



NOTAS INFORMATIVAS

Las Relaciones Públicas en las Fuerzas Armadas italianas 355:659.1(45)

Resume un nuevo aspecto de la vida militar expuesto en el artículo que lleva por título "Relaciones públicas en las fuerzas armadas italianas", publicada por MARCO BRAGADIN, JR., en la revista italiana *Relazioni Pubbliche* (año III, número 3, mayo-junio 1957).

Las Relaciones Públicas adquieren cada día más popularidad en los organismos de la vida social de todos los países. Su técnica particular es aplicable también a las Fuerzas Armadas y puede decirse que en este campo son de gran importancia.

En los EE.UU., donde nació la técnica de las relaciones públicas y donde ha tenido la mayor resonancia, las Fuerzas Armadas de Tierra, Mar y Aire han adaptado hace tiempo sus reglamentos a los principios fundamentales de las "Public Relations". También se ha procedido así en otros países, principalmente en los adheridos a la N.A.T.O., y por ello se vanagloria la aeronáutica francesa de marchar en vanguardia en este terreno, tanto de relaciones públicas como humanas.

El almirante Carney, comandante en jefe de la N.A.T.O. meridional, dijo que "las relaciones públicas militares tienen el fin de asegurar un mutuo conocimiento entre la comunidad militar y la civil, e implican la colaboración de todos en cualquier colectividad".

A esta definición exacta, pero de carácter general, se añade aquella que *grosso modo* reúne en cinco puntos principales las subdivisiones de las Relaciones Humanas militares:

- 1) Información para el público (prensa, cine, radio...).
- 2) Contacto con la colectividad (manifestaciones, visitas...).
- 3) Relación con dirigentes privados (suministradores...).
- 4) Relación con los otros dos Ejércitos y con Fuerzas Armadas de otros países.
- 5) Ambientación de los reclutas en relación con la vida militar.

Se echa de menos en los Ministerios de las Fuerzas Armadas italianas la sección o departamento de Relaciones Públicas, con esta denominación, ya que existe la de Prensa, de Adiestramiento, Documentación, etc., y hasta sin existir la oficina, existen las relaciones públicas del Ejército con la colectividad. Hay diversas oficinas bajo el control del Ministerio del Ejército en Italia, que realmente mueven su acción en alguno de los puntos arriba indicados.

ACCIÓN INFORMATIVA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

La *Oficina de Prensa* tiene como misión dar al país noticia de las principales actividades de los tres Ejércitos, está en relación con todos los periódicos y revistas y les

suministra noticias de carácter general interesantes para el conjunto del país.

La Oficina de Prensa tiene también unas publicaciones periódicas propias, como es *Il Corriere Militare*, que quincenalmente representa un excelente medio de Relaciones Públicas, pues ofrece a los militares toda clase de información de ascensos, exámenes, concursos, nuevas armas, nuevos métodos, etc., cuidando también de resaltar lo referente a deportes, aniversarios y demás acontecimientos que estimulen el espíritu del Cuerpo.

Algunos Cuerpos o Armas tienen también revistas propias más especializadas, con noticiario técnico, científico o militar más concreto.

La *Oficina de Publicaciones* del Ministerio de Defensa presenta al público también, cuando la ocasión lo permite, la actuación y esfuerzos de los tres Ejércitos, con ocasión de ejercicios tácticos o ayudas prestadas a la población con motivo de catástrofes o desgracias (inundaciones, pérdidas de aparatos de líneas aéreas, etc.). Los americanos suelen decir respecto a esta publicidad, que sirve al ciudadano para convencerse de que los impuestos que paga por el Ejército no son solamente amortizados en caso de guerra.

En el *campo cinematográfico* se permite a toda empresa de esta especialidad, previo el permiso necesario del Ministerio de Defensa, realizar documentales sobre el tema militar, reservándose una intervención durante la filmación así como la supervisión en el montaje final. En todos los campos de las Fuerzas Armadas se han comenzado a hacer documentales técnicos y didácticos que, con el tiempo, vengán a sustituir las "explicaciones" confiadas al sargento en tiempos pasados.

La R.A.I. (Radio Italiana) transmite todos los años 20 ó 30 documentales, a veces televisados, y que transmiten aspectos detallados a fin de dar al público una visión exacta y verdadera de cómo se desenvuelve la vida bajo las armas en nuestros días.

Diariamente se hace una emisión en onda especial para las Fuerzas Armadas, con un programa recreativo dedicado a soldados, marinos y aviadores, que presenta dentro de un marco humorístico y alegre.

ACCIÓN SOCIAL DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

Una buena *Oficina de Relaciones Públicas* militares es la que estableció en Nápoles el comandante de la N.A.T.O., coronel Frank McWalters, en la cual trabajan representantes de todos los países adheridos a esta organización, y cuyo principal motivo de actuación es asegurar el respeto y confianza de la población local. Establece contactos con la población, busca opiniones y comentarios que le afecten, promueve actividad social y recreativa de interés común y fomenta la participación de sus subordinados (oficiales y soldados) en la vida local. Se invita a los civiles como huéspedes del mando a visitar dependencias y a hacerse idea de cómo se desenvuelve la actividad militar.

Con respecto al punto de *relaciones con los fabricantes y suministradores*, la Oficina de Propaganda del Ministerio tiene estrecho contacto con las Oficinas de Propaganda de las casas suministradoras. Estas buenas y constantes relaciones mantenidas con estos y otros procedimientos son de estimar más en caso de guerra, donde se echaría de menos la existencia de una verdadera y propia Oficina de R.P. afecta al Ministerio de la Guerra.

Esta relación y entendimiento entre el país y las Fuerzas Armadas es necesaria por varias razones, y la primera es que hoy día la guerra es no sólo cosa de militares, y por ello la población civil tiene derecho a interesarse y conocer quién le debe defender y con qué medios. En segundo lugar, se debe considerar que la opinión pública tiene una gran influencia en la moral del soldado en la paz y en la guerra, y, por tanto, una Oficina de Relaciones Públicas militares tendrá un obje-

tivo muy importante en el aumento de la eficacia de las Fuerzas Armadas a través de este apoyo moral que puede prestarle el ciudadano.

Es deseo legítimo de todo ciudadano darse cuenta del progreso técnico alcanzado, conocer los nuevos reglamentos y las nuevas armas, los nuevos ambientes, etc. Muchos tienen un familiar bajo las armas y es deseo natural que quieran saber cómo vive y qué hace.

Se intuye quizá el "cuartel de vidrio", en el sentido de que gran parte de la vida del mismo sea conocida por el ciudadano de fuera, si bien se comprende que es preciso guardar cierta reserva.

Por ello, en festividades o en días del Ejército, el público es invitado a visitar los cuarteles, los aeropuertos, los barcos, etcétera, y a veces es en otros días en los que se permite la visita ordenada a instituciones o colectividades, escuelas, estudiantes universitarios, técnicos, periodistas, etcétera, manteniendo discretamente velado lo que deba permanecer oculto a ojos indiscretos.

En Orleans, en Francia, todos los jueves en una base aérea los alumnos de las escuelas son invitados a visitarla y hasta se da el bautismo del aire a algunos que lo solicitan. En los Estados Unidos se fomentan estos contactos especialmente, y en Suiza se ha visto a muchachos manipular algún puesto de radar o de disparo de cañón convenientemente acompañados de instructores del Ejército o de la Marina.

DISCIPLINA Y RELACIONES PÚBLICAS

Las Relaciones Humanas abordan el problema de las relaciones entre los mandos y la tropa. No obstante el gran progreso realizado en este punto por todos los Ejércitos del mundo, es preciso tener en cuenta que todo lo que vale para el hombre de relaciones públicas (*public relations man*) no vale para el militar.

En los mismos Estados Unidos, donde los derechos del ciudadano, simple soldado o Presidente, han gozado siempre del máximo respeto, las relaciones de la vida militar no discurren suaves y sin incidentes, a despecho de las relaciones públicas y de los encargados de difundirlas, pues hay ejemplos que la prensa difunde o populariza el cinematógrafo sobre estos temas, que indican la existencia de problemas.

Si se desea obtener resultados satisfactorios, es necesario que el principio "Obedecer sin discutir" sea aceptado por el soldado, pues éste, desde que es llamado a las armas, no se da cuenta de *ser necesario* a la patria, y piensa más en los negocios que dejó por hacer, en los asuntos del corazón y en los proyectos que tiene que realizar. En este estado particular de ánimo es el sujeto menos apto para recibir órdenes sin discutirlos. Las Relaciones Públicas pueden venir en ayuda de la autoridad militar en esta situación, acogiendo, ambientando e informando al soldado por medio de sus técnicas particulares.

Es preciso explicar al recluta por qué el país lo necesita y lo llama, por qué le hace cambiar de condición y por qué lo ha separado de su vida particular. Es preciso convencerle que el Estado no pretende de él un servicio sin su justa correspondencia. "Ejército: fuente de especialización", rezaba un anuncio mural que era el compendio del fruto de un servicio bajo las armas. El individuo consigue, además de su servicio militar, un oficio o profesión que le sirven para toda la vida.

Los exámenes técnico-científicos a que son sometidos los reclutas por la Oficina de Selección Profesional al ingresar en las Fuerzas Armadas, ha simplificado el proceso de convertir al ciudadano, labrador el primer día de soldado, en un buen electricista, mecánico, conductor o radiotelegrafista.

Un libro editado por la Oficina de Adies-

tramiento del Ejército italiano desarrolla en sencillas palabras una función altamente educativa, enseñando las reglas de un "buen comportamiento" en el cuartel, en la mesa, en contacto con el público y en sociedad. Hasta dedica un capítulo, de modo correcto, al problema de las muchachas y del amor.

Todo esto trata de convertir al recluta, reavivando en él los principios fundamentales de educación social, en un buen ciudadano cuando deje el servicio de las armas.

Hoy día se tiende por todos los medios a equilibrar en cuanto es posible las con-

diciones ambientales de los oficiales y los soldados, que la bandera común proclama para todos.

En Italia todavía, las Relaciones Públicas entran lentamente en los reglamentos de la vida militar. Es de prever que si el "Cuartel de vidrio" es visto aún por muchos como una malsana utopía, se abre camino en la mente de los altos mandos. Por otra parte, es beneficioso para las Fuerzas Armadas el procurar un aumento de la colaboración y apoyo moral del país para con ellas. Ninguna acción militar podrá ser verdaderamente eficaz sin el apoyo de una opinión pública unida, bien informada y adicta.—J. G. A.

LA REFORMA

DEL

PERSONAL ADMINISTRATIVO

EN HISPANOAMERICA 35.047(8)

Hace algunos años, un profesor de la ESAPAC, hallándose en un país de América Central, con el fin de entrevistar candidatos para aquella escuela, preguntó a uno de los aspirantes: "¿Qué piensa usted acerca de la costumbre existente en su país de destituir a los empleados públicos cuando hay un cambio de Gobierno?" La contestación fué bien precisa: "Me parece perfecto; de este modo uno puede estar seguro de que un gran número de ciudadanos tienen la oportunidad de ser nombrados para puestos del Gobierno."

Sin saberlo, aquel joven estaba dando las mismas razones que movieron a Jackson en 1832 a introducir el *spoils system* en Estados Unidos.

Tal sistema se ha venido practicando en Hispanoamérica, y, dada la agitada e in-

Hispanoamérica está integrada por países de Administraciones relativamente nuevas, muy ocupadas en la reorganización de su funcionamiento. Esta preocupación es resaltada por el profesor Félix A. Nigro en el artículo "Personnel Administration in Latin America", publicado en la revista norteamericana *Personnel Administration* (septiembre-octubre 1957).

estable vida política de la mayor parte de los países de aquella parte del Nuevo Mundo, los despidos y nombramientos para puestos de la Administración estaban al orden del día.

Esta situación está siendo superada con fortuna en varios países gracias a una preocupación de los Gobiernos en este sentido y a la convicción de los grupos dirigentes de que para lograr el progreso económico y el aumento del nivel de vida, no bastan medidas económicas, sino que es necesaria también la estabilidad y la preparación de los cuadros administrativos. La ayuda y asesoramiento para esta importante empresa, los reciben de las Comisiones de Asistencia Técnica de las Naciones Unidas y de los Estados Unidos, pero el desarrollo y rápido arraigo de esta