



Modelos de relaciones públicas a través de las “relaciones confidenciales”

Yolanda Cabrera García-Olchoa, María José Pérez Serrano
Universidad San Jorge

*Some professions are firmly rooted and established in our society. Nobody asks what a doctor, a lawyer or a teacher does, perhaps because we all have, at one point or another required their services. But other commonly known professions are set in our collective imagination thanks to their rendition by the media, in particular by commercial films. The aim of this article is to analyze how the public relations professional's profile is constructed, to see how through a fictional character, the four PR models proposed by Grunig and Hunt in their work *Managing Public Relations* (1984) develop, and to consider how these four models continue to be valid today and give rise to very different ways to understand and develop PR. Taking the American film *People I Know* as an object of analysis, a comprehensive examination of its main character illustrates various aspects that are specific to public relations, highlighting in particular those relating to the media, government bodies or lobbyists. The different aspects developed by the film's main character, Eli Wurman, give a detailed picture and allow us to more deeply reflect on the construction of the public relations professional. Its common traits with some of the essential foundations of the very definition of PR are also identified.*

KEY WORDS: public relations models, the public relations professional's profile.

PALABRAS CLAVE: modelos de relaciones públicas, perfil profesional relaciones públicas.

Hay muchas profesiones arraigadas y consolidadas en nuestra sociedad y nadie duda de cuáles son las funciones o actividades que realiza un médico, una abogada o un profesor, quizá porque todos, en alguna ocasión, hemos necesitado de los servicios de uno de estos profesionales. Sin embargo, existen otras profesiones comúnmente conocidas que se instalan en el imaginario colectivo gracias a la construcción que los medios de comunicación, y



muy en especial el cine comercial, han hecho de ellas. Esta comunicación tiene como objetivo analizar la construcción del perfil profesional de un relaciones públicas y ver cómo a través de un personaje de ficción se desarrollan los cuatro modelos de RR PP propuestos por Grunig y Hunt en su obra *Managing Public Relations* (1984) y cómo estos cuatro modelos siguen vigentes en nuestros días y dan lugar a formas muy diferentes de entender y desarrollar las RR PP.

Tomando como documento de análisis la película norteamericana *Relaciones confidenciales* (*People I Know*) se realiza un exhaustivo seguimiento del personaje protagonista y se ejemplifican las diferentes funciones propias de las relaciones públicas destacando especialmente las que afectan a la relación con los medios de comunicación y las relaciones con los órganos de poder o relaciones de *lobbying*.

Metodología

Para el análisis del protagonista de esta película, se sigue el modelo propuesto por Francisco Cabezuelo y Blanca Peinado (2009), en el que se aplican una serie de variables de observación –perfil del personaje, su entorno, modelo de las RR PP que desarrolla y las diferentes funciones que realiza dentro de cada uno de ellos y que permiten reforzar o desterrar algunos de los tópicos y estereotipos que sobre este perfil profesional ha consolidado el discurso mediático a través del cine–. Además, se comprueba si se produce una correspondencia entre la descripción teórica aportada por destacados teóricos del campo de las RR PP –Grunig, Hunt, Wilcox y Cameron– y cómo esta construcción mediada afecta a la credibilidad del profesional de las RR PP.

Desarrollo

Los créditos y las imágenes introductorias de la película permiten hacer un breve pero ilustrativo recorrido por la vida y los éxitos profesionales del protagonista de la película, Eli Wurman, un reputado relaciones públicas que ahora atraviesa una mala racha y vive y trabaja en la ciudad de New York.

Los recortes de prensa, las fotos dedicadas, las cartas de agradecimiento y reconocimientos muestran al personaje en la cima de su carrera junto a notables representantes del mundo de la política, la cultura, el arte, el deporte, que ponen de manifiesto lo que el título de la película en versión original refuerza, la importancia para un profesional de las relaciones públicas de su agenda de contactos, sus conocidos “People I know”.

Jilly

Si por casualidad conoces a alguien, ni le saludes.

Eli





Será difícil, conozco a todo el mundo (al instante)
¡Qué raro! No conozco a la gente que dirige esto

Será su habilidad para gestionar, mantener o consolidar estas relaciones lo que le llevará a conseguir sus diferentes objetivos. Estas imágenes en blanco y negro dan la primera pista al espectador de que el protagonista se ha codeado con la elite de la sociedad norteamericana de los años sesenta-setenta. Muestran a un Eli Wurman joven, triunfador, en la cima de su carrera a la edad de 35-40 años, y nos dan la pista del tipo de trabajo en el que se encuentra inmerso en la actualidad gracias al audio de la locución en *off*:

Pertenezco a una comisión pro derechos entre negros y blancos en Nueva York, una comisión de derechos civiles extraoficial, vamos a celebrar una gala benéfica en el Palm... ya sabes para unir a la gente de Harlem, necesito que vengas, necesito un voto de confianza.

Análisis del personaje protagonista



Durante toda la película, que narra las últimas 48 horas en la vida de este relaciones públicas, son continuas las llamadas y en algunos casos las súplicas de este agente para conseguir el apoyo y la asistencia de algunos personajes relevantes a su gala. Ha perdido su poder de convocatoria, es un

perdedor, un derrotado y su única fuente de ingresos es el pago mensual de un actor oscarizado, Cary Launer, al que más que hacerle de relaciones públicas, le gestiona asuntos escabrosos, como el que da pie al inicio de la película.

La primera imagen que vemos del protagonista en la actualidad nos enfrenta a la realidad del personaje y nos muestra el inexorable paso del tiempo. Una imagen bastante más desaliñada, un físico deteriorado y caduco, y desde el principio una tendencia casi suicida a la mezcla de alcohol y barbitúricos. La información que nos permite reconstruir la trayectoria vital y profesional del protagonista nos permiten catalogarlo como vividor, egocéntrico, vicioso, lascivo, vasallo, servicial, solitario, ambicioso, pero con un lado idealista y nostálgico. En la actualidad se nos presenta como un profesional de las RR PP en claro declive y con una menguada cartera de clientes y contactos, lo que le lleva a un total sometimiento, a las peticiones de su único cliente importante, que a mitad de la película intentará despedirle.



Su misión consiste en ir a la comisaría y pagar la fianza de una joven modelo, Jilli Hopper, a la que Cary ha traído para divertirse un rato y con la que ha acabado en un fumadero clandestino. En principio, parece una misión rutinaria, pero mientras Eli permanece a oscuras en el cuarto de baño del hotel de la chica, metido dentro de la bañera, observa cómo alguien le clava una inyección para simular una muerte por sobredosis. Se duerme, tumbado vestido dentro de la bañera cual Drácula, e incluso hace referencia a este personaje al ver su imagen desmejorada en el espejo del cuarto de baño. Abandona el hotel convencido de que la modelo permanece dormida y con la sensación de haberlo soñado todo, fruto de la mezcla de pastillas, drogas y alcohol. Esta escena será premonitoria de su trágico final pocas horas después.

Profundicemos ahora un poco más en la construcción del personaje y la definición de las RR PP a través de las características que se le atribuyen al personaje de Eli Wurman.

Discreción y gran capacidad de oratoria

Eli Wurman sabe que la información es poder y que de la correcta gestión de los datos que posee depende su supervivencia en el sector, que en este caso se traduce por su supervivencia real. La discreción es la mejor baza de un relaciones públicas, el ser capaz de mimetizarse con el medio y recopilar información con la que luego jugar sus cartas. Éste es uno de los consejos que Eli da a los jóvenes actores que intenta, sin éxito, representar: “El control es muy importante porque sin él se cae en el principal pecado que es la indiscreción”.

Formación académica

Como la mayoría de los personajes que el cine nos presenta trabajando en el ámbito de las RR PP, tampoco Eli Wurman posee una formación específica en la materia. En este caso, es graduado en Derecho por la Universidad de Harvard, pero nunca ejerció la abogacía. Presuponemos que tenía ante sí un futuro prometedor al ser el cuarto de su clase, pero en algún momento eligió un camino, que según parece apuntar el guión, no era el más recomendable, ni profesional ni personalmente. Toda esta información nos la facilita el personaje mientras es sometido a una prueba médica muy dolorosa en sus genitales.

Capacidad de negociación

A lo largo de la película, la obsesión del personaje está tan centrada en la organización de su gala que ni siquiera repara en que ha sido el único testigo de un asesinato hasta muy avanzada la trama. Aprovecha cualquier excusa, cualquier encuentro fortuito para intentar captar adeptos a su causa. En el fumadero de opio se encuentra con Elliot Sharansky, líder de la comunidad judía, un importante empresario y banquero con estrechas conexiones con el gobierno. Incluso en una situación tan comprometida, Eli vuelve a insistirle para que asista a su gala. Finalmente, gracias a su capacidad para la negociación aunque no exenta de chantaje, consigue que los principales líderes civiles acudan a la gala. Sin





embargo, vemos que tanto las adicciones como los problemas de salud del protagonista merman esa locuacidad innata.

Chantajista y manipulador

Aunque el único cliente de Eli recurre a él para que le solucione temas que trascienden el ámbito de las RR PP, es importante destacar la utilización que durante toda la película se hace del chantaje, el soborno y la manipulación en ambas direcciones. Acorralado y debilitado, Eli utilizará su único argumento convincente para conseguir llenar su gala de personalidades. Tiene la cámara digital con grabaciones que comprometerían tanto a su cliente, como a otros candidatos y representantes del puritanismo americano; todos ellos han sido grabados por la joven modelo en un burdel de lujo donde todas las perversiones y drogas están permitidas, hecho que se convierte en su mejor argumento para "convencer" a algunos invitados VIP: "Favor por favor, vendrás a mi gala en el Palm".

Relaciones familiares rotas, ser solitario

En muchas de las películas norteamericanas en las que aparece un relaciones públicas de éxito vemos que en la mayoría de los casos ha sacrificado la vida personal por el trabajo. Son personajes solitarios, de relaciones sentimentales fugaces y bastante infieles y egoístas. En el caso de Eli Wurman se confirman estas características del personaje. Sólo podemos ver su lado más vulnerable cada vez que su cuñada, Victoria Gray, aparece en escena; ella representa el mundo rural, apartado del vicio y la depravación de la gran ciudad, ella es su amor de juventud, quizá su primer amor, pero él prefirió centrarse en su carrera y ella se casó con su hermano. Tras el suicidio del hermano hace unos años, el destino les vuelve a dar una oportunidad y ella llega para convencerle de que abandone la ciudad y se vaya con ella a vivir al campo. Es la única persona con la que el protagonista puede mostrarse tal y como es, sin necesidad de fingimientos, de aparentar. Sus conversaciones con Victoria muestran el lado más débil y sensible del personaje.

Hábitos poco saludables

Como ya es habitual, el cine, sobre todo el norteamericano, asocia a estos profesionales hábitos de vida poco saludables. La principal característica que une a estos personajes de ficción es el hecho de tener grandes adicciones: tabaco, alcohol, drogas, sexo...

Eli Wurman no es una excepción, y su frágil salud se justifica por los excesos cometidos en el pasado pero también en el presente. Lo vemos caracterizado desde el primer momento como un fumador compulsivo con afición al alcohol y a la mezcla y combinación de diferentes sustancias. Durante este seguimiento del personaje, en poco más de 24 horas le vemos consumir éxtasis, fumar opio, tomar tranquilizantes, anfetaminas, fumar y beber alcohol sin parar.

Tendencias sexuales

El protagonista muestra una clara ambigüedad de gustos sexuales, sabemos que

ha mantenido relaciones con mujeres, y algunas de ellas se explicitan en la cita; sin embargo, sus miradas más lujuriosas se dirigen a chicos jóvenes muy bellos a los que, con la excusa de representar o promocionarles, se aproxima.

Al llegar al hotel con la joven actriz hay un intento frustrado y patético por ambas partes de mantener relaciones sexuales, lo cual resulta imposible por el precario estado de salud de Eli y por estar bajo efecto de un alto consumo de drogas por parte de la chica. Resulta curioso que cuando ella se le pone encima en la cama, ambos totalmente vestidos y exhaustos, él le dice que necesita algo romántico. Contrasta esta petición con el tipo de relaciones esporádicas que ha ido manteniendo a lo largo de su vida y con algunas de las alusiones ofensivas que hace de las mujeres con las que se ha relacionado: “Elsa, trabajaste para mí, te enseñé todo lo que sabes, te follé... Si pude contigo en la cama, también podré contigo aquí”.

Ingresos económicos

Aunque las fotos en blanco y negro muestran una etapa de esplendor y, por tanto, de grandes ingresos económicos, la situación económica de Eli es precaria. Lleva meses sin pagar a su único empleado y los proveedores ya no le fían por falta de liquidez. Su ayudante la abandona también y se lo comunica justo antes de empezar la gala.

Rechazo de los avances tecnológicos

La labor de los profesionales de las RR PP se ha desarrollado pareja al avance de la tecnología, y la digitalización de los contenidos y la telefonía móvil han beneficiado a este sector dinamizando y facilitando su trabajo. El protagonista se niega a aceptar estos avances tecnológicos y durante toda la película son frecuentes las negativas a llevar un teléfono móvil. Le vemos recurriendo siempre a cabinas o teléfonos fijos, y su agenda de contactos en formato papel, tan amarillento como sus dedos, contrasta con el despacho de un relaciones públicas en activo. No tiene ordenador y cuando guarda descuidado la cámara de vídeo y fotografías digitales, que resultan ser imágenes muy comprometidas para diferentes cargos y personalidades públicas, ni siquiera sabe lo que es.

Cary

¿Cuándo te vas a comprar un móvil?

Eli

No me van, y he oído que producen cáncer

Los modelos de RR PP de Grunig y Hunt

En 1984 estos autores consolidan un paradigma fijo y comúnmente aceptado de las RR PP a través de cuatro modelos. Se trata de modelos basados en la investigación empírica que se asienta en torno a dos ejes que marcan la forma de ejercer las RR PP en el seno de las organizaciones. Unas relaciones que pueden ser sincrónicas o



diacrónicas y unidireccionales o bidireccionales, y que dan lugar a cuatro estilos muy diferentes de entender y desarrollar esta profesión. El relaciones públicas de la película utiliza, aunque en diferente grado y forma, los cuatro modelos propuestos por los autores. A continuación pasamos a explicarlos y ejemplificarlos brevemente.

En el primer modelo, el más básico, denominado agente de prensa o publicity, nos encontramos con una actividad centrada en la propaganda y la búsqueda del beneficio de la organización mediante modelos de comunicación unidireccionales que difunden una información incompleta y sesgada para conseguir imponer una visión propia. Este modelo destaca por la nula investigación e implicación del receptor, al que como mucho se le pide la opinión a posteriori, y es el modelo menos recomendable para desarrollar esta profesión. Eli Wurman, como muchos de los personajes creados en la gran pantalla, recurre a este modelo, por ejemplo, cuando intenta promocionar sus espectáculos o su gala, asegurando la asistencia de unos invitados que no está confirmada ni cerrada. Este modelo nos muestra el lado menos amable y más manipulador del relaciones públicas, al margen, en ocasiones, de cualquier código ético y sólo preocupado por salvaguardar los intereses de sus clientes y su propia reputación.

Eli (a Cary)

Siempre vas a necesitar a alguien que te saque las castañas del fuego. Y debe ser alguien que se olvide de sus escrúpulos, que olvide tener alma, alguien capaz de hacer cualquier cosa y luego encubirla porque la lealtad la antepone a todo (...) Le he dicho a todo el mundo que estarás allí y mi reputación está en juego.

El segundo modelo corresponde al de información pública, con un carácter menos persuasivo y propagandista, ya que la información transmitida es completa y verídica, y se rige por los principios de la redacción periodística. No incorpora investigación, aunque a diferencia del anterior, el receptor se puede beneficiar, en cierta manera, al recibir esta información de interés. Los principales usuarios de este modelo serían la Administración Pública y las organizaciones sin ánimo de lucro. Eli Wurman tiene muchos rasgos compartidos con sus compañeros del periodismo, muchas técnicas comunes de las que ambos se benefician; ante alguno de sus interlocutores, la verdad se convierte en un arma valiosa. Este modelo, el menos utilizado por el personaje, lo emplea cuando se relaciona con algunos de los compañeros de los medios de comunicación, o cuando él mismo actúa más como periodista que como relaciones públicas. En esos intercambios de información, la verdad es importante y se respeta.

Por contraposición a estos dos modelos, unidireccionales y sincrónicos, encontramos los modelos bidireccionales y diacrónicos, que buscan un beneficio mutuo y establecen una vía de comunicación con el receptor y una solución pactada y dialogada a los conflictos.

El tercer modelo, bidireccional asimétrico, tiene como objetivo conseguir la persuasión científica para provocar un cambio de conducta o comportamiento en el receptor. Es muy importante la investigación científica centrada en saber

cuáles son la actitud y el comportamiento del sujeto ante determinados temas o situaciones, e inclinar la balanza a favor de la empresa, pero con unos argumentos avalados científicamente. Lo vemos con el protagonista en el inicio del film cuando se enfrenta al estreno de la obra de teatro y, a la mañana siguiente, recopilando las críticas, los comentarios del público y de los medios, propone cambios argumentales para mejorar el espectáculo. No se trata tanto de agradar al público, como de rentabilizar la inversión y conseguir la venta de entradas; pero la opinión del receptor es importante. Lo mismo sucede, cuando inmerso en la trama, el protagonista es presionado para que apoye la carrera política de algunos candidatos perjudicando a su propio cliente. La información y las imágenes que el relaciones públicas tiene en su poder conseguirían filtrarse en la prensa, favoreciendo claramente los intereses de algunos de los aspirantes a senador.

El cuarto modelo, presentado como el ideal de las RR PP, corresponde al bidireccional simétrico, un modelo que busca la comprensión mutua entre la organización y sus públicos. En este caso, es muy importante la investigación centrada en el ámbito de las ciencias sociales, pero su propósito va más allá de la persuasión y tiene el diálogo como herramienta fundamental. Basado en el principio de comprensión mutua, no sólo refleja la realidad de la organización, sino que permite reconstruir esa realidad y reconducir las decisiones a tomar para que se ajusten a los intereses del público. Este cuarto modelo, mucho más idealizado y utópico, es el que Eli Wurman pone en marcha para organizar su gala benéfica; una gala benéfica a favor de los ciudadanos nigerianos que están siendo deportados por el alcalde de Nueva York por no tener papeles, y cuyos derechos civiles muchas veces no se respetan. Esta faceta del relaciones públicas es la que nos muestra su lado más altruista, más interesado por el bienestar social, al margen de intereses personales o particulares; una lucha en la que, como vemos desde el principio, se encuentra muy solo, ya que no resulta un colectivo económicamente rentable ni políticamente interesante.

Soy un RR PP, éste es mi trabajo.

Consigo que publiquen artículos, les hago la pelota a los famosos, sí.

Pero de vez en cuando me lío con algo que merece la pena

Eli Wurman se nos ofrece como una especie de defensor de las causas perdidas. Nos muestra el lado más solidario e idealizado de la profesión, un modelo y un estilo que no abunda en los personajes made in Hollywood que representan a los relaciones públicas, y cuya decadencia profesional y física es reflejo de la sociedad opulenta a la que sólo mueven el dinero, la fama y el poder conseguido a cualquier precio.

Descripción de las funciones del profesional de relaciones públicas

Las funciones y herramientas de trabajo utilizadas por un profesional de las RR PP son muy variadas, y en la jornada que el espectador comparte con Eli



Wurman recibe muchas pistas de los diferentes elementos que componen su actividad: relaciones con los medios, relaciones con la comunidad, organización de eventos, *lobbying*, gestión de conflictos o *issues management*, etc. A través de las diferentes tácticas y técnicas utilizadas, vamos a ir construyendo el perfil profesional de este relaciones públicas para comprender en qué grado se adapta a la realidad actual y cómo afecta a la percepción y valoración social de estos profesionales.

A los pocos minutos de comenzar la película, uno de los personajes secundarios, su cuñada, pregunta al personaje sobre su profesión con una inocencia casi infantil:

Victoria

Tú ves a hacer eso que haces tú (risas). ¿Qué es lo que haces?

Relaciones públicas

No quieras saberlo. No me puedo escaquear de todo este mamoneo.

Ahora tocan las críticas, la fiesta, cogernos de la mano y todo el bla, bla, bla.

En un breve diálogo se nos da una descripción muy clara de las diferentes funciones que abarca en su práctica diaria un relaciones públicas y que a continuación pasamos a ejemplificar en el análisis del personaje central de la película.

Relaciones con la comunidad

Autores como Grunig y Repper (1992) o Baskin y Aronoff (1992) utilizan el término *stakeholder* o *grupos de presión* para hacer referencia a los colectivos que, de una manera más o menos permanente, se relacionan con una organización y pueden influir o ser influidos por ella.

Es el caso de nuestro protagonista, Eli Wurman, quien contacta con diferentes stakeholders para que apoyen su gala y así conseguir mayor respaldo de los colectivos de inmigrantes más importantes en la ciudad: la comunidad negra y la comunidad judía. Entre los principales argumentos para convencer al líder espiritual del barrio de Harlem, Eli recurre a mencionar todas las personalidades que le apoyan y que estarán presentes en la gala. Es un acto informal pero con mucha presencia institucional donde pueden fraguarse acuerdos importantes para mejorar las condiciones de vida de los inmigrantes que no han conseguido regularizar su situación.

Relaciones públicas (al reverendo)

¡Nombres, reverendo, hacen falta nombres para atraer al poder!

Hacen falta nombres y podemos ofrecérselos.

Tenemos a los Kennedy y con ellos al Comité Demócrata

Nacional y a las asociaciones de libertades civiles y

al New York Times, tenemos artistas estrellas, ellos

son los únicos que están en Primer Plano.

Es bastante curioso el punto de encuentro entre ambos líderes civiles a su llegada a la gala. Se encuentran en la cocina, obviamente porque ambos han hecho una discreta entrada por la puerta trasera del local para evitar a la prensa. En esta reunión “clandestina” se intentan pactar aspectos importantes como el orden de intervención, el protocolo, las medidas de seguridad, la precedencia; recuerdan por su ubicación las reuniones que mantenía Kendall¹ con el presidente Jackson. Minutos antes de iniciarse la gala y con todos los invitados congregados en el salón, hay algunas cuestiones que ponen en peligro la asistencia y participación de los representantes de organizaciones civiles que representan la parte institucional de la gala.

Campañas de promoción

Eli Wurman promociona diferentes espectáculos y eventos, un estreno teatral que resulta ser un estrepitoso fracaso de crítica y público, y su gala benéfica a favor de tres jóvenes nigerianos detenidos por no tener los papeles en regla. Para ello, recurre a técnicas muy habituales y utilizadas en las RR PP: llamadas telefónicas, asistencia a fiestas y eventos, atenciones con la prensa, entrevistas, reuniones informales, captación de fondos económicos, etc.

Organización de eventos

Su decadencia y falta de medios y de recursos contrastan por el hecho de que a sólo 24 horas de celebrarse su gran gala benéfica sigue sin tener cerrados muchos de los aspectos fundamentales: reserva de la sala, contratación de los músicos, confirmación de asistencia de invitados y personalidades importantes, redacción de su discurso, etc. Su único ayudante es un joven inexperto, que le sirve incluso como ama de llaves y le atiende cuestiones más personales que profesionales.

Relaciones con la prensa

Uno de los errores más habituales es pensar que la única función de un RR PP es relacionarse con los medios e incluso confundir su formación con la de un periodista. Nada más lejos de la realidad. Una correcta percepción nos lleva a pensar en estas relaciones como un medio de difusión e intercambio de información, pero no como el objetivo central de la labor de estos profesionales.

Estas relaciones se explicitan de forma clara a lo largo de la película. Las llamadas a los críticos –que Eli realiza para que le anticipen algo de lo que se publicará sobre el estreno de la obra– efectuadas en los minutos iniciales nos ofrecen el primer indicio de la caída del personaje, su falta de apoyos. No le dan ninguna primicia, mientras él se lamenta de haber perdido su influencia entre los profesionales de los medios, la crítica, y de ahí el esfuerzo titánico de volver a los viejos tiempos “recuperar el New York de antes”.

En la comisaría, cuando se encuentra pagando la fianza de la joven modelo, aparece uno de los periodistas que intenta sacar una noticia de ese incidente. La conversación entre ambos personajes demuestra que son viejos conocidos, ya que ambos llevan años trabajando juntos pero desde diferentes trincheras:



el reportero, negociando y vendiendo las miserias de los famosos y políticos; el relaciones públicas, intentando silenciarlas. Nuestro protagonista recurre a esa inexistente camaradería para evitar que la noticia se filtre en la prensa y, a cambio, se ve obligado a invitar al periodista a su gala benéfica y sentarle en la mesa principal.

También a la llegada del hotel de la joven, será Eli quien la libre de los flash de los paparazzi que la esperan y la haga entrar por la puerta trasera para ponerla a salvo.

Durante toda la película son continuos los comentarios que demuestran la importancia de mantener y cuidar las relaciones con la prensa y el poder de los medios para conseguir posicionar a la opinión pública.

Cuando intenta convencer al reverendo Lyle Blunt de que acuda a la gala en representación de la comunidad negra de Harlem, el discurso del relaciones públicas es contundente al respecto. La mejor garantía de éxito es el respaldo de los medios.

Reverendo

Tenemos a Jesús y Alá, ¿no son más importantes que sus estrellas?

RR PP

No sé que decirle. Salga usted un poco más y verá que hasta esos dos necesitan un poco de buena prensa últimamente. La competencia es brutal y a la gente cada vez le cuesta más concentrarse.

Venga y se asegurará la unión de la gente.

Redacción de textos

Es su ayudante quien escribe el discurso que Eli ofrecerá durante la gala. La falta de concentración por la mezcla de fármacos le causa lagunas mentales, falta de concentración, lo que le lleva a descuidar muchos aspectos del trabajo y su propia imagen. Sin embargo, su dialéctica y poder de oratoria siguen siendo determinantes en los momentos más decisivos.

Representación de famosos

Su único cliente, el oscarizado actor Cary Launer, representa a un Hollywood superficial y depravado. Son además muy relevantes para la trama de la película las aspiraciones políticas del actor, siguiendo así los pasos de otros actores como Ronald Reagan o Arnold Schwarzenegger, que pasaron del celuloide al mundo de la política. Para salvar la reputación de su único cliente importante, el protagonista es capaz de aceptar cualquier instrucción. Se lamenta de haber caído tan bajo en sus funciones. El desprecio tanto de su propio cliente, como de la amante de éste hacia él, es evidente.

Relaciones públicas

En otro tiempo llevaba a grandes estrellas.

Jilly

Pues no les serviste de mucho (ironiza la joven)





Relaciones institucionales y lobbying

En el terreno de la comunicación institucional, las RR PP surgen por la necesidad que tienen los diferentes grupos sociales de alcanzar sus objetivos mediante la persuasión. A lo largo de la película Eli es presionado para que entregue la cámara digital que contiene imágenes comprometidas que pueden dificultar las aspiraciones a senador de alguno de los candidatos. La gala se convierte sólo en un escaparate en el que cada uno de los asistentes intenta posicionar y favorecer a su candidato, y la finalidad altruista se ve ensombrecida, tanto que el propio artífice y organizador de la gala abandona su propio evento cuando todos se deshacen en elogios y quieren volver a contar con él, hacerle sentir que “vuelve a ser el de antes”. Pero el retorno y la reconciliación son imposibles y su vida será el precio a pagar por intentar mediar en esas relaciones confidenciales.

Conseguir *publicity*

Mantener una buena y estrecha relación con los profesionales de los medios de comunicación es imprescindible para un relaciones públicas, ya que en la mayoría de los casos éstas se pueden traducir en impactos positivos no pagados –lo que se conoce como *publicity*–, y a su vez puede minimizar o ayudar a frenar las noticias negativas o perjudiciales que afecten a alguno de sus representados. Eli es consciente de esta oportunidad y por eso en su discurso se refuerza la importancia hoy en día de tener buenos contactos en los medios que den notoriedad y espacio a nuestra causa. Que hagan de altavoces desde su posición privilegiada de sexto poder, de líderes de opinión capaces de movilizar e implicar a la masa.

Eli (al reverendo)

Venga usted esta noche y me tendrá a mí y tendrá a toda la gente que yo conozco. Y conozco a todo el mundo. Déme una noche y yo le daré reconocimiento para que pueda hacer algo por la gente de Harlem aparte de aullar en la oscuridad.

Gestión y contratación de publicidad

Además de la *publicity*, la publicidad es una de las herramientas más poderosas para conseguir dar notoriedad y reconocimiento social a una causa o propuesta. Por eso durante la película se utilizan diferentes cauces para publicitar los actos que Eli Wurman organiza. Cuando intenta convencer al reverendo de la importancia de su presencia en la gala le advierte que la publicidad gratuita que va a conseguir su mensaje va a hacer que el alcance de sus palabras se multiplique. Y esa publicidad es más poderosa que su discurso en el púlpito a una comunidad cerrada, le propone salir del gueto y alcanzar Walt Street. Necesidad de hacer público y magnificar su discurso para que llegue a más gente a través de la publicidad.





Aportaciones

Se mantiene y consolida en el protagonista central de la película *Relaciones confidenciales* la tendencia a mostrar al profesional de las RR PP como un personaje fuertemente estereotipado, cuyo modelo a seguir, de los propuestos por Grunig y Hunt, se adapta en la mayoría de los casos al de agente de prensa o *publicity*. Esto lleva a construir personajes manipuladores, sin escrúpulos y carentes de un código ético de conducta que rija su trabajo. En el caso de Eli Wurman, al ser un personaje decadente, en claro descenso social, personal y profesional, se produce un mayor equilibrio en los modelos utilizados, lo que se focaliza en la organización de una gala benéfica que como el propio personaje afirma, es algo bueno al margen de intereses partidistas o de las aspiraciones de los políticos, se trata de ayudar a los más desfavorecidos.

La información es poder en cualquier ámbito, pero en la parcela de las RR PP la gestión y distribución de esa información son fundamentales para conseguir satisfacer los intereses de la parte representada y cumplir los objetivos. Eli Wurman lo sabe y por eso gestiona la información que está en sus manos de la forma más inteligente, teniendo en cuenta las circunstancias adversas en las que se mueve.

RR PP (a Cary)

No te olvides de cuánto sé. Abandóname, déjame tirado...

Creo que la mataron y creo que lo vi. ¿Te imaginas los titulares del New York Post?

La última noche de juerga de la joven actriz con la estrella de cine, el senador Calavera.

El rechazo constante a adaptar los avances tecnológicos en su forma de trabajar hace que el personaje se mantenga aferrado a un tiempo pasado que en su memoria siempre fue mejor y una negación a avanzar en las técnicas o renovarse. Se encuentra desbordado y eso es causa de que su profesionalidad y prestigio caigan en picado y de que su único cliente le despidan para buscar un equipo más joven y vital.

Lo más llamativo de la película es la dura crítica que realiza de la sociedad norteamericana, y muy especialmente de los habitantes de Nueva York, unos ciudadanos a los que muestra como deshumanizados, obsesionados por el poder y el dinero y carentes de valores morales; una sociedad con evidentes conflictos sociales, que clasifica al individuo en función de su procedencia, raza, género o condición social.

Es una película dura, cuyo estreno se produce sólo un año después del atentado terrorista en la zona económica del *Trade Center*. Quizá la falta de respaldo en la taquilla sea en parte por esa visión de los norteamericanos como personas corruptas, degeneradas y movidas por relaciones interesadas de poder. El protagonista representa a una generación y una forma de entender las RR PP totalmente desfasada, sin ningún código ético y con una tendencia a hacer frente a la parte más sórdida de la vida de sus clientes. El relaciones públicas y su declive simbolizan el propio declive de una forma de entender el mundo, los negocios, las relaciones personales, que también entra en declive y cuya validez ética se cuestiona en la película.

La decadencia del personaje es la propia de la ciudad que lo ha encumbrado, a la que se lo debe todo y por la que todo lo ha sacrificado, y quizá ésta sea uno de los mayores aciertos de la película: establecer un claro paralelismo entre la decadencia de la ciudad, cuyos dirigentes están envueltos en asuntos turbios, y la necesidad de los profesionales de las RR PP como gestores del “trabajo sucio”. Por eso, el final resulta coherente, no hay sitio para un *happy end* en una ciudad que devora a los ciudadanos más débiles, a los que se rinden o a los que, como Eli, quieren huir de la gran manzana y retirarse a una cabaña, simbolizada por el granero que su cuñada le ofrece y que supone el inicio de una nueva vida. Una nueva oportunidad al lado de la mujer con la que hubiera debido casarse 20 años atrás. Su trágica muerte, apuñalado por la calle cuando se dirige a casa para hacer el equipaje, solo, desangrado frente al televisor de su casa mientras los presentadores del magacín de moda informan sobre el éxito de la gala organizada por él supone una ironía más, “muerte de éxito” en este caso literal. La información es poder; en este caso, saber demasiado se convierte en su condena de muerte.

Bibliografía

ARCEO VACAS, A. “Ubicación científica y metodológica de las relaciones públicas”. En: ARCEO VACAS, J.L. (coord.). *Las relaciones públicas en España*. Madrid: McGraw Hill, 2004, p. 57-78.

GRUNIG, J.; HUNT, T. *Dirección de relaciones públicas*. Edición adaptada por Jordi Xifra. Barcelona: Gestión 2000, 2003.

GRUNIG, J.; REPPER, F. “Strategic management, publics and issues”. En: GRUNIG, J. (eds.). *Excellence in Public Relations and Communication Management*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum, 1992, p. 117-157.

WILCOX, D.J.; CAMERON, G.T. *Relaciones públicas. Estrategias y tácticas*. Madrid: Pearson Educación, 2006.

Internet

Estudio de la imagen y funciones del profesional de las RR PP a través del cine contemporáneo. Francisco Cabezuelo Lorenzo, Blanca Peinado Fernández <<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3040729>> [Consulta: 1 marzo 2010].

FilmAffinity <<http://www.filmaffinity.com>> [Consulta: 3 marzo 2010].

Internet Movie Data Base “IMDb” <<http://www.imdb.com>> [Consulta: 4 marzo 2010].

Ficha técnica de la película

Título original/traducción: People I Know/ Relaciones confidenciales

Año: 2003

Director: Daniel Algrant

Guión: Jon Robin Baitz

Música: Terence Blanchard

Fotografía: Peter Deming

Reparto: Al Pacino (Eli Wurman), Kim Basinger (Victoria Gray), Ryan O’Neal (Cary Launer), Téa Leoni (Jilli Hopper), judíos Richard Schiff (Elliot Sharansky), Bill Nunn (Reverendo Lyle Blunt), Robert Klein (Doctor Sandy Napier), Mark Webber (Ross), Ramsey Faragallah (David Fielding), Brian McConnachie (Jamie Hoff).

Productora: Miramax

Género: Drama