



# CRONICAS Y NOTICIAS

CRONICAS

1

EL INSTITUTO  
DE  
RELACIONES PUBLICAS  
DE PARIS

378.93 : 394 (42)

El doble carácter que las relaciones públicas van adquiriendo como *ciencia*—cuerpo de doctrina, metódicamente ordenado, de un ramo particular del conocimiento—y como *profesión*—ejercicio o magisterio de una ciencia—se desprende de hechos o experiencias tales como la que seguidamente se expone. Una institución como el *Institut des Relations Publiques*, de Paris, demuestra: *a)* que existe un campo de doctrina ordenado sobre esta materia—ciencia—; *b)* que se enseña por unos—magisterio—, *c)* para que otros hagan de él su profesión.

## 1. ORIGEN. SECCIONES

El Instituto de Relaciones Públicas y de los Cuadros Superiores fué fundado en 1954 por Francis Dumont, «Docteur ès Lettres», que dirige actualmente este establecimiento libre de enseñanza superior, el cual depende de la Academia de Paris. Este Instituto:

- Forma los futuros prácticos de relaciones públicas en su Sección «Alumnos».
- Prepara en las técnicas de comunicaciones a quienes tienen que mandar o reunir hombres en su Sección «Auditor».

## 2. SECCION «ALUMNOS»

Esta sección del Instituto de Relaciones Públicas concierne a los jóvenes de ambos sexos que al acabar los estudios superiores desean especializarse en

el dominio de las relaciones públicas y ser profesionales calificados. El ciclo de estudios es de tres años, uno de ellos de período de prueba (*stage*).

La admisión al primer año está condicionada a la apreciación del Consejo de Perfeccionamiento del Instituto, que se basa especialmente en el comportamiento y el nivel de cultura general del candidato.

La admisión al segundo año requiere un cierto número de pruebas relativas a los trabajos del primer año. En el programa del segundo año se dedica más tiempo a los trabajos prácticos.

Las clases tienen lugar de las dieciocho horas a las veinte horas (excepto el sábado) y los alumnos realizan actividades prácticas, individualmente o por equipos, en particular sobre las técnicas de la expresión y de la información sobre aplicación de la psico-sociología. El conjunto de las clases y de las actividades prácticas exigen alrededor de veinticinco horas de trabajo semanales.

Un examen condiciona también la admisión al año de período de prueba (*stage*) (tercer año), al término del cual los alumnos postulan el diploma.

#### PROGRAMA DEL PRIMER AÑO

El programa del primer año se refiere, entre otras, a las siguientes materias: Técnicas de la expresión: comunicados, notas informativas, resúmenes, informes, conferencias, expedientes, encuestas, entrevistas, correspondencia, etcétera. Técnicas de información, particularmente las relativas a las relaciones públicas; información audiovisual, psicosociológica y vida profesional; los factores personales: análisis de puestos de trabajo y aptitudes, preparación psicológica de los grupos de trabajo, comunicación e información en el seno de los grupos, formación de dirigentes. Técnicas de estudio de la opinión pública. Técnicas de gestión: tipos estructurales de organización, ciencias y técnicas al servicio de la organización y de la planificación; la automatización, la investigación operacional; relaciones económicas exteriores, como Unidad Económica Europea, relaciones económicas exteriores de Francia, etc.

#### PROGRAMA DEL SEGUNDO AÑO

Si el programa del primer año tiene el único fin de familiarizar a los estudiantes con los medios de acción de las relaciones públicas, el del segundo año está orientado al estudio de las condiciones de utilización de estos medios de acción y al análisis de los ambientes en que deben ser puestos en práctica. Se trata de poner a los estudiantes en presencia de las condiciones reales del ejercicio de las relaciones públicas, de modo que los informes «magistrales»

estén siempre orientados hacia la aplicación práctica. Este programa se compone de *cuatro series* de cursos.

La *primera serie*, titulada «Práctica de las relaciones públicas», pone a los estudiantes en contacto con la experiencia de los especialistas en relaciones públicas que ejercen en el sector privado, semi-público, público, internacional o en los gabinetes de consejos exteriores. Estos relatos, hechos por los profesionales más calificados, permiten a los alumnos entender mejor que las relaciones públicas no pueden ser consideradas del mismo modo en todas las empresas. Unas treinta experiencias de aplicación en distintos dominios permiten verificar lo que es verdad para todos los casos y lo que es particular de los sectores-tipo examinados.

El programa de la *segunda serie* es también muy concreto. Las distintas partes de este curso, titulado «Factores de eficacia en el dominio de las relaciones públicas» consiste en :

a) La confección de material de información para uso de la prensa; correspondencia destinada a los periodistas, distintos tipos de expresión periodística: comunicado, *se ruega insertar*, artículos, crónicas, interviús, textos dialogados, reportajes, encuestas, publicaciones de todas clases, bien se trate de periódicos impresos o de la prensa audio-visual. Se estudia aparte la organización de una conferencia, de una recepción o de una campaña de prensa.

b) La confección de material destinado a la información directa, tanto en el interior de las empresas como en función de la información interempresa; o también hacia el público exterior, bien se trate de publicaciones, de exposiciones o de películas de información.

c) Problemas técnicos de difusión y análisis de los servicios de prensa. Esta parte está completada por un curso consagrado a «La documentación al servicio de las relaciones públicas».

d) Motivos y móviles que determinan las reacciones del público y que conviene considerar como prolongación del estudio de la opinión de los informados.

e) Estética funcional, factor de una política de información eficaz.

f) Relaciones entre la «información-relaciones públicas», la información comercial y la información periodística.

El conjunto de esta serie tiende a determinar lo que son las actividades prácticas de una política de información. La *tercera serie* está dedicada a la psicología de las empresas (el término «empresa» se toma en un sentido muy extenso y designa igualmente una unidad de producción y de distribución, un servicio público o un organismo internacional).

Se trata particularmente de colocar al futuro práctico de relaciones públicas en el cuadro en el cual tendrá que operar, teniendo en cuenta la evolución

técnica, los estratos económicos y sociales, los diversos factores que influyen sobre las comunicaciones de la empresa, así como los distintos papeles de la dirección.

Las tres primeras series reúnen los elementos de calificación de base en un cuadro «local». Pero es indispensable, teniendo en cuenta la ampliación en la escala «internacional» de los problemas de las relaciones públicas, que una *cuarta serie* permita a los alumnos conocer lo esencial de la gran corriente de pensamiento contemporáneo, así como las fuerzas políticas, económicas y sociales que determinan los comportamientos relevantes en la práctica de las relaciones públicas. Esta serie cuarta tiene por título «Sociodinámica del mundo moderno», y pretende dar a los alumnos la «dimensión internacional» tan necesaria en las actividades de relaciones públicas en el mundo de hoy. Según la orientación general del segundo año, esta serie no se limita a relatos teóricos y acentúa el estudio de los problemas prácticos en el ámbito internacional.

#### EL AÑO DE PRUEBA («STAGE») Y EL DIPLOMA

Los alumnos admitidos al período de prueba por el Consejo de Perfeccionamiento están afectos, a propuesta del Director del *stage*, a empresas, administraciones u organizaciones, en el departamento o servicio encargado de relaciones públicas. Por lo menos dos períodos de pruebas, en principio de seis meses cada uno, permiten a los alumnos entrenarse en responsabilidades prácticas.

Paralelamente a los períodos de prueba que realizan en el exterior (y que son retribuidos) tienen que seguir un programa de conferencias de perfeccionamiento organizado por el Instituto. Por otra parte, y turnándose, los alumnos del período de prueba tienen que organizar, ellos mismos, manifestaciones de las cuales tendrán la responsabilidad y que les forman para sus futuros deberes.

El último trimestre del año del período de prueba ha de ser dedicado a la puesta a punto de un trabajo original, memoria de unas cincuenta páginas que trata de la experiencia personal del candidato. Teniendo en cuenta esta memoria, el Consejo de Perfeccionamiento entrega el diploma que atestigüe la calificación para el ejercicio profesional de las relaciones públicas.

Los criterios muy severos de selección que condicionan el conjunto de la formación y de la administración al primer año hasta la atribución del diploma hacen que se establezca un equilibrio entre el número de diplomas y los puestos ofrecidos por las empresas, administraciones u organizaciones. Siendo una profesión que exige grandes calidades intelectuales y humanas, las rela-

ciones públicas sólo pueden interesar a una *élite*, pero para esta *élite* se ofrecen buenas perspectivas profesionales.

### 3. SECCION «AUDITOR». A QUIEN SE DIRIGE

Excluyendo los futuros especialistas de relaciones públicas que forman la Sección «Alumnos», un gran número de ellos, llamados a mandar, informar o reunir hombres, sienten—al principio, al final de su carrera o después de unos años de servicio en su profesión—la necesidad de adquirir un conocimiento más hondo, teórico y práctico, de las diversas técnicas que se refieren a las relaciones humanas, sociales y públicas.

Sin que la enumeración sea limitativa, esta sección interesa a los siguientes cuadros de la vida profesional:

- *Administrativos* (Dirección, Secretarías Generales, Dirección de Personal, servicios de diversos sectores sociales).
- *Servicios de producción*.
- *Servicios de distribución y de difusión*; y también a
- *Funcionarios* de los servicios públicos, semi-públicos y de las organizaciones internacionales; los dirigentes de asociaciones y sindicatos.

Sin embargo, además de las anteriores, pueden ser admitidas a esta sección las personas que ejercen otras actividades y, en particular, las profesiones liberales.

La formación destinada a estas diversas categorías, que deben situarse en un nivel correspondiente a la importancia de sus responsabilidades, supone una cultura general bastante amplia.

#### CARACTERÍSTICA DE LA ENSEÑANZA

Ya que se trata de profesionales que tienen que enfrentarse con problemas concretos—que tratan precisamente de resolver mejor la enseñanza que se les da—, comprende informes teóricos y se basa esencialmente sobre demostraciones prácticas y análisis de los casos.

#### ORGANIZACIÓN

La organización de esta sección debe, naturalmente, tener en cuenta las obligaciones profesionales regulares a las cuales están sujetos los «auditores».

La duración de los estudios es de veintiuna a veintidós semanas, repartidas

en un año universitario, y comprende tres sesiones semanales de las diecinueve horas a las veinte horas y treinta minutos.

En el curso del año que sigue al de estudios propiamente dicho, los auditores podrán participar en sesiones de «síntesis» o de perfeccionamiento que permiten confirmar la formación adquirida.

La asiduidad y la aplicación de los auditores están sancionadas por un título entregado por el Consejo de Perfeccionamiento del Instituto.

#### CUERPO DOCENTE

Lo forman cierto número de personalidades que asumen responsabilidades importantes en los distintos dominios de la vida profesional, así como expertos de las diversas técnicas de comunicaciones, bajo la dirección de un Comité de cuatro miembros, delegados del Consejo de Perfeccionamiento del Instituto de Relaciones Públicas, especialmente encargado de supervisar a la Sección «Auditores».

A. O. C.