

PROPEDEUTICA RELACIONAL

por

JORGE ALBERTO SUAR

Hombre soy, nada de lo humano me es ajeno.

Terencio

1. INTRODUCCION

Desde que el hombre llegó a adquirir conciencia de sí y de todo lo que lo rodea (la “circunstancia” orteguiana que, rebalsando la ‘otredad’, hoy se extiende a todo el Universo) no ha dejado de preguntarse en qué medida y en qué grado de funcionalidad su existencia en el mundo es un *modo de relación* con las cosas que para constituir una integración necesaria en un todo previsto, o bien para asumir esa misma conciencia de unidad entre las diversidades como ser predestinado a conocerlas y explicarlas.

En el sentido expresado últimamente tal vez podría ufarse de que su presencia en el Universo obedece a la necesidad de que éste, en un momento de la evolución haya contemplado la urgencia de conocerse a sí mismo a través de un órgano creado para tal función, órgano singular que al llamarse “hombre” tendría su destino prefijado desde un comienzo y al que no puede —o por lo menos no debe— fallar. Pero está comprobado que en todo proceso vital (y el Universo cobraría vida, según esta perspectiva total), existe la ley del desequilibrio y re-equilibración constante, y en los

organismos más complejos este equilibrio inestable se hace más notorio en la medida de esta creciente complejidad. De donde resulta que un órgano destinado a una función específica, pero relacionado operativamente con otros órganos para cumplir una misión de conjunto, se desvía en su cometido y no obstante obrar de conformidad con los restantes va desvirtuando su propia utilidad al punto de enajenarse con pérdida de propiedad originaria.

Ello acontece, paradójicamente, con aquellos organismos dotados de mayor conciencia y voluntad en relación con otros que sólo obedecen a la automaticidad. Dicho en otras palabras y, en advertencia del tema que preside este trabajo: cuanto más extiende el hombre su relación y comunicación con la vastedad del Universo (por una tecnología que más que acelerada, parece “precipitada”), menos atiende a las que, en un mismo orden, atañen a sus semejantes. Y al advertir la falla por constancias que se resumen en el actual fenómeno de la “incomunicación humana, sólo recurre a una metodología de corrección que ya empleó antes con éxito en las tareas de expansión cognoscitiva, mas no adaptables (al menos con tanta infalibilidad) al problema de la *comprensión* verdaderamente humana.

La situación del hombre, ante el dilema de la in-comprensión (tanto de sí cuanto de sus semejantes) podría compararse a la del ojo que puede verlo todo menos verse a sí mismo. Este fenómeno social que Durkheim había previsto en su diagnóstico de “anómia” (“carencia de normas” o desorganización social en una sociedad industrial) aún persiste y tiende a acentuarse, ya que la sociedad industrial ha generado (para emplear un término no comprometido con juicio de valores) las subsiguientes de “consumo” y “post-industrial”, con lo cual el problema se agudiza y reclama urgentes soluciones. Por supuesto que tales soluciones no son fáciles si entendemos que los hechos concretos son casi siempre irreversibles por su carácter procesal y acumulativo y no bastan las buenas intencio-

nes para cambiar un estado que se yergue inconvencionalmente frente a ciertas operaciones que, reducidas, en menor escala, suelen tener éxito en el ámbito científico de los laboratorios.

La sociedad humana —en el sentido amplio de considerar al mayor conjunto de seres en estado de civilización— se ha ido construyendo sobre la base de una específica estructuración biológica que al ser advertida ha creado la noción del “semejante”, pero principalmente por la apertura de una conciencia superior que ya esclarece la actitud conceptual de “socius”. Vale decir: por una relación natural que viene dada y una inter-relación cultural que es construida. Es lo que el filósofo Max Scheller, con suma claridad, ha definido como Sociología Real (o sentimiento de las semejanzas) y Sociología de la Cultura (o creación de valores por medio de los cuales el hombre se sobrepone a la naturaleza).

En el “plano cultural” (que no rechaza al primero sino que se apoya en él para elevarse) “el don de la palabra”, ha tenido el valor supremo de la humanificación (o superación de lo meramente específico) y de la pluri-culturización (o proceso ininterrumpido de estadios superativos que hoy culminan en las ciencias de avanzada).

La palabra es así, no sólo una culminación, sintentización y economía de los medios expresivos naturales, sino también el punto de partida del arte de la comunicación humana en el nuevo mundo de la cultura.

Asimismo ha dado lugar a nuevas formas de lenguaje de intercomunicación simbólica (por ejemplo: el lenguaje específico de cada ciencia) mediante los cuales aquella sintentización y economía ha conformado la actual “información”. Pero es indudable que esta necesidad de la moderna “información” (necesidad surgida de la aceleración del proceso científico-técnico) ha de revertirse en un suplemento de “interpretación” que la aclare y la expanda sociológicamente y es entonces que la palabra humana recobra sus fueros para equilibrar el frío lenguaje de las ciencias con las necesidades ahora afec-

tivas de las relaciones humanas. Y así como el científico informa y comunica las revelaciones surgidas de la investigación en el propio campo y trata de relacionarlas y relacionarse con lo que ocurre en otros campos de la ciencia, cuando ésta se hace *aplicada* al medio social surge la perentoria necesidad de un personaje nuevo que, al margen del instructor o el pedagogo destinados al trasvasamiento de saberes de última instancia, atienda la subyacente sentimentalidad humana que aparece resentida en la misma medida en que la otra dimensión (oficios, profesionalizaciones y especializaciones técnicas) abarca límites cada vez más extensos.

En una obra no suficientemente leída y comprendida por la actual sociedad de consumo: "La Torre y el Abismo", de Erich Kahler, (1) el autor pone de manifiesto esa evidente contradictoriedad entre el desenfreno tecnológico (la Torre cada vez más agigantada) y el retardo en adquirir pautas humanizadoras de compensación (el Abismo abierto en la identidad, desintegrada por agresiones desde fuera y desde dentro). Queda al margen de toda duda que la solución de tan dramático problema no habrá de venir por la intención ingenua de poner un freno (o un desacelerador) a lo primero y parejamente un acelerador a lo segundo; pues las leyes de la balanza no rigen en los grandes procesos consumados y ya lanzados en la aventura humana de la Civilización (al menos, y en corto plazo, poner donde hace falta y quitar donde sobra) sino arbitrando recursos que la misma razón enmiende allí donde la imprevisión ha quedado en descubierto.

Estos recursos que la razón humana ha sabido encontrar en cada caso de desequilibración entre lo que se es y se quiere ser, entre lo que se posee como propiedad legítima y lo que se anhela poseer por derecho de apropiación, no encuentran otra forma más eficiente que volver al hombre sin más, despojado momentáneamente de los aparatos que lo suplan-

(1) KAHLER, Erich: *La Torre y el Abismo* —Fabrill Editora Americana— 1959.

tan paulatinamente en un mundo de precisiones tecnificadas pero carentes de la sustancia afectiva que hace a la primera relación propulsora de la pareja, de la familia, del grupo comunitario, de los pueblos y las naciones.

El personaje histórico (mencionado antes) es el que surge como necesidad de un proceso de transición o acumulación de estados culturales que en un momento dado requieren del intérprete adecuado, del organizador de inquietudes y desconciertos, del coordinador de iniciativas que dan escape constructivo a las disconformidades y rebeldías, del regulador y distribuidor de energías humanas que hacen al progreso global y diferenciado, etc. Así surgieron el guía de la horda, el jefe de la tribu, el gobernante de pueblos, y junto a ellos el mago, el sacerdote, el guerrero, el poeta, el sabio, el jurista, el educador y en último término el especializado en disciplinas de rigurosa dedicación.

Tal muestrario de personajes históricos (que no se agota por cierto en una simple ejemplificación) denota curiosamente que la sustancia humana intrínseca y extrínseca e individual y comunitaria, está compuesta de potenciales irracionales y racionales y que ambos estados, al ser contrapuestos, no logran la felicidad anhelada sino la destrucción paulatina del ente que las cobija.

Las relaciones familiares, por ejemplo, no se rigen por imperativos estrictamente racionales sino por las emociones y sentimientos que surgen de lo más hondo de la organización vital y su perpetuación generacional; pero al abrirse al contorno social, los elementos racionales cobran mayor significación para que cada miembro ocupe el lugar y la función que hacen al nuevo ordenamiento de un conjunto más vasto, heterogéneo y coherente. Y cuando la Sociedad empieza a ser reorganizada y conducida por el aparato tecnológico ya no es tan sólo la razón sino la "racionalización" la que impone pautas al progreso de las producciones humanas.

Retornando a Kahler, es recién ahora cuando es posible advertir una clara *división* del hombre: la “parte funcional” y la “parte humana”. Es notorio también que la primera se impone cada vez más a la segunda, al punto de restarle esa expresividad y esa comprensibilidad subyacentes que son la esencia de lo humano, y por lo tanto la coherencia intra y extra-personal que fundamenta toda creación y toda producción en los órdenes más diversos de la cultura y la civilización.

Producciones humanas con o sin relaciones humanas son el dilema de nuestro tiempo; pues si la producción *no puede* ser detenida (por amenaza de un colapso de dimensiones planetarias), tampoco *debe ser* desechada la relación y la comunicación que la sustenta; sólo que en este caso la alternativa se plantea entre una “relación tecnocrática” (de actual vigencia y fallas a la vista) o una “relación humanocrática” (humanística) cuyo ensayo reciente promete halagadoras perspectivas para sortear nuevos peligros y arribar a *un progreso sin deshumanización*.

Y es aquí donde surge un nuevo personaje (que podrá ser histórico en la meta de la humanidad futura) cuya virtud consiste en ser bivalente, es decir: amplio conocedor de los contornos culturales, políticosociales, económicos y tecnológicos que envuelven —e influyen— al hombre contemporáneo, pero así mismo profundo conocedor de la condición humana en su esencialidad y variabilidad creativa y receptiva. Dista con ello de representar al hombre opcional de nuestro tiempo, siempre predispuerto y preparado para ubicarse en el ala del “pro” o del “anti” en el equilibrio de las fuerzas sociales, para constituirse en el “equilibrador” de tales fuerzas y relaciones, haciendo que el trabajo no sea condenación para purificar la condición humana (sino su rasgo más eficiente) pero tampoco el hombre un subproducto (enajenable) de sus obras.

Este nuevo personaje que surge de la estructura sociopolítico-económica contemporánea, como necesidad y posibilidad

de afirmación crecientes en un mundo en transformación, es el que responde al rótulo general de “Experto en Relaciones Públicas”, decantación ponderada del anhelo inasible —al menos para su operatividad— de un ubicuo orientador y conductor de “relaciones humanas”. Esto quiere decir (y es preciso aclararlo de primer momento) que las “relaciones humanas” como ideario universal requieren, para “hacer pie”, puntos fijos en realidades diferentes que al no tenerse en cuenta para su promoción operativa, quedan en expresión de anhelos y el resultado queda a la vista entre lo desmesurado de los propósitos y la mezquindad de los logros.

Con escasa penetración psicológica se ha dado en llamar “relaciones humanas” a todo cuanto tiende a hacer de tales relaciones un dechado de coincidencias pacíficas y cordiales, cuando la realidad nos muestra que existen “malas relaciones” sin que el término relacionar pierda sentido; y aun la expresión “romper relaciones” no anula sino formalmente lo que en el fondo de la conciencia persiste como existencia del otro. De manera que al decir “relaciones públicas” se parte de realidades concretas en cuanto grupos humanos que se comprenden y colaboran en un objetivo común que no puede ser otro, en la diversidad de cometidos comportamentales, que producir valores y bienes para el conjunto, racionalmente administrados según el esfuerzo y el mérito de cada cual.

El mundo actual requiere de positivities para alcanzar las metas que en el orden espiritual (y metafísico) marcan la soberana aptitud del hombre para ser libre, a despecho de los impedimentos naturales y de los que, como consecuencia de la *incomprensión* (término más adecuado que “incomunicación”) llega a poner obstáculos entre los mismos hombres.

Así el llamado “Experto en Relaciones Públicas”, parte de las realidades de la gran EMPRESA humana, como organización racionalmente proyectada para *producir*, por sobre la otra organización dada biológicamente cuya función es re-*producir*. Su conocimiento sistemático y equilibrado de am-

bos estados evolutivos (natural y cultural) lo proyectan en el campo social contemporáneo como una solución a los problemas AFECTIVO-EFECTIVOS que no pueden ya ser separados ni ser conducidos por especialistas unilaterales que, acaso sin pretenderlo, escinden a la productividad humana en clases explotadoras y clases explotadas. Con esta señera meta misional y profesional, iniciaré el desarrollo del tema:

2. DESARROLLO

a. EL HOMBRE Y LA EMPRESA

La definición más difícil y por ende más controvertida, es aquella que partiendo del único ente capaz de definirlo y explicarlo todo, llega ineludiblemente a la situación límite de definirse y explicarse a sí mismo. Tal la trágica y a la vez heroica condición del Hombre que ve supeditado su origen y destino a la pregunta que cuanto más insistentemente se formula mayor dificultad encuentra en la acertada respuesta.

A las diversas Antropologías (en ningún caso coincidentes aunque sí, tal vez, aleatorias) se añaden las consecuentes *Teorías del Conocimiento* que, desde la antinomia “sujeto” y “objeto” con supuestos esclarecedores sistemáticos, hasta su fundición recíproca en la realidad experimental, no han todavía logrado dejar satisfecha la incógnita prima.

Es de lógica simple que un ser cognoscente halle dificultades insalvables, cuando pretende desdoblarse en sujeto y objeto; y no es menos dificultoso el empeño siguiente de “experimentar-se” en soledad, cuando la realidad nos muestra que el Hombre es pluralidad (o sea: los hombres) y que a cada momento se ve enfrentado con distintas situaciones vitales.

Modernamente se ha avanzado algo con la creación de las “metaciencias” y los “modelos estructurados” siendo la *Semiótica del Lenguaje* (ver Anexo 1) un aporte eficiente para ubicar al Hombre en un QUIEN (más descifrado como

ente de razón) por un traslado del clásico QUE, en el que hubo de moverse toda la Filosofía anterior.

Julián Marías, filósofo contemporáneo, expresa en su *Antropología Metafísica*, que si los sucesivos rótulos, enmarcados en la temática que responde al “¿qué es el Hombre?”, se hubieran inspirado en el “¿Quién es?”, muchas alternativas de su incongruente identidad estarían develadas aunque, naturalmente, no resueltas. Su ejemplo clave es significativo: cuando ese hombre que está encerrado en su habitación siente golpear la puerta, nunca pregunta “¿qué es?”, sino “¿Quién es?”, advertimiento subjetivo de su semejante que entra en el marco de la “relación humana”. Asimismo se nos ocurre que cuando alguien nos interroga concretamente: “¿qué es Ud.?”, la respuesta plausible condensa la posición social o la función representativa: “Yo soy gerente de empresa, o ingeniero, u obrero, o estudiante”, etc.; muy distinto, que cuando se nos dice: “¿Quién es Ud.?”, se nos viene a la mente la respuesta adecuada en un: “Yo soy Fulano de Tal”.

La reflexión final consiste en que si el Hombre responde a la consideración de un QUE (aunque de importancia singular) nunca saldrá del marco taxonómico de *una cosa* (singular) *entre las cosas*; pero si lo singularizamos en el QUIEN lo destacamos de las *cosas*, para que tales cosas se conviertan en productos y obras que él utiliza y maneja sin peligro de que ocurra lo contrario.

Las anteriores consideraciones (que no pretenden demostrar erudición antropológica, pero sí señalar pautas de apertura para el tema en cuestión, ponen el acento en la labor humanística que ha de emprender el “relacionista”, advirtiendo de principio lo que corresponde intrínsecamente al Hombre y lo que se refiere a sus productos u obras, no obstante que por éstas también se puede seguir su rastro antropológico. Así lo entienden, por otra parte, las llamadas antropologías culturales y sociales que lo estudian desde su inmersión en los contornos que él mismo ha creado.

No obstante lo ya señalado, queda mucho por ver y analizar en ese trámite que va de la concepción mental de la obra (mentefacto), a la obra acabada (arte y socio facto); valga decir: lo que potencialmente existe en él como ente de creación y organización de las cosas semiestructuradas para su esfuerzo y éxito, y fundamentalmente su poder de *inventar* nuevas estructuras sobre las que anteriormente estaban o fueron (en su momento histórico-cultural) construidas por él.

Aun los rastreos antropológicos parecen no estar agotados cuando una nueva disciplina descubre una faceta inédita o insuficientemente valorada para su promoción social. Tal el caso de la reciente disciplina que responde al rótulo de RELACIONES PUBLICAS y que encuentra su ámbito operativo en la moderna noción de Empresa.

Para un espíritu no advertido de la potencial creatividad humana en constante superación sincrónica y diacrónica (la inspiración espontánea como fuerza creadora que luego se expande y perfecciona en el tiempo), una Empresa es algo así como un aparato de producción industrial o mercantil, en donde el Hombre aparece encerrado (o se encierra resignadamente pese a su anhelo de ser libre).

La deformación histórico-semántica proviene de una crítica social basada en los hechos (que pueden ser verdaderos) pero escasamente sustentada en las causas, que asimismo suelen ser ciertas en su relación con aquéllos por influencia deformadora de reversión. Esto quiere decir, a la luz de la novísima ciencia cibernética, que la clásica relación de causa y efecto es reversible; de lo cual se desprende que la Lógica tradicional es modificada (en ciencia experimental) por una lógica basada en "los circuitos cibernéticos".

Para ilustrar con un ejemplo que no se aparte del tema, diríamos que el "sano impulso emprendedor del Hombre" culmina en la Empresa, la que, al "deshumanizarse" por factores varios, se revierte sobre aquel impulso hasta convertirlo en insano. Este singular detalle puede apoyarse también con el

actual fenómeno observado en Medicina, el cual se conoce como "iatrogenismo": la insistencia de una medicación que sólo ataca los efectos de una enfermedad, sólo hace posible, pasado cierto lapso, la agravación de las causas de esa misma enfermedad.

La creencia general de que una Empresa (comercial o industrial) es un monstruo moderno que se alimenta de hombres sacrificados, responde al modelo negativo de una construcción materialista en cuya entraña la maquinaria tecnológica impone el orden de sucesión de los productos elaborados, en donde el Hombre, es uno más entre todos. Que esto pueda ser cierto en alguna medida y que los directivos y sus subordinados sean a veces réplicas exactas de una rígida organización mecánica (y por lo tanto carente de sentimentalidad), no invalida el recurso inteligente de volver al Hombre para encontrar la faceta que hizo posible, en su desenvolvimiento, esta noción y concreción de Empresa.

No cabe duda que entre los muchos atributos esencialmente humanos, resultan consagradorios (por más antiguos o más usados) los referidos al *sapiens* y *faber* del clásico latín. De su "inter-relación semántica y pragmática", se infiere que es lo uno porque precisamente es también lo otro. La mano liberada estructuró los centros cerebrales para que luego estos últimos dirigieran la mano con destrezas progresivas. No puede concebirse el "homo sapiens" sin su correlato de "homo faber"; puesto que "*sapiens*" se refiere a "sabio", "prudente", "inteligente", "docto", "juicioso" y "*faber*" al "maestro, artífice, fabricante que trabaja", según el Diccionario Latino-Español Valbuena Reformado, Vigésima Edición.

Pero los estudios antropológicos modernos, basados en la exploración psicobiológica de los impulsos primarios, detecta hoy un estadio anterior que engloba a todo el Hombre en una apetencia fundamental: el "hombre emprendedor", raíz primigenia del "faber-sapiens", que bien podríamos decir lleva inscripto en el genoma de la especie la futura organización que

hoy conocemos como Empresa. Porque el verbo *emprender*, que significa "acción ardua y dificultosa, resolución y decisión sin vacilación", es el que salva a la especie humana de perecer en medio natural; y le permite, al conjugarlo dinámicamente, crear Cultura que es seguridad futura, porvenir y progreso, tal cual lo vio Ortega y Gasset en el símil de "movimiento natatorio para no hundirse" (2). Lo que llamamos actualmente Empresa vendría a ser, por la secuencia de los actos y realizaciones humanas la culminación fáctica del "hombre emprendedor".

Desde ese punto de vista, la Cultura y la Civilización constituyen "la gran empresa humana" por excelencia; y su prosecución desde la horda primitiva hasta la Sociedad planificada, jurídica y científicotecnificada, no es consecuencia directa de una acumulación progresiva de sus obras y producciones, sino precisamente de ese "impulso emprendedor" inextinguible que les da vida, forma y contenido, elaborando en cada caso "modelos funcionales y sintéticos" de los cuales la moderna Empresa es exponente incontrovertible. Por esta razón el célebre economista francés Jean Fourastie, declara que una Empresa no es un edificio ni un conglomerado de máquinas, sino un conjunto de personas aunadas por el convencimiento de producir para todos. Un solo egoísmo, una sola sospecha no afectan a la máquina en sí, que hasta cierto punto puede producir sin alterarse, pero sí destruyen al "hombre emprendedor" que es el *ánimo* faltante en toda perfecta maquinaria.

En el otro aspecto de la relación de la Empresa con el prójimo, entendido como "público" no es menos importante; ya que se trata, en términos generales, del "consumidor"; sea éste de composición y densidad difusas (público en general) o el que se condensa en sociedades y organizaciones estatales o privadas cuyos fines abarcan el doble juego producción-consumo. En este caso cabría referirse a una "inter-relación" de

(2) *Obras completas.*

intereses de este orden, pues los cometidos a esta relación dependen de los distintos puntos o marcos de referencia. De nuevo ha de hacerse hincapié en la naturaleza objetiva-subjetiva del ser humano concreto, y a sus variaciones ilimitadas cuando se constituye en grupo.

Las más recientes investigaciones en el campo de la Genética de Poblaciones (tema que a su tiempo deberá contemplarse en la formación eficiente del Relacionista) descubren “normas de reacción” en distintos “pools” que responden tanto a la variabilidad genética cuanto a su herencia cultural. Por lo tanto las “relaciones” entre los seres humanos en función de *producir y consumir* no difieren fundamentalmente de las que en todos los tiempos se han anhelado y perseguido por otros argumentos, pensamientos y motivaciones.

Desde las religiones, filosofías, ciencias humanas y sociales, la esencia del hombre ha permanecido invariable en cuanto su composición subjetiva-objetiva-reductiva; sólo que las alternativas de su presencia y existencia en el mundo han debido ajustarse al mayor o menor énfasis puesto en uno de sus dos constantes, aunque sin la absorción total de la una sobre la otra. Tampoco cabe duda que la evolución cultural (hoy culminante en la tecnología) ha influido asistemáticamente en el desequilibrio y re-equilibración de la interacción objetivo-subjetiva, tanto del individuo cuanto de la sociedad; de manera que los factores intencionales y los de irrupción imponderable han debido mezclarse en todo momento haciendo muy difícil la relación humana positiva desde un solo punto de vista o desde una misma intención. Esta es la razón del surgimiento, cada vez más numeroso y cada vez más concreto del “especialista”, el que así mismo suma, al desconcierto general, su habilidad de conocer a fondo una determinada disciplina desconociendo otras que hacen al beneficio de un conjunto.

En término de “estructura”, diríamos que los elementos que la constituyen se hallan aislados por la carencia de “re-

laciones" que los "comuniquen" y en consecuencia tal estructura resulta estáticamente formal por la apariencia pero inoperante para "funcionar". En el caso presente, el ejemplo más aleccionador podría darse en el Gerente de Producción que no se cree obligado a conocer la índole del "Personal que colabora produciendo", y en el otro extremo el "Trabajador Social" que sólo atiende al bienestar material y espiritual del grupo humano de la Empresa.

Actualmente (y con perspectiva futura cada vez más cierta), el mundo civilizado tiende a ser configurado como una Empresa de dimensiones totales, en donde las naciones, al margen de resabios autonomistas de exaltadas soberanías tienden a un desarrollo de la tecnología compartida (en mayor o menor grado, según sus posibilidades) y esta configuración de un modelo universal de producción-consumo-ecuanimidad requiere políticas de sumo tacto y realidad social.

Tales las premisas que hoy se advierten para re-equilibrar un mundo rápidamente tecnificado con una clara visión de que el "hombre emprendedor" no ha de irle a la zaga. Todavía, y mientras la asistencia permanente de ese "hombre emprendedor" no se descuide, el verdadero factor de producción, sigue siendo este mismo, pese a que la apariencia del monumental edificio tecnológico pueda sobrecoger al que ha perdido la fe en el humano recobramiento.

b. LA EMPRESA Y SUS RELACIONES

Considerada la Empresa moderna como una *condensación* del esfuerzo humano para producir económicamente y, a la vez, con mayor y mejor distribución de sus productos, hemos de verla (globalmente) como un organismo que debe funcionar por autorregulaciones internas y adaptaciones externas. La comprobación de tal acerto (que no en vano se compara aquí con la *condensación* de la vida en organismos limitados y objetivos para poder saber algo de ella) nos mueve a ob-

servarlo para después *describirlo* y en todo caso *clasificarlo*. Este fue el método de la ciencia hasta la aparición de la noción de “estructura”, y consiguientemente sus connotaciones de “elementos” y “relaciones”. Según ello, toda estructura (en general) se compone de elementos diversos pero indispensables para el conjunto, y este conjunto cumple su finalidad específica cuando existe la “unidad funcional”.

Este descubrimiento que abarca al Universo entero y a todo cuanto en él existe, determina que toda creación humana tienda a regirse por las mismas leyes para “funcionar” en cumplimiento de los objetivos previstos. Así puede entenderse que “lo diverso” es necesario para determinar “un conjunto” y que “las relaciones” entre tales diversidades son indispensables para que el conjunto cumpla su cometido como “unidad funcional”.

Cualquiera alteración u omisión de esa estructura organizada (tomada como modelo universal) produce entorpecimientos que, en su mayor agravación, pueden llegar a la destrucción del organismo complejo, sea éste naturalmente dado o artificialmente construido. Queda por aclarar el sentido de “relación” que, como antes hemos visto, puede asumir características positivas o negativas según los casos.

Relación implica existencias distintas que de algún modo *conocen* la presencia de unas con respecto a las otras. Este tipo de *conocimiento* puede ser arbitrario, ya que no podemos decir que una limadura de hierro “conoce” al imán que la atrae, mientras que una viruta de madera “lo desconoce” porque no se le acerca. Tampoco en los sistemas físicos y biológicos este tipo de conocimiento es “consciente” cuando comprobamos la atracción y/o repulsión de los átomos y moléculas. Sin embargo admitimos una suerte de “comunicación” entre las partes de un todo conformado y mediante la cual ese todo resulta coherente para su identidad y finalidad.

Desde hace poco tiempo, la ciencia ha creado el término “información” para dilucidar en parte esta cuestión semántica

que ora enturbia y ora esclarece el panorama de la investigación moderna. Incluso ha debido, con antelación, hacer una clasificación de las “ciencias” que, como sabemos, se distribuyen en “Ciencias Fáticas”, “Ciencias Formales” y “Ciencias del Hombre” (Ver Anexo 2), amén de ciertas novísimas disciplinas que tanto pueden estar en unas como en otras (Semiótica, Cibernética, Parapsicología, etc.) (3).

De suerte que la palabra “información” parece convenir a todo esfuerzo investivo, sea cual sea el campo donde se desarrolla la investigación. Por consecuencia, y volviendo al tema que más nos interesa por intención, la “relación” implica, en síntesis reductiva, “una información”; valga decir: la forma intrínseca en que las diversidades que componen un todo coherente cooperan entre sí para que ese *todo* funcione en pos de su finalidad.

Con referencia a la Empresa, de la que estamos hablando como centro de referencia, la estudiaremos como aquel *todo*, compuesto de *elementos* diferentes (seres humanos), que requieren un tipo de *relación* (obviamente humana) para interpretar una *información* (conocimiento específico de un cometido común) que convierta a la Empresa en *unidad funcional* (finalidad productiva de ésta). Asimismo queda por advertir que tal Empresa como un *todo*, además de atender a su coherencia interna, debe “adaptarse” (como todo organismo a su medio) en un sentido recíproco con el “ambiente” que la rodea; y en este caso aparece lo que conocemos como El Público. (Ver Anexo 3 a.- 3 b).

Sintéticamente, y en términos estrictos de Relación, distinguiremos las Relaciones Humanas Internas y las Relaciones Públicas Externas. En ambas la Información es necesaria para una Producción con provecho recíproco, pero a condición de la palabra clave que en este caso es RELACION.

(3) Ver ASTI VERA, *Metodología de la Investigación* – Editorial Kapelusz – 1968.

1) *Relaciones Humanas Internas:*

Ellas, no sólo consisten en el ordenamiento lógico de las jerarquías y cargos personales, en donde cada cual desempeña un rol específico (que debe conocer a fondo) y al mismo tiempo comprende el rol de los demás. Esto resulta obvio en toda empresa de conjunto que aspira a una producción determinada, ya que parte de una planificación racional, se concreta en una organización administrativa y se rige estatutariamente por derechos y obligaciones. Deliberadamente —y por el momento— se deja de lado el muy importante papel contributivo de las instalaciones científico-técnicas que, por otra parte, son derivaciones de competencia del rol jerárquico aludido antes y de las posibilidades económicas de la Empresa.

El énfasis puesto aquí en las denominadas “relaciones humanas” se debe a un conjunto de fenómenos observados aun en Empresas dotadas de la mayor precisión organizativa, técnica, jurídica y económica; y en donde el “factor humano” se concreta a su sola faceta “funcional” (Kahler). Hasta no hace mucho tiempo se hacía referencia a una expresión paradigmática: “el hombre para el puesto”; sin duda inspirada en una filosofía voluntarista de modelo único pero escasamente advertida de la variedad y variabilidad del hombre considerado como “Existencia”. Hasta el sujeto más experto en una determinada función (el que responde acabadamente a lo que hemos clasificado como: “¿Qué es usted?”, sufre las variaciones de su interno *Quién* (“¿Quién es usted?”), al punto que en un momento dado puede aparecer distinto de aquel que fue rigurosamente seleccionado en base al “hombre para el puesto”.

Las investigaciones antropológicas modernas acerca de la variedad y variabilidad de los seres humanos no han entrado todavía en la consideración imponderable y a veces decisiva que tienen para el éxito o el fracaso de la Empresa. Tal significación puede estar condensada en la afirmación del antropólogo Paul Chauchard: “No existen ni existirán dos hombres

iguales entre sí y un solo hombre no es el mismo todos los días". Por una rara comprobación experimental, el *futuro de una Empresa* depende, mucho más de lo que se piensa, del *pasado humano* de los individuos que la integran: considerado esto último como el juego de las secuencias psicoafectivas acumuladas en el individuo, tanto como de la herencia cultural (también emocional) de la cual procede.

Una Empresa que por comodidad productiva o prurito de no intervención en la vida íntima de sus elementos humanos (entiéndase *comprensión* y no *intromisión*), descuida este factor relacional-afectivo no puede albergar seguridades futuras en cuanto al otro factor (secuencial) relacional-efectivo. La participación e intervención del denominado "relacionista", en este aspecto endógeno de la Empresa, asume la funcionalidad de un verdadero EXPERTO EN RELACIONES HUMANAS.

2) *Relaciones Públicas Externas:*

No constituyen ni representan una entidad separada (como especialidad) de la anterior, sino su complemento; y su más clara comprensión de *diferencialidad sin separabilidad* la hallamos en el modelo actual para conceptualizar la Vida. "La vida no es concebible sin un ambiente".

Razonando por analogía diríamos que una Empresa, como Organismo dinámico de elementos y relaciones internas, no es concebible sin el ambiente constituido por el público que en este caso, la sustenta y al mismo tiempo se beneficia con sus producciones. Esta inter-relación no se concreta al simple mecanismo de la ley económica de la oferta y la demanda, prescindiendo de otros factores que si bien no son leyes, sí son "normas" que rigen y modifican los diversos comportamientos humanos.

Es preciso aclarar, de momento, ciertas cuestiones que hacen a la cabal comprensión de esta terminología propia de la Empresa moderna. La expresión "público", así como su derivada "publicidad" no se atienen a la fría relación del ven-

dedor y el comprador guiados por apetencias egoístas y habilidosa suspicacia.

En primer término, “público” es la parte visible y activa de la “población” donde una Empresa ha sentado su propiedad física y funcional. Al decir parte visible y activa de una población debe entenderse que no es siempre la misma, sino esa realidad fluctuante que gira en derredor de la Empresa, en órbitas próximas o lejanas pero sin pertenecer orgánicamente a ella, aunque en el orden de los intereses efectivo-afectivos constituyen un todo de dimensiones imprecisas.

Si la población es numerosa, al punto de que la Empresa quede sumergida en un medio que la rodea pero no la nutre, en recíproco aprovechamiento, es necesario desarrollar una acción centrífuga que se conoce como “publicidad”. En su acepción más estricta, publicidad es “hacer pública una cosa o hecho que merece conocerse” y este merecimiento, si es legítimo, debe aspirar a *convertir en público* a toda una población determinada, incluso a aquella que en un momento dado alcanza su más completa densidad. (Hay “productos-satélites” industriales y comerciales que circundan nuestro planeta con la misma seguridad y eficiencia que los satélites artificiales).

Existen procedimientos y técnicas (antiguas y modernas) que constituyen los “medios de publicidad” cuyo número, detalle y eficacia circunstancial no están en los propósitos pretendidamente humanísticos de este trabajo. Pero —y precisamente por ello— es indispensable destacar lo que hoy es un hecho incontrovertible: existen “medios publicitarios” cuya eficacia parece radicar en la eliminación paulatina del Hombre con sus defectos con-naturales, para imponer la fría despersonalización de una técnica que *llega* más rápido y ciertamente a su destino; el cual, después de todo, sigue siendo el humano.

Ello no significa, por cierto, desconocer la eficacia de la técnica en expansión que posibilita cada vez más la “precisión

informativa”; pero sí significa que, contrariamente a lo supuesto, a medida que se hacen exclusivos y excluyentes los “medios informativos de comunicación técnica” se hacen más visibles y trágicas las “incomunicaciones verdaderamente humanas”.

La solución no está en la opción mal entendida de una lógica que todavía impone la *división* donde descubre *lo diferente*, ni mucho menos pretender que lo presuntamente dividido entre en conflicto para quedarse con el vencedor.

El Hombre y la Técnica, en este capítulo que atañe a la Publicidad, no pueden contraponerse como dos entes surgidos independientemente, sino como el creador y la obra creada que, aun superándolo en cierto grado de eficiencia operativa, no ha de hallar otro destino que el hombre mismo en perpetua función de superarse. Y en esta relación de complementariedad, surge de nuevo la misión del “relacionista” que hace factible la conexión humana endógena de la Empresa con la que, fuera de ella, se prolonga en la misma sustancia ya convertida en Público.

Y así, el relacionista humano y el relacionista público son sólo *uno*, con distinto cometido; aunque su éxito personal dependerá de la comprensión bien clara que entre *lo distinto* no existe *separación* ni *oposicionalidad*, siempre y cuando sepa sacar provecho del arte y de la ciencia de la RELACION.

3) Conclusiones

Para determinar la necesidad y la posibilidad de consagrar a la disciplina RELACIONES PUBLICAS como tema universal y propedéutico de toda organización humana destinada a producir para un bien común, se requiere un replanteo de situaciones en las cuales lo que llamamos *objetividad* y *subjetividad* han de ser revisadas no sólo con máximo rigor sino también con urgencia. Claro está que objetividad-subjetividad representan la síntesis más acabada del Hombre cuando se lo

dēspoja de todo atributo que, sin ser superfluo, impide momentáneamente esta examinación exhaustiva. Esta "reducción antropológica se hace necesaria porque permitiría revisar, paso a paso, cada estadio secuencial de su *formación* y, paralelamente (o correlativamente) las relaciones que establece con su medio estrictamente humano y el cósmico-cultural que es el de su productividad. Lo cierto es que cuando se habla de *formación* se pone mayor énfasis en la contribución cultural que en la evolución natural; y cuando se dice *información* también se omite la naturaleza intrínseca de ese *quién* que la transmite y a la vez la recibe.

Las relaciones entre los hombres, en nuestro tiempo, es el problema que acucia a todos cuanto, de una u otra manera, tienen la misión y/o la obligación de conocerlos y comprenderlos, guiarlos y conducirlos, capacitarlos y socializarlos en función de su productividad, protegerlos y rehabilitarlos del infortunio y la enfermedad y, fundamentalmente, asignarles y mantenerles la cuota de dignidad y libertad a que son acreedores por el hecho de representar el punto más alto de la vida consciente y creadora.

Todas esas cualidades y virtualidades reconocidas en potencia y acto (que no lo agotan, por cierto) parten de aquella necesaria "reducción antropológica" que lo concretan en el común denominador de un *ser-objetivo-subjetivo*, del cual emergen las diversidades psicobiológicas y la heterogeneidad de sus motivos y realizaciones. Con deliberada insistencia se hace pie en este común denominador porque hoy constituye el *modelo* dinámico y real para todo aquél que necesariamente debe recurrir al trato cotidiano y concreto del Hombre pluralizado (es decir: "los hombres"), haciendo abstracción, también por necesidad, del "hombre standard" que idealizó el *modelo* clásico. No se trata por cierto, de anteponer un modelo a otro, sino de elegir (y elegir a conciencia) el modelo que más se aviene a la particular misión de aquel que trata de continuo con semejantes reales y no imaginarios.

Muchos de los fracasos registrados en el intento (casi siempre esforzado y heroico) de “relacionar los hombres entre sí” por lo que *son* y *están*, además de la vinculación por sus intereses productivos y por la información que la ciencia les proporciona cada vez más, se deben a la preferencia inveterada que se tiene por el aspecto objetivo y en desmerecimiento del subjetivo que cohabitan en una misma existencia. De suerte que una “primera relación” para quien trata con hombres reales en función de producir, está dada en comprender la coherencia objetivo-subjetiva de cada sujeto con el cual mantiene su propia relación.

Ver al hombre exclusivamente en su trabajo y evaluar su producción sin más, es el principio por el cual la deshumanización se hace presente y la “robotización” evidente. Pero verlo en su instancia interior, en sus conflictos y desarmonías, en sus problemas subjetivos (sean reales o imaginarios) y en su esforzamiento para cumplir “no obstante su disconformidad”, es el principio mediante el cual toda *relación* se va construyendo en la medida que cada *elemento* (Humano) es examinado en su autenticidad diferenciada y a la vez asistido comprensivamente para su “encaje dichoso” en el conjunto.

Una Empresa que organice (o re-organice) su material humano sobre la base de sus *diversidades subjetivas* (relación inter-subjetiva) asegura y consolida su rendimiento específico por la *disposición objetiva* con que cada cual contribuye al éxito común. La reiteración del pensamiento de Jean Fourastie (“una Empresa no es un conjunto de máquinas”) hace ahora explícita y más fácilmente comprensible la nueva definición empresaria. Sobre todo porque destaca la imprescindibilidad del “relacionista” en estas cuestiones todavía no muy bien comprendidas por muchas Instituciones y organizaciones comerciales e industriales modernas.

En este Mundo-Empresa es cada vez más notoria la necesidad de un intérprete fiel y cabalmente capacitado para ubicarse en medio de la antinomia “hombre para producir” y

“producir para el hombre”, sin que en ningún caso la realidad de ambos quede afectada por excesivos romanticismos ni limitados positivismos. Un equilibrio de partes balanceadas, no por leyes rigurosamente físicas sino por necesidades y circunstancias cambiantes (en espacio y tiempo) hacen que aquel intérprete sea a la vez, *integrador*, *coordinador* y *operador* de diversidades en pos de la unidad. La sentencia pitagórica acerca del “hombre mensura” (*), requiere interpretación moderna; pues ahora es el Hombre mismo quien trata de “evaluarse” en dimensiones que lo abarcan conjuntamente como productor y consumidor pero sin merma de su dignidad fundamental.

El mundo del futuro, considerado como Empresa Humana no reclamará, para su gobierno, la presencia tan discutida del Empresario de antes, cuyo simil político hubo de confundirse con el poder omnímodo de los dictadores de turno. Cualesquiera sean las formas de conducción mundial (por acuerdo entre naciones cada vez más tecnificadas) no habrá ya, para el logro de una unidad progresista y humana, una figura cumbre que lo resuelva todo. Un verdadero equilibrio sin mando ni poder absolutos (o al margen de estos mismos) estará dado por un personaje que devendrá histórico si se lo entiende como integrador, coordinador y operador de una civilización tanto más eficiente cuanto mayores sean las diversidades que la constituyen. Aunque en apariencia paradójica, ésta es la realidad que se desprende de la investigación del Universo y de la Vida. Una *uniformidad* perseguida con obstinada y engañosa idea, sólo conducirá a la parálisis y la muerte.

Las advertencias de la ciencia son ya severas e irreversibles: la *unidad en la diversidad* es la meta en la evolución de todo lo creado. Y en cuanto al hombre emprendedor, también la meta de todo cuanto podrá crear en el futuro si permanece fiel a este imperativo de su origen y destino.

(*) *El hombre es la medida de todas las cosas; de las que existen y de las que aún no existen.* — PITÁGORAS.

Para una palabra que se pronuncia a cada instante con decreciente fe, habrá que añadir el verbo que es acción y, en todo caso, reivindicación de esa misma fe. La palabra es PAZ; el verbo es RELACIONAR. Sólo el humano de nueva formación será capaz de pronunciar esa palabra y hacerla operativa con el imponderable dinamismo del verbo que se le añade.

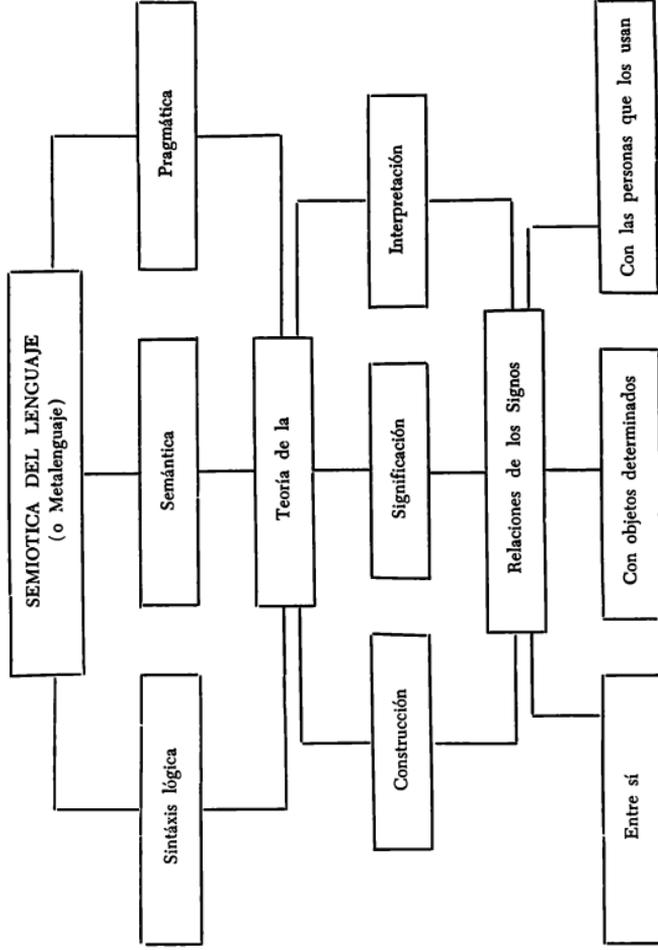
Por el momento, y desde su modesto surgimiento el hoy llamado "relacionista" abre una perspectiva para el futuro.

BIBLIOGRAFIA

1. FAGNILLI FUENTES, G. y GÓMEZ PRIETO, M.: *Programa y Temario de "Teorías de la Comunicación"* (Propedéutica Relacional) - ISIRP - 1971.
2. MORRIS, Ch.: *Signos, Lenguaje y Conducta*. Edit. Losada S. A.
3. VERA, A.: *Metodología de la Investigación*. Edit. Kapelusz - 1968.
4. SPRANGER, E.: *Formas de vida*. Revista de Occidente.
5. ORTEGA Y GASSET, J.: *Obras completas*.
6. FOURASTIE, J.: *Conferencias*.
7. FERRATER MORA Y LEBLANC: *Lógica matemática*.
8. PIACET, J.: *Biología y conocimiento*. Edit. Siglo XXI - 1969.
9. NICOL, E.: *Los principios de la Ciencia*. FCE - 1965.
10. CALLOWAY J. y REEFER NEWMAN, E.: *Diccionario de RRHH*. Edit. Troquel.

LA PALABRA

Anexo I



CLASIFICACION DE LAS CIENCIAS

(basada en la naturaleza de sus objetos, métodos
y criterios de verdad)

- 1 **FACTICAS:** (naturales)
 - *Objetos:* naturales
 - *Métodos:* experimentales

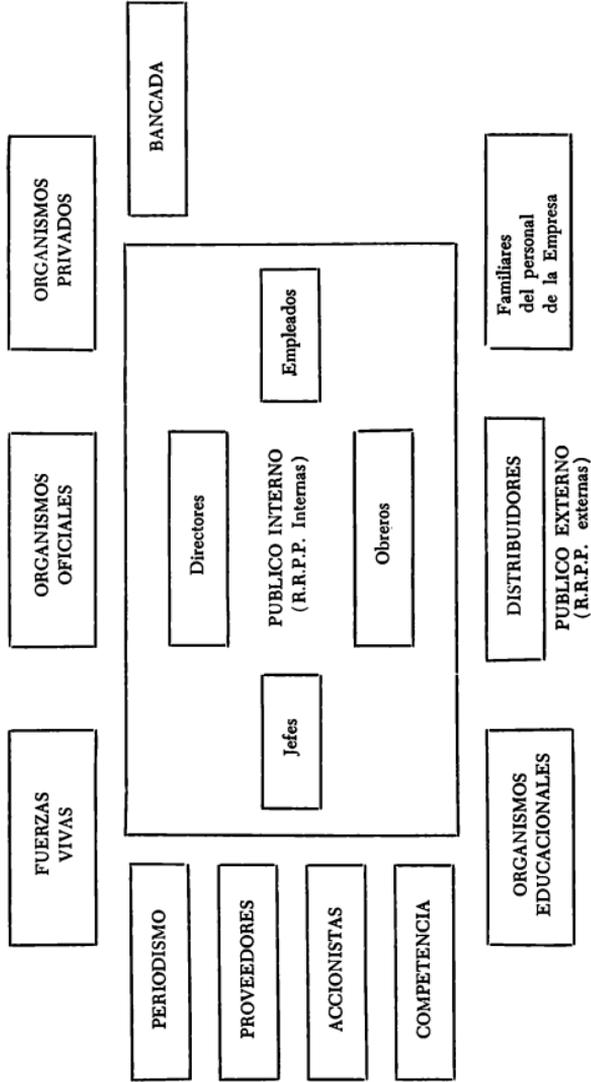
- 2 **FORMALES:** (o exactas)
 - *Objetos:* ideales
 - *Métodos:* deductivos
 - La ciencia que ha progresado más en este camino ha sido la lingüística estructural de la escuela de Copenhagen ⁽⁵⁾, en el siglo pasado se la consideraba como *Ciencia Formal*.

- 3 **DEL HOMBRE:** (del comportamiento o del espíritu)
 - Son oscilantes de acuerdo al enfoque que se les designe.

- 4 **INTERDISCIPLINARIAS:**
 - La *Biología Matemática* y la *Cibernética*.

- 5 **NUEVAS:**
 - La *Parapsicología* y la *Semiótica*.

⁽⁵⁾ HJEMSLEV, L.: *Prolegomena tu a Theory of Language*, 1953 - Baltimore.



MEDIOS OPERATIVOS

1 – Escritos:

- a. Cartas (individuales y con el público externo)
- b. Notas (personales y formales)
- c. Comunicados de prensa
- d. Artículos (Actividades de la empresa - información - opinión - redaccionales)
- e. Publicaciones (Balance - Revista de la empresa - Folletos - Monografías)
- f. Manuales para los clientes
- g. Circulares - Volantes - Gacetillas - Tableros
- h. Tarjetas. Esquelas. Boletines. Folletos.

2 – Orales:

- a. Diálogo
- b. Teléfonos
- c. Discursos - Coloquio - Conferencia o panel. Mesa Redonda.
- d. Exposiciones (Pictóricas. Fotográficas. Escultóricas. Literarias)
- e. Seminario
- f. Reunión de prensa
- g. Declaraciones - Entrevistas.

3 – Visuales:

- a. Fotos (documentales - artísticas - técnicas)
- b. Placas fijas (Diapositivas)
- c. Imágenes
- d. Ilustraciones
- e. Gráficas (Organigramas)

4 – *Audiovisuales:*

- a. Radio
- b. T.V.
- c. Noticiosos
- d. Cintas Grabadas
- e. Películas (Argumentadas en función de RR PP - Documentales)
- f. Flash con Investigaciones documentales (sonido e imágenes)

5 – *Otros:*

- a. Concursos Artísticos y Literarios (premios)
- b. Publicaciones (Congresos - Inauguraciones - Cursos técnicos - libros de textos)
- c. Becas de estudios
- d. Paseos - Viajes - Fiestas - Visitas a instalaciones de la Empresa
- e. Buzón de ideas
- f. Archivo con recortes de prensa
- g. Libro de quejas
- h. etc.

