

Fuentes de la Comunicación Empresarial e Institucional

Fernando Martín Martín

Partiendo del doble concepto dado por la Real Academia Española sobre *fuerza* "principio, fundamento u origen de una cosa" y "documento, obra o materiales que sirven de información o de inspiración a un autor", y aplicándolos a la Información / Comunicación y en particular a la Comunicación Empresarial e Institucional, sería necesario diferenciar entre las tradicionales Fuentes que componen las llamadas "Ciencias de la Información / Comunicación" y posteriormente las correspondientes a la *Comunicación Empresarial e Institucional* y a las *Relaciones Públicas*, acompañadas de sus *Legislaciones* respectivas.

FUENTES DE LAS CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN / COMUNICACIÓN

Según Benito "el reconocimiento de la función pública de la *Prensa* lleva implícito su utilización como *Fuente histórica*, lo cual proporciona al *Periódico* y, posteriormente, a las demás *actividades informativas*, una nueva dimensión, por estos motivos, como *Fuente histórica*, son una ayuda complementaria que debe verificarse siempre" (1).

Desarrollo total de la sociedad. que actualmente se denominan *Medios de Comunicación social*:

- Teniendo en cuenta las *líneas maestras* de la historia del hecho informativo, que conforman lo Transmisión de las noticias
- Evolución en el arte de imprimir.
- Desarrollo de los Medios audiovisuales.
- Conversión del Periodismo en empresa económica.

Observamos que este papel positivo de los *Medios de Comunicación* como Fuente histórica sólo es posible considerarlo dentro del marco del *Derecho Mundial de la Información* y en el estudio de la *Declaración Universal de los Derechos Humanos*, proclamada por las Naciones Unidas el 10 de Diciembre de 1948 y de la que resaltamos las siguientes *Libertades y Derechos sociales* (2):

- Libertad de acceso a los hechos, a las Fuentes de las noticias.
- Libertad de circulación de las noticias en todos los sentidos.
- Libertad en la constitución de entes dedicados a la Información.
- Libertad de difusión pública de las informaciones.
- Derecho a una reglamentación jurídica de estas libertades que especifique también las responsabilidades.
- Derecho del público a ser informado adecuadamente a sus necesidades.

Garantía internacional para el ejercicio por todos, de estas libertades y derechos.

Pero debemos dar paso al porqué de las llamadas *Ciencias de la Información / Comunicación* basadas en esa Fuente histórica de los *Medios de Comunicación social*, para ello analizamos lo que indica D'Ors "Ciencia quiere decir conocimiento, pero no todo conocimiento es científico, sino que debemos distinguir entre el conocimiento vulgar y el científico. El vulgar es común a

todos los hombres, pero el individual y subjetivo, en tanto que el conocimiento científico es propio de los que a él se aplican, es colectivo y objetivo " (3).

El concepto de las *Ciencias de la Información/ Comunicación* nace dando respuesta social como papel que la Información desempeña en la vida humana, tanto individual como social y explicando el conocimiento científico de lo que ha ocurrido y ocurre, entre la Información y dicha sociedad.

Hasta que el profesor belga de la Universidad Libre de Bruselas, *Roger Clause*, creó en 1946 la primera *Licenciatura en Periodismo y Comunicación Social*, históricamente el tratamiento científico de la *Información/ Comunicación* ha seguido la siguiente evolución (4):

- Hasta 1930, la Información fue estudiada científicamente desde el ámbito de los saberes humanísticos: Historia, Filosofía, Literatura, Política y Derecho.
- A partir de los años 30, se comienza a estudiar el fenómeno con los métodos empíricos y cuantitativos de la Sociología.
- Después de 1950, se observa una búsqueda de una Ciencia propia de la Información/ Comunicación, basada en las corrientes integradoras de Europa y Estados Unidos, y apoyadas por Rusia, Japón y algunos países de América Latina (5).

En función de esta evolución permanente, el futuro de las *Ciencias de la Información / Comunicación* busca conceptos unificadores y estudios interdisciplinarios.

La variedad en la terminología de los países de lengua alemana, es un reflejo de la evolución científica operada en *Europa*: desarrollo y progresiva ampliación de las técnicas informativas dirigidas al gran público, y la influencia de los métodos cuantitativos aplicados al análisis de la Prensa en *Estados Unidos* desde 1930.

En 1967 *Schramm* resalta sobre estos temas "hace veinticinco años podía ser factible decir que la investigación del Periodismo es investigación de Prensa, pero las mismas *Escuelas de Periodismo* y la primera *Licenciatura* creada, han resuelto este punto de vista interesándose en el estudio de la *radio, televisión, fotografía, revistas y publicidad*, creando *Institutos de Investigación y Programas* cuyos intereses varían por todo el campo de la Comunicación" (6).

En concreto, el concepto básico que sirve de arranque a las distintas disciplinas que actualmente se ocupan de la Información, entiende que ésta hace siempre referencia a la transmisión o difusión de mensajes, saberes, que se emiten de un polo emisor a un polo receptor o que circulan entre polos igualmente activos, que se enriquecen mutuamente (7).

Por lo tanto las *Ciencias de la Información/ Comunicación* según Benito, investigan el hecho social del diálogo público que se establece a través de los llamados Medios de Comunicación social y sus distintos elementos (8).

América y Europa son los continentes que han contribuido más al desarrollo de las *Ciencias de la Información/ Comunicación*, sobre todo Estados Unidos con su aportación de marcado carácter sociológico, ha sido la de mayor cantidad bibliográfica científica, volcada al estudio de los factores económicos y políticos del proceso informativo (9).

Nixon indica que "no se debe confundir *Información* con *Comunicación*, pues ésta última es la consecuencia sociológica del proceso y el proceso es la Información" (10).

Comunicar no es otra cosa que poseer algo en común, según el término latino *Communis*(Común).

En definitiva podríamos concretar que las *Fuentes de las Ciencias de la Información/Comunicación* son (11):

- Estudio histórico de la *Prensa* y resto de *Medios de Comunicación social*.
- *Modelos comunicativos* americanos:
 - Diagrama comunicativo de *Lasswell-Nixon*.
 - Aportaciones gráficas de *Schramm*.
 - Modelo de *Westley- MacLean*.
 - Cuadro de *Rao*.
 - Teoría matemática de *Shannon-Weaver*.
 - Esquema social de la *Comisión Federal de Comunicaciones de los Estados Unidos*.
 - Isomorfismo del significado de *De Fleur*.
 - Modelo de los componentes de la Comunicación de *Berlo*.
- *Modelos comunicativos* europeos:
 - Técnica social de *Fattorello*.
 - Cuadros profesionales de *Clausse*.
 - Proceso seriado de *Maletzke*.
- Sociodinámica de la cultura de *Moles*.

FUENTES DE LA COMUNICACIÓN EMPRESARIAL E INSTITUCIONAL Y DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

Una vez establecidas las principales *Fuentes de las Ciencias de la Información/Comunicación* es imprescindible, dentro de ellas, centrarnos en el análisis y estudio de las propias de la *Comunicación Empresarial e Institucional y de las Relaciones Públicas*.

Observamos como ese estudio histórico de la *Prensa* y del resto de *Medios de Comunicación social*, unidos a los *Modelos comunicativos americanos y europeos* nos adentran en las *Fuentes* concretas de esta *asignatura*, indicando *Arceo* que "el bagaje teórico- técnico de la *Comunicación Empresarial e Institucional y Relaciones Públicas*, como el de otras disciplinas de su género social, se ha producido a través de una mezcla incesante, dependiendo del momento y lugar, de postu-lados científicos y de teorías de trabajo" (12).

Para *Arceo* las *Fuentes básicas* son las siguientes:

- *Enfoque periodístico*:
 - Teoría y técnica de *Lee*.
 - "Public Opinion" de *Lippmann*.
 - "Crystallizing Public Opinion" de *Bernays*
 - "Public Information Model" de *Grunig y Hunt*.
 - "Public Relations Handbook" de *Lesly*.
 - "Effective Public Relations" de *Cutlip, Center y Broom*.
- *Publicidad y Propaganda* :
 - "Practical Public Relations" de *Harlow y Black*.
 - "Public Relations" de *Bernays*.
 - "Public Relations. Principles, Cases and Problems" de *Moore*.

- "The Engineering of Consent" de *Bernays*.
- "Social Science in Public Relations" de *Harlow*.
- "Handbook of Public Relations" de *Stephenson*.
- "Your Future in Public Relations" de *Bernays*.
- Biography of an Idea: Memoirs of Public Relations Counsel E.L. Bernays" de *Bernays*.
- *Comunicación persuasiva de masas:*
 - "The Effects of Mass Communication" de *Klapper*.
 - "Managing Public Relations" de *Grunig y Hunt*.
 - "Public Relations. What Research Tells Us" de *Pavlik*.
- *Business management :*
 - "Public Relations Management by Objectives" de *Nager y Allen*.
 - "Public Relations: Strategies and Tactics" de *Wilcox, Ault y Agee*.
 - "Using Research in Public Relations. Applications to Program Management" de *Broom y Dozier*.
 - "Excellence in Public Relations and Communication Management" de *Grunig*.
 - "Manager's Guide to Excellence in Public Relations and Communication" de *Dozier y Grunig*.

Con respecto al *Enfoque periodístico* y según *Gruning y Hunt* (13) el modelo de práctica de la *Comunicación Empresarial e Institucional y Relaciones Públicas* que denominan *Public Information Model/ Agente de Prensa*, comenzó a comienzos del siglo XX (1906) en los Estados Unidos de América de la mano del periodista y agente de Prensa *Ivy Led- better Lee* (padre de la Comunicación Empresarial e Institucional y de las Relaciones Públicas), que ofreció la primera contribución seria al cuerpo teórico y técnico de esta actividad comunicativa, separando claramente lo que es la *Información* de la *Publicidad*, con la ayuda posterior del también comunicador americano *George Creel*, indicando que "la labor que desarrollamos en nombre de las empresas e instituciones consiste en facilitar a la prensa y al público de los Estados Unidos materia informativa, rápida y precisa sobre todo asunto cuyo valor e interés le haga merecedor de ser conocido por ellos".

En 1923 *Edward L. Bernays*, como pionero en la docencia superior de la materia en la Universidad de New York, escribió el primer libro sobre la misma (14), y junto a *Lee y Creel* perteneció al *Committe on Public Information* del gobierno americano en la primera Guerra mundial.

Bernays aludiendo a la necesidad de investigar a los públicos y tener en cuenta la opinión pública, abogó desde los años veinte por una superación clara de la *referencia periodística* como fundamental para esta materia estudiada.

También son *Fuentes* de la materia, como anteriormente indicábamos las relacionadas, directa o indirectamente, con la *Teoría y Técnica de la Publicidad y la Propaganda*, analizada en la segunda Guerra mundial, cuando el Gobierno de los Estados Unidos creó la *Office of War Information*, que dirigida por el también periodista *Elmer Davis*, llevó a cabo una impresionante actividad comunicativa, que contó con profesionales de la *Publicidad, Propaganda* y de la *Comunicación Empresarial e Institucional y Relaciones Públicas*. Así como las vinculadas directa o indirectamente con las *Teorías y Técnicas de Comunicación Persuasiva de masas* y el *Business Management*.

Como aporta *Solano* " la Comunicación Empresarial e Institucional y Relaciones Públicas surgen a la vida, cuando una determinada sociedad adquiere plena conciencia de que existe una necesidad de intercomunicación social y, al propio tiempo, de que el modo presuntamente idóneo para satisfacerla exige unos conocimientos o aptitudes y un esfuerzo susceptibles de construir una profesión autónoma y esto ocurre indudablemente a principios del siglo XX y en los Estados Unidos de América, comenzando a generalizarse en la literatura empresarial de fines del siglo XIX y comienzos del XX y ceñido al sector de los ferrocarriles" (15).

Para *Solano* la *materia* se desarrolla en los siguientes cuatro *Períodos*: *Período 1900-1914*, *Período 1914-1918*, *Período 1918-1929* y *Período 1929-1939/ 1939-1945* y *1945-2000*, en los que se van aplicando las siguientes *Fuentes* (16) :

- Métodos de investigación sociológica de la "*Gestalt*", *Bardano*, *Piaget* y *Meyerson* :
 - Métodos cuantitativos de *Lasswell*, *Bardin*, *Berelson* y *Bourbon*.
 - Métodos cualitativos o antropológicos de *Radcliffe-Brown*, *Cancian*, *Goldman*, *Durkheim*, *Cazeneuve*, *Balle* y *Akoun*.
- Métodos psicossociológicos de *Allport*, *Simmel*, *Wright*, *Weber*, *Parsons*, *Znaniucky*, *Gurvitch*, *Sherif* y *Torregrossa*.
- Técnicas especializadas de Investigación de *Hollander*, *Pardinas*, *Eysenck*, *Frank*, *Bogardus*, *Thurstone*, *Lickert*, *Guttman*, *Laplanche* y *Porta-lis*.
- Métodos comunicológicos de *Verón* y *Bueno*
- Análisis de contenidos de *Lasswell*, *Bardin*, *Berelson*, *Lazarsfeld*, *Osgood* y *Paisley*.
- Fórmulas de legibilidad de *Haas*, *Flesh*, *Dale-Chall*, *Gunning* y *Taylor* .
- Método de aplicación de la Comunicación y Relaciones Públicas de *Gelinier*.

Para *Noguero* la "Comunicación Empresarial e Institucional y Relaciones Públicas están insertas en la Política de Comunicación de la Dirección en cualquier organización, habida cuenta que constituyen una actividad irrenunciable de la función de gestión y mantenimiento de las relaciones comunicativas que toda empresa o institución establece con su medio y sus públicos, internos y externos, caracterizándose por sí misma al margen de otras disciplinas de la Comunicación como: la -información periodística-, la -información de interés público o Publicity-, la -Publicidad o Advertising-, el -Marketing-, la -Propaganda-, los -Asuntos públicos o Public Affairs- y la -actividad de Grupos de presión o lobbying-" (17).

Por tales motivos *Noguero* realiza una inspección de carácter enciclopédico de los factores y elementos o *Fuentes* que ayudan a sustentar la estructura en torno a la formación de la *Teoría de la Comunicación Empresarial e Institucional y Relaciones Públicas*, así como mediante un proceso integrador que contenga a las diferentes *Teorías* existentes, con la utilización de los siguientes *Modelos comunicativos* (18):

- Modelo del Proceso de las Relaciones Públicas de *Cutlip* y *Center*.
- Modelo de las Cuatro Etapas de *Cutlip*, *Center* y *Broom*.
- Modelo Circular de *Stephenson*.
- Modelo de la fórmula RACE de las Relaciones Públicas de *Marston*.
- Circuito de las Relaciones Públicas de *Lesly*.
- Modelo del Sujeto Receptor de *Lesly*.
- Modelo Político de las Cuatro Etapas de *Penn Hudson*.
- Modelo de la Fórmula Básica de *Garrett*.
- Modelo del Programa de Progreso de *Radock*.
- Modelo de la Cámara de Comercio de los EEUU de *Steinberg*.

- Modelo o formulación gráfica del Proceso de las Relaciones Públicas de *Simon*.
- Modelo del Proceso de las Relaciones Públicas de *Wylie*.
- Modelo de *Nolte*.
- Modelo de los Públicos de *Cutlip, Center y Noguero*.
- Modelo de las Relaciones Públicas como Proceso de *Simoës*.
- Modelo de Gestión de las Relaciones Públicas de *Noguero*.
- Modelo de los Sujetos de las Relaciones Públicas de *Noguero*.
- Modelo del Subsistema Organizacional con referencia a las Relaciones Públicas de *Grunig y Hunt*.
- Modelo del Proceso de las Relaciones Públicas desde el enfoque de la Teoría General de Sistemas de *Long y Hazelton*.
- Cuatro Modelos de Relaciones Públicas de *Grunig y Hunt y Noguero*.

Modelo de Estructura Educativa diseñada para el desarrollo de la práctica profesional de las Relaciones Públicas en *Hong Kong*

Martin aporta su opinión sobre las *Fuentes* de la *materia*, desde su *enfoque periodístico*, indicando que también existen unas concretas *Teo-rías y Tesis Clásicas y Humanísticas* imprescindibles para su desarrollo teórico y profesional en la Comuni-cación Interna y Externa de toda Empresa o Institución, siendo las siguientes (19):

- Teorías de *Taylor, Fayol y Weber*.
- Tesis Clásicas y Humanísticas de *Jablin y Galbraith*:
 - Década o *Era de la Información*.
 - Década de la *Comunicación descen-dente*.
 - Década de las *Redes comunicacionales*.

Década de los *Ambientes, Redes de Comunicación y nuevas Tecnologías*.

FUENTES ESPECÍFICAS DEL DERECHO NACIONAL E INTERNACIONAL

Finalmente debemos tener en cuenta unas determinadas *Fuentes específicas* del Derecho Nacional e Internacional que sirven de apoyo a las *Fuentes tradicionales* de la *Comunicación Empresarial e Institucional y de las Relaciones Públicas*, que según *Martín* son las siguientes (20):

- *Normativas Internacionales* :
 - Declaración Universal de Derechos Humanos de Nueva York, 10.12.48.
 - Convenio para la Protección de los Derechos Humanos y de las Libertades Fundamentales de Roma, 4.12.50 y rectificado en Madrid, 26.9.79.
 - Convenio Europeo sobre Televisión Transfronteriza, de Estrasburgo, 5.5.89.
 - Código Europeo de Deontología profesional de la Comunicación y Relaciones Públicas de Lisboa, 16.4.78 y rectificado en Lisboa, 13.5.89.
 - Código Europeo de Deontología del Periodismo del Consejo de Europa - Estrasburgo, 2.7.93.
- *Normativas Nacionales*
 - Ley 14/ 1966 de 18 de Marzo, de Prensa e Imprenta.

- Decreto 750/ 1966 de 31 de Marzo, sobre el deber de inserción de notas o comunicaciones de la Administración y derecho a obtener información del Gobierno, Administración y Entidades públicas.
- Decreto 2070/ 1971 de 13 de Agosto, por el que se regulan los Estudios de Periodismo y demás Medios de Comunicación Social en la Universidad española.
- Decreto 2478/ 1971 de 17 de Septiembre, de creación de las Facultades de Ciencias de la Información.
- Ley 2/ 1974 de 13 de Febrero, de Colegios profesionales, modificada por la Ley 74/ 1978 de 26 de Diciembre.
- Decreto 3169/ 1974 de 24 de Octubre, y Orden Ministerial de 1.7.75, de creación del Instituto Nacional de Publicidad como entidad autónoma adscrita al Ministerio de Información y Turismo.
- Decreto 1092/ 1975 de 21 de Abril, por el que se crea el Registro Oficial de Técnicos en Relaciones Públicas.
- Decreto 1057/ 1976 de 8 de Abril, por el que se determinan los plazos para la solicitud de inscripción en el Registro Oficial de Técnicos en Relaciones Públicas.
- Real Decreto 1201/ 1977 de 3 de Mayo, sobre el ejercicio de la actividad profesional de las personas inscritas en los Registros Oficiales de Técnicos de Publicidad y de Relaciones Públicas y de los Licenciados en Ciencias de la Información (Sección de Publicidad y Relaciones Públicas),
- Real Decreto 2648/ 1978 de 27 de Octubre, por el que se aprueba el Plan Técnico Nacional de Radiodifusión Sonora.
- Constitución Española/ BOE de 29.12.1978.
- Ley 4/ 1980 de 10 de Enero, de Estatuto de la Radio y la Televisión.
- Ley 10/1988 de 3 de Mayo, de Televisión privada.
- Ley 34/ 1988 de 22 de Noviembre, General de Publicidad.
- Real Decreto 169/ 1989 de 10 de Febrero, por el que se aprueba el Plan Técnico Nacional de Radiodifusión Sonora en Ondas métricas con Modulación de Frecuencia.
- Código Deontológico de la Federación de Asociaciones de la Prensa de España (Fape), de Madrid, 27.11.93.
- Ley 12/ 1995 de 22 de Diciembre, de Teleco-municaciones por Cable.
- Código de Etica de la Asociación Española de Empresas Consultoras en Comunicación y Relaciones Públicas (Adecec), de Barcelona,1996.
- Ley 12/ 1997 de 24 de Abril, de Liberalización de las Telecomunicaciones.
- Ley Orgánica 2/ 1997 de 19 de Junio, regulado de la Cláusula de Conciencia de los profesionales de la Información.

Real Decreto 1287/ 1999 de 23 de Julio, por el que se aprueba el Plan Técnico Nacional de Radiodifusión Sonora Digital Terrena.

NOTAS

(1) BENITO JAEN, Angel. Fundamentos de la Teoría General de la Información. Madrid, Edit. Pirámide, 1982, pp. 55-57.

(2) GOMEZ APARICIO, Pedro. Un acontecimiento grave en el mundo de la Información. "Nuestro Tiempo", nº 49, Julio 1957.

- (3) D'ORS, Alvaro. Sistema de las Ciencias. Pamplona, Edit. Eunsa, 1969, p.7.
- (4) BERLO, David K. El proceso de la Comunicación. Buenos Aires, Edit. Ateneo, 1972, pp.19-31.
- (5) NIXON, Raymond. Investigaciones sobre Comunicación colectiva, rumbos y técnicas. Quito, Edit. Ciespal, 1963.
- (6) SCHRAMM, Wilber. Introducción a la investigación en la Comunicación colectiva. Quito, Edit. Ciespal, 1967, p. 1.
- (7) CLAUSSE, Roger. Sociología de la Información. Quito, Edit. Ciespal, 1968, p.180.
- (8) BENITO JAEN, Angel. *Fundamentos de la ...*, Op. cit., p.115.
- (9) FLEUR, Melvin L. de. *Teorías de la Comunicación masiva*. Buenos Aires, Edit. Paidós, 1972, p. 200.
- (10) NIXON, Raymond. *Investigaciones sobre ...* Op, cit., pp. 70-84.
- (11) BENITO JAEN, Angel. *Fundamentos de la ...*, Op. cit., pp. 187- 219.
- (12) ARCEO VACAS, José Luis. *Tratado de Publicidad y Relaciones Públicas*. Madrid, Edit. Icie-Ucm, 1999, pp. 32-49.
- (13) GRUNIG, J. y HUNT, T. *Managing Public Relations*. Fort Worth TX, Edit. Harcourt Brace & Co., 1994.
- (14) BERNAYS, Edward L. *Cristalizando la Opinión Pública*. Barcelona, Edit. Gestión 2000, 1998.
- (15) SOLANO FLETA, Luis. *Fundamentos de las Relaciones Públicas*. Madrid, Edit. Síntesis, 1995, pp. 147-166.
- (16) SOLANO FLETA, Luis. *Fundamentos de las ...* op. cit., pp. 229-248.
- (17) NOGUERO i GRAU, Antonio. *La función social de las Relaciones Públicas: historia, teoría y marco legal*. Barcelona, Edit. Eub,1995, pp. 47-48.
- (18) NOGUERO i GRAU, Antonio. *La función social de las ...* op., cit., pp. 71-127.
- (19) MARTIN MARTIN, Fernando. *Comunicación Empresarial e Institucional*. Madrid, Edit. Universitas-APM, 1999, pp. 17-21.
- (20) MARTIN MARTIN, Fernando. *Comunicación Empresarial e ...* op., cit., pp. 21-25.