

RELACIONS
RRPP
PÚBLIQUES

Edward L. Bernays, a l'any 1923, va ser el primer en anomenar **Relacions Públiques** a la professió que fins a aquell moment no tenia una forma concreta de denominar-se. Segons Bernays *"les responsabilitats de l'assessor en RRPP abasten la direcció i supervisió de les activitats públiques en tot el que es refereix a la vida quotidiana del públic"*. En la declaració oficial que va fer la **Public Relations Society of America**, la funció directiva abasta *"Anticipar, analitzar e interpretar l'opinió pública....Aconsellar a tots els nivells de direcció d'organització envers les decisions estratègiques...davant la ciutadania...Investigar, dirigir i avaluar ... programes d'acció i comunicació, per aconseguir l'enteniment d'un públic informat...Planificar e implantar les accions de l'organització per influenciar o canviar la política pública. Fixar objectius, planificar, pressupostar, contractar i formar el personal desenvolupant serveis...Dominar coneixements molt diversos ... i aptituds per portar a terme estudis d'opinió, anàlisi de problemàtiques públiques, relacions amb els mitjans de comunicació, mailing, publicitat institucional, publicacions ..."*

Més endavant l'**Institute of Public Relations**, al Regne Unit, el 1948 i corregida el 1987, va definir: *"la pràctica de les RRPP és l'esforç planificat i sostingut per establir i mantenir la bona voluntat i la comprensió mútua entre una organització i els seus públics"*. **Sam Black**, un altre pare fundador de les relacions públiques, defineix: *"La pràctica de les RRPP és l'art i la ciència d'aconseguir l'harmonia amb l'entorn per mitjà de la comprensió mútua basada en la veritat i en una informació completa"*.

Una de les característiques que treballa **Antoni Noguero** en el seu llibre **Información y técnicas de RRPP** és la idea de la imatge que explica com *"...l'estudi i tractament d'una empresa o institució, en un sentit ampli, però sempre des de la perspectiva de la imatge pública i de les seves diferents implicacions en un univers de públics"...* la imatge pública en l'activitat de les RRPP ha de ser entesa en la mesura que desperta la confiança". Amb aquesta idea podríem convertir les RRPP en un circuit on la investigació de l'organització d'un grup, entitat, servei o activitat es redireccioni per a que a través de la informació i la comunicació es projecti una imatge correcta de l'acció que es pretén crear, modificar o corregir.

Actualment volem destacar que el professional de les RRPP ha d'estar en contacte amb tots els àmbits de la comunicació i les xarxes socials on es creen les tendències i es transmeten informacions sobre els posicionaments socials de les comunitats arreu del món.

La Facultat de Ciències de la Comunicació de la UAB ofereix el Grau de Publicitat i Relacions Públiques des de l'any 1992. La Biblioteca sempre ha estat molt atenta a recollir i adquirir el màxim de la bibliografia per donar suport a les matèries vinculades a aquests estudis. En aquesta exposició volem fer una petita mostra dels recursos documentals que tenim a l'abast de l'estudiant que vulgui professionalitzar-se en aquest sector.

Presentem uns exemples de la història de la teoria de les Relacions Públiques a Estats Units, Europa i alguns llibres dels professors de la nostra facultat amb diferents suports.

