, político y ambiental.
- Realizar estudios de opinión, de balance social, de imagen corporativa, entre otros.
- Validar las estrategias, los mensajes y medios de comunicación mediante diversos instrumentos.
- Establecer las políticas, objetivos y estrategias de comunicación.
- Elaborar el plan de Relaciones Públicas de la organización.
- Aplicar diversos procesos de comunicación, con el fin de colaborar en el cumplimiento de los objetivos de trabajo establecidos por la organización.
- Brindar asesoría en el campo de las Relaciones Públicas a los diferentes niveles de toma de decisión de la organización.

- Establecer una relación constante con los públicos organizacionales, para garantizar eficientes y permanentes procesos de comunicación y retroalimentación.
- Elaborar, dirigir y supervisar la producción de material comunicacional (audiovisual, impreso, radiofónico), tanto para los públicos internos como para los públicos externos.
- Organizar, coordinar y supervisar actividades educativas, de integración y proyección organizacional.

Impacto de las nuevas tecnologías

Desde hace más de una década, por lo menos en la academia anglosajona, se produjo un giro hacia la noción de relación, entonces más allá de hablar de la administración de los procesos de comunicación, se empezó a hablar de creación, gestión y mantenimiento de relaciones. Esta visión de las RRPP se vio fortalecida por el advenimiento de las nuevas tecnologías, particularmente los medios sociales, que permiten establecer un contacto más directo y sostenido con los públicos.

Las posibilidades ofrecidas por los medios sociales han reforzado la idea de que el modelo de la comunicación bidireccional se convierte en un espacio en donde tanto los públicos como la organización, pueden interactuar en "igualdad" de condiciones (muy debatible pero eso es lo que se dice). Por otra parte, la red en general ha vuelto más complejos los procesos de monitoreo del entorno y de asuntos críticos, ya que no solo se trata de lo que se publica en los medios tradicionales sino lo que se "postea" en sitios de diversas fuentes.

Mercado laboral:

Debido a que la persona formada es esta carrera es especialista en los procesos de comunicación social e institucional, su campo de acción es amplio. Puede desempeñarse en:

- Organizaciones culturales, educativas, religiosas, políticas, gremiales, de bien social, artísticas, deportivas, relacionadas con medios de comunicación, entre otras.
- Organismos estatales como ministerios, gobernaciones, municipalidades.
- Empresas privadas, en los sectores de productos y servicios.
- Organismos internacionales.
- Agencias de publicidad.
- Empresas productoras de eventos.
- Empresas de producción audiovisual.
- Departamentos de comunicación organizacional o de relaciones públicas en empresas públicas o privadas.
- El ejercicio privado de la profesión, mediante el desarrollo de su propia empresa de consultoría especializada en marketing y comunicación.
- Oficinas de asesorías de comunicación.
- Docencia e investigación.

Características deseables

- Facilidad para relacionarse con otras personas y trabajar en equipo.
- Habilidad para la expresión oral y escrita.
- Buen trato con el público.
- Habilidad para hablar en público.
- Creatividad.

Lugares de formación

- La Universidad de Costa Rica ofrece el Bachillerato y Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Colectiva con concentración en Relaciones Públicas.
- La Universidad Latina de Costa Rica, en Heredia y San Pedro, ofrece el Bachillerato y Licenciatura en Relaciones Públicas. Además, los profesionales pueden continuar con una Maestría en Comunicación y Mercadeo.
- La Universidad Autónoma de Centroamérica ofrece el Bachillerato y la Licenciatura en Relaciones Públicas.
- La Universidad Isaac Newton ofrece la Licenciatura en Relaciones Públicas.

Agradecimiento:

- Dra. Ana Lucía Villarreal, Coordinadora de la carrera de Ciencias de la Comunicación Colectiva con concentración en Relaciones Públicas de la Universidad de Costa Rica.
- Dr. Johnny Vargas Durán, Director Académico de las Escuelas de Relaciones Públicas y Periodismo de la Universidad Latina, Campus Heredia.