

Columnas

domingo, 3 de noviembre de 2019



Recibe notificaciones de las noticias más importantes del día.

NO, GRACIAS
RECIBIR

PUNTO DE VISTA

Por [Karla Sustache](#)



martes, 20 de agosto de 2019



Es tiempo de hacer "relaciones públicas" a las relaciones públicas

Comprar votos, crear cuentas falsas, engañar, presentar argumentos erróneos, interferir en la opinión pública para adelantar causas aún en contra del bienestar social... esas "estrategias" no son relaciones públicas.

Constantemente leo en redes sociales y escucho en diversos medios el término relaciones públicas atado a la trampa, a la ventajería o al "lavado de caras". Hay que comenzar a llamar las cosas por su nombre y reconocer las diferencias entre relaciones públicas y propaganda.

La propaganda es aquella que presenta solo un aspecto de la noticia o situación, es la que persuade e incita a tomar acción desde los micrófonos de un analista pago o de un twittero bajo sueldo, por mencionar dos modelos de estos tiempos. Las relaciones públicas toman en consideración las diversas opiniones de los sectores y buscan un espacio para educar sobre diferentes causas, movimientos, presentar nuevos productos o dar a conocer algún evento, por solo mencionar algunos ejemplos.

Las relaciones públicas tienen que estar basadas en hechos, datos reales y fiables. No se puede comunicar sin

estudiar el asunto en cuestión y sin hacer un análisis que considere el impacto de lo que se pretende comunicar. Por ejemplo, no puedo decir que "x" producto es el mejor así por que sí; debo tener datos que lo prueben, conocer el impacto que ha generado, cómo es visto por la competencia, por los usuarios y debo conocer sus fortalezas y debilidades. Para decir que "x" producto es el mejor, se pauta un anuncio y esto es publicidad. Para repetir por todos lados que "x" producto es el mejor, está la propaganda.

Cuando mezclamos propaganda y relaciones públicas, y utilizamos el término relacionista en vez de propagandista, entramos en error afectando una industria de servicios con sólida presencia en Puerto Rico.

Han sido miles los esfuerzos que se han logrado en el país como parte de un programa de relaciones públicas. Estos se trabajan con estrategia, ética y un alto compromiso con el bienestar común. Por lo menos eso es lo que se enseña en la academia y a eso es lo que se debe aspirar. No se puede llevar a cabo un proyecto de país con propaganda. Los grandes proyectos que buscan generar cambios sociales deben incluir a un relacionista profesional.

Como en todas las profesiones, siempre existen ángeles caídos que movidos por la avaricia y el poder consiguen entrevistas en la televisión o en prensa, y llaman a eso relaciones públicas. Sepa que detrás de cada aparición pública debe de haber un esfuerzo concertado para llevar la verdad y promover un mensaje íntegro. La integridad es lo que se juega en cada acercamiento a los medios y en cada entrega a los públicos que impactamos.

Por mi parte llevo un mensaje consistente a favor del desarrollo del capital nativo, por lo tanto mis clientes son exclusivamente pymes y organizaciones sin fines de lucro. No puedo promover una causa y tener la cuenta de una multinacional que desplaza a empresas locales. Pero esa soy yo. Yo confío que los colegas, o a los que pueda llamar así, mantengan su integridad y no se dejen seducir por la fama o por el status. Si usted va a hacer propaganda, hable claro y déjelo saber, pero como relacionista profesional no se venda.

Otras columnas de Karla Sustache

TAGS:

[Publicidad](#) [Relaciones públicas](#) [ventas](#)

 Ver 0 comentarios



Sobre este columnista

La autora es empresaria, consultora y relacionista profesional.



Newsletter de Opinión

Regístrate para recibir el newsletter gratuito de Opinión.

QUIERO REGISTRARME

Más Columnistas

- Anamín Santiago
- Rukmini Valle
- Mirelsa Modestti González
- Carmen Maldonado González
- Elga del Valle La Luz
- Jorge Schmidt Nieto
- Mayra Montero
- Fernando Cabanillas

Más en Opinión

ÚLTIMAS

-  **Walter Mercado: solidario con los artistas**
hace 2 minutos
-  **La inspiración de Walter Mercado**
-  **¡Buen viaje, Walter querido!**
-  **Reconstrucción para Puerto Rico, ¿sí no no?**
-  **Vivir o sobrevivir, el absurdo de los \$7.25**
-  **Temporada de huracanes para Trump**
-  **Recursos Naturales: desde lejos la corrupción**
-  **Eliminar un gen defectuoso ya no es ciencia ficción**



Mejores Patronos: Aspiración que debe ser colectiva



El gran "comeback" de lo escrito

+VISTAS

+COMPARTIDAS



¿Quiénes somos?

FAQ

Contáctanos

Tarifario

Términos y Condiciones

Política de Privacidad



© Derechos Reservados 2019