

LAS OFICINAS DE RELACIONES PUBLICAS EN LA ADMINISTRACION

Por **JOSE MARIA LOZANO IRUESTE**

Subdirector general de Relaciones
Públicas de la Comisaria del Plan
de Desarrollo Económico y Social

1. Contenido

La importancia que en los últimos años han adquirido las Oficinas de Relaciones Públicas dentro de la Administración española aconseja llevar a cabo un intento de sistematización de sus funciones para llegar, en cuanto sea posible, a una pauta ideal de organización. Pauta que, necesariamente, sufrirá, en cada caso, las modificaciones que aconseje la peculiaridad del organismo.

2. Funciones

En principio, y sin voluntad alguna de precisión técnica, podemos decir que las Oficinas de Relaciones Públicas de los departamentos y organismos del Estado son las que tienen a su cargo

hacer llegar a éstos las corrientes de la opinión pública (información ascendente) y difundir entre el público la tarea de aquéllos (información descendente). Sin olvidar los necesarios contactos y relaciones personales. Veamos a continuación cómo pueden subdividirse y estructurarse estas misiones.

2.1 DE INFORMACIÓN

Se trata de la de carácter ascendente, y, en mi opinión, abarca principalmente los puntos siguientes:

2.1.1 Llevar a cabo encuestas y sondeos de opinión y elaborar el material obtenido con vistas a dar al ente público una visión, lo más completa posible, de los estados de pensamiento, en relación con los asuntos de su específica competencia.

2.1.2 Seleccionar y coleccionar la información—publicada tanto en la prensa nacional y extranjera como en libros o artículos de carácter científico—que interese al organismo.

2.1.3 Utilizar la información antedicha, haciéndola llegar al Ministro y autoridades del departamento y a aquellos funcionarios a los que puede concernir de manera directa.

2.1.4 Realizar—para los mismos destinatarios—informes periódicos de prensa nacional y extranjera y estudios de opinión pública.

2.1.5 Mantener un archivo de prensa y publicaciones para facilitar, en su caso, recortes o extractos a las autoridades o funcionarios a quienes pudieran interesarles.

2.1.6 Traducir informaciones especiales de prensa extranjera.

2.2 DE DIFUSIÓN

Esta es la información descendente, y comprende aquellas actividades que implican la utilización de medios informativos de cualquier clase, y en particular, las siguientes:

2.2.1 Programar y ejecutar las campañas de difusión de las actividades del organismo.

2.2.2 Confeccionar y mantener al día el fichero para la distribución de las publicaciones propias en España y en el extranjero.

2.2.3 Redactar, editar y distribuir esas publicaciones, así como las películas y guiones de televisión y radiodifusión.

2.2.4 Organizar y supervisar el almacén de publicaciones y, en su caso, la filмотeca de la oficina.

2.2.5 Estudiar y realizar campañas de publicidad de aquellas acciones del departamento u organismo susceptible de este tratamiento informativo.

2.2.6 Organizar conferencias, coloquios, cursos, exposiciones, viajes y visitas colectivas a la sede del centro o a las instalaciones en las que se materialicen las actividades del mismo.

2.2.7 Redactar y distribuir notas e informaciones especiales destinadas a ser inmediatamente utilizadas por los diversos medios de información nacionales y extranjeros.

2.2.8 Preparar y coleccionar el material informativo que ha de facilitarse en los actos públicos que organice el departamento u organismo.

2.2.9 Mantener un fichero que incluya todas aquellas personas que, en un momento dado, puedan tratar en la prensa, la radio o la televisión asuntos relacionados con la actividad del órgano de la Administración pública del que se forma parte.

2.2.10 Tener al día un archivo de biografías y fotografías de las autoridades del departamento para facilitárselas a quienes las soliciten.

2.2.11 Proporcionar al personal de los medios informativos—públicos o privados, nacionales o extranjeros—material de información para sus respectivos archivos.

2.2.12 Responder a las consultas o peticiones de información que se le formulen.

2.2.13 Enviar publicaciones, estadísticas o material análogo a las personas o entidades que lo soliciten.

2.2.14 Traducir el material, de producción propia o ajena, que se precise para su difusión en el extranjero.

2.3 DE RELACIÓN

Consiste, en esencia, en servir de órgano de enlace, a nivel administrativo, con el Ministerio de Información y Turismo, Oficina de Información Diplomática, embajadas de España en el extranjero y extranjeras en España, y, en general, con cuantas entidades o personas desarrollen una actividad coincidente, en todo o en parte, con la del organismo al que se sirve. Y especialmente:

2.3.1 Mantener una relación constante con los organismos, públicos o privados, y con las empresas o particulares interesados en las actividades del departamento u órgano respectivo.

2.3.2 Organizar los actos sociales del mismo.

2.3.3 Hacer un fichero de precedencias para el protocolo de los actos antedichos.

2.3.4 Atender a la recepción de personalidades.

2.3.5 Recibir, igualmente, a los grupos de visitantes que con fines de información (y no de gestión) acudan a las oficinas del mencionado organismo.

3. Organización

3.1 El primer problema que se plantea es el de la *localización administrativa* de una Oficina de Relaciones Públicas dentro de un departamento ministerial u otro organismo de carácter semejante. No creo que pueda darse una norma fija. Según cual sea la estructura del departamento, la oficina puede estar situada:

3.1.1 A las órdenes del Ministro, como una parte de su secretaría, o mejor aún, como una segunda secretaria con funciones específicas de difusión y relación.

3.1.2 Bajo la dependencia directa del Subsecretario del departamento. En este caso constituiría un servicio o sección de la subsecretaría.

3.1.3 Dentro de la Secretaría General Técnica del respectivo ministerio. Fórmula que parece haberse seguido con alguna frecuencia.

3.2 En todo caso—y sea cual sea el rango administrativo y la competencia de la Oficina de Relaciones Públicas, ésta deberá tener, con relación a las demás unidades administrativas una serie de *peculiaridades*:

3.2.1 Acceso fácil a las autoridades del departamento que han de proporcionar la información que aquella ha de transmitir a quienes la soliciten con la máxima celeridad. No se olvide que las consultas y peticiones de información se hacen siempre con prisa y han de contestarse con prisa.

3.2.2 Por la razón antedicha, autorización para emplear, incluso mayoritariamente, medios no formales de comunicación: cartas y llamadas telefónicas.

3.2.3 Una cierta flexibilidad administrativa para la realización de gastos menudos; pagos de desplazamiento dentro de la ciudad, comidas, etc.

3.3 El *personal* de la oficina dependerá, también en primer lugar, del volumen del departamento u organismo de la que forma parte; en segundo, de la necesidad que éste tenga de ver difundida su actividad específica; en tercero, del grado de especialización que

requiera. No obstante, y sin pretensiones de dar una norma de carácter general, podemos afirmar que la Oficina de Relaciones Públicas de un departamento ministerial debe contar, al menos, con el personal siguiente:

3.3.1 *Un jefe de oficina.*—Normalmente será un funcionario con titulación universitaria y estudios o experiencia en el campo de la información. Parece imprescindible, también, el manejo de varios idiomas y un cierto conocimiento de la vida administrativa que le permita relacionarse fácilmente con sus colegas de otros departamentos y con algunas de las autoridades de éstos.

3.3.2 Un funcionario técnico, *experto en medios informativos*; el ideal es, evidentemente, el periodista en activo, pero una larga práctica en este ambiente puede, en caso necesario, suplir su falta de título. La formación universitaria también parece imprescindible.

3.3.3 Un técnico, *experto en publicidad*. Normalmente un funcionario con título universitario y graduado en la Escuela de Publicidad, de reciente creación.

3.3.4 Un técnico, *experto en relaciones públicas*. También aquí el ideal es el funcionario con título superior que haya seguido cursos sobre la especialidad como los que organiza el Centro de Formación y Perfeccionamiento de Funcionarios de Alcalá de Henares, y que, por supuesto, domine dos o más idiomas.

3.3.5 Una *secretaria de dirección*, por lo menos bilingüe, y con un dominio completo de la taquigrafía o estenotipia, así como dotes especiales para la relación con el público.

3.3.6 Dos o más *auxiliares* con los habituales conocimientos de taquigrafía y mecanografía y algunos específicos: manejo de la fotocopiadora y multicopista, montaje de recortes, etc.

3.3.7 Cuando el volumen del organismo los requiera pueden tenerse también en plantilla dibujantes, expertos en artes gráficas, etcétera. Pero, en general, será más rentable contratarlos en cada caso para una tarea determinada.

3.3.8 Uno o varios mozos para empaquetar los envíos de publicaciones y proveer eventualmente su distribución.

3.3.9 Por último es preciso señalar la importancia que tiene en esta clase de oficinas las *reuniones* preconizadas por la ley de Procedimiento administrativo. Convenientes en toda unidad administrativa en la Oficina de Relaciones Públicas son absolutamente imprescindibles.

3.4 La *instalación* de la oficina presenta también peculiaridades:

3.4.1 Pensando en las numerosas visitas que se reciben el local

debe ser grato—sin lujos excesivos—, moderno, de fácil acceso desde la calle y próximo al de la autoridad de quien dependa.

3.4.2 El mobiliario debe ser moderno y funcional, de manera que dé al visitante una impresión todo lo distante posible de la que producen los viejos negociados ministeriales. Organismo nuevo, la Oficina de Relaciones Públicas tiene que presentar en sus mínimos detalles un aire nuevo y eficaz.

3.4.3 *El material de oficina* puede dividirse en dos grandes grupos:

3.4.3.1 El propio de todas las unidades del departamento: ficheros, máquinas de escribir, etc. Para dar mayor limpieza a la correspondencia parece aconsejable que estas últimas sean eléctricas.

3.4.3.2 El *material específico* de la oficina, entre el que debe contarse:

3.4.3.2.1 Una buena multicopista que permita la distribución rápida de notas y otro material de información.

3.4.3.2.2 Una fotocopidora para suministrar a las autoridades y personal del departamento—lo mismo que a los visitantes interesados—recortes de prensa, textos legales publicados en el *Boletín*, u otro documento cualquiera.

3.4.3.2.3 Una máquina de escribir para circulares de las que imprimen sólo primeras copias (Silent Secretary, Flexowriter, Autotypist): su efecto psicológico sobre el destinatario es muy superior al de la habitual circular multicopiada.

3.5 La *estructura* de la oficina resulta de lo dicho, y su organigrama es, por tanto, muy sencillo:

3.5.1 Una *jefatura de la oficina* asistida por una secretaria, que puede ser unipersonal o no, según el volumen de trabajo.

3.5.2 Tres *servicios o secciones*, cuyo volumen y composición personal variará con el departamento, y a cuyo frente estará cada uno de los técnicos antedichos:

3.5.2.1 De *información*, encargado de las tareas que se describe en el apartado 2.1 de este artículo.

3.5.2.2 De *difusión*, que tiene a su cargo las funciones que se enumeran en el apartado 2.2.

3.5.2.3 De *relación*, cuyas funciones se señalan en el apartado 2.3.

3.5.3 Una *junta de oficina*, que se reunirá al menos semanalmente.

3.5.4 Una *unidad mecanográfica*.

3.5.5 Una *unidad de reproducción de documentos*.

4. Conclusiones

Lo antedicho son ideas perfectamente discutibles, y sin duda rebatibles, sobre la organización de una oficina de relaciones públicas. No tengo al enunciarlas la más mínima pretensión dogmática. Y agradecería muy sinceramente a quienes se preocupan—cada vez con más acierto—de las relaciones públicas que expusieran ahora las suyas, para que entre todos podamos un día estructurar esta importante función de la Administración del Estado.

