

Nº de  
Capítulo

Título

Margen superior 2,5 cm

## Capítulo 1. Relaciones Públicas en la era de las redes sociales

Este capítulo analizará cómo las nuevas tecnologías atraviesan a los relacionistas públicos en su profesión. Se tomará como punto de partida la función principal de las RRPP desde sus comienzos hasta introducirse en el nuevo rol que adquirieron en el mundo de las redes sociales.

Arial 11  
interlineado  
doble

### 1.1. Bases de las Relaciones Públicas

Subcapítulo  
numerado.

Para comenzar este subcapítulo, es imprescindible comenzar desde las bases de las RRPP y analizando sus definiciones principales. Guiándose por el significado de las palabras que componen relaciones públicas se puede expresar que esta disciplina hace referencia a las relaciones con el público. Sin embargo, como objeto y a lo largo de los años, no se ha desarrollado una definición clara en la que los profesionales concuerden. No obstante, hay diversas exposiciones que pueden tomarse como válidas. En base a lo consultado en diversas bibliografías se pudo detectar que Black (1994) expone algunas definiciones de expertos en la materia y a su vez, Harrinson (2000) coincide en alguna de ellas. Por ejemplo, la primera en la que concuerdan y es tomada en cuenta es la explicación acordada en una asamblea anual de RRPP que reúne a más de 30 asociaciones de la materia en México el 11 de agosto de 1978. En ella los asambleístas acordaron que:

Margen  
izquierdo  
3 cm

Margen  
derecho  
2,5 cm

Las relaciones públicas son el arte y la ciencia social consistentes en analizar tendencias, predecir sus consecuencias, asesorar a los líderes de la organización, y poner en marcha los programas de acción planificados que servirán tanto a la organización como al interés del público. (Asamblea anual de Asociaciones de Relaciones Publicas, 1978).

A su vez, otra definición en la que tanto Black (1994) como Harrinson (2000) acordaron es la del *Institute of Public Relations* (IPR), o Instituto de Relaciones Públicas. La misma se construyó en el Reino Unido en febrero del año 1948 y afirma que:

La práctica de las relaciones públicas es el esfuerzo planificado y sostenido para establecer y mantener la buena voluntad y la comprensión mutua entre una organización y sus públicos. (IPR, 1948).

Margen inferior  
3 cm

Arial 11  
Interlineado  
doble