

Agustí de Uribe-Salazar, president del Gabinet Uribe

“Cal que fem un esforç per mantenir el rigor en la nostra feina”

Agustí de Uribe-Salazar és un dels pioners de les Relacions Públiques a Espanya, professió en la que es va iniciar l'any 1964. Des del 1977 presideix el Gabinet Uribe de Relacions Públiques, una consultora que ha estat reconeguda amb els guardons més rellevants tan en l'àmbit nacional com internacional. Agustí de Uribe-Salazar ha estat President de l'Agrupació Espanyola de Relacions Públiques, membre del Board de la CERP, (Confederació que agrupa les associacions professionals de Relacions Públiques dels països Europeus), fundador i president de l'ADECEC, (Patronal estatal dels gabinets de RP), i fundador i Vicedegà del Col·legi de Publicitaris i Relacions Públiques de Catalunya.

Quin tipus d'indústria aplega el sector de les relacions públiques?

Amb el anys ha anat variant molt la definició de les relacions públiques i el seu àmbit d'actuació. Fa uns anys només es dedicaven a l'organització d'actes. Amb el temps, el sector de les relacions públiques ha anat guanyant importància. Primer amb la creació de més empreses i consultories i, segon, i molt important, amb la formació de professionals a les universitats.

Qui contracta a un relacions públiques?

Avui en dia, tothom. No hi ha un sector, o una indústria, que en necessiti més que una altra. La inserció laboral es produeix tant a la indústria, com al comerç, a les administracions públiques, als partits polítics i a les ONG. És a dir, es dilueix entre tots els sectors d'una forma realment homogènia. A més, és una ocupació que va creixent en tots els sectors. Quan abans entraves a una empresa, no hi havia ningú que es dedicés a les relacions públiques. No hi havia ningú i, a més, no tenien ni idea del que volia dir. Avui dia, saben el que vol dir, li això també vol dir que si t'han de contractar saben perfectament el que poden demanar i el que no.

Quina formació necessita un relacions públiques?

És evident que necessita formació en totes les tècniques de comunicació, igual que un publicitari. Després hi ha metodologies i tècniques que són específiques del nostre sector, com poden ser la cohesió de grups, l'organització d'actes, la resolució de conflictes, etcètera. Allò que ens diferencia molt dels publicitaris és que el nostre objectiu és la persona; a diferència dels publicitaris que és el grup. Nosaltres podem arribar al grup a través de la persona.

Què és allò que no pot oblidar un relacions públiques?

Pensar en els demés. Això és el més important de les relacions públiques. En publicitat, no dic que no es pensi en els demés, però es pensa més en producte, en vendes, en diners. Nosaltres no pensem en diners, pensem en opinió. El nostre camp de joc és l'opinió pública fonamentalment, i a partir de l'opinió pública el que més convingui des de la comunicació interna i l'externa.

Quines són les tendències del sector de les relacions públiques?

Tendim cap a l'especialització. L'home orquestra que érem al inici, que sabíem fer-ho tot i no ens va

quedar més remei que aprendre a fer-ho tot, avui dia ja està superat. Per exemple, al nostre gabinet hi ha especialistes en organització d'actes, en cohesió de grups, en resolució de conflictes, etcètera. Hi ha especialistes que després es nodreixen i es fan acompanyar dels executius júnior necessaris, que són els que estan en formació i van aprenent d'aquestes especialitats.

Així creu que cal una reordenació de la professió?

Si, és una obligació que tenim. Com qualsevol sector jove que ha crescut en pocs anys molt, molt i molt, arriba un punt en que s'ha de tornar a estabilitzar i fer les arrels més profundes. Els arbres cada any tenen la poda, i s'ha de retallar per tal que les arrels siguin més fortes i sortir amb més força. Crec que aquests moments de crisi, són uns bons moments per fer la poda i per aconseguir que el sector continuï creixent amb major solidesa i més rigor. Cal fer una mica d'introspecció, veure quines coses caldria reforçar i no cedir en cap de les especialitats que ens pertiquen.

Aquesta poda de la que parla, és necessària a causa de l'intrusisme de la professió?

Les barreres d'entrada a la professió són molt lleus, quasi qualsevol pot entrar a la professió. Recordaràs que una de les frases de Bernais era "Avui dia qualsevol imbècil es pot dir a sí mateix relacions públiques". Dissortadament ja ha arribat això aquí. Per exemple, avui dia el tema d'organització d'actes ha agafat una dinàmica "curiosa", perquè qualsevol fa actes. Tothom s'anima i veus cada salvatjada tremenda, sobretot en temes tant rigorosos i seriosos en la nostra professió com és el protocol. Veus uns protocols que t'esgarrifes, i els veus a tots els nivells. Cal que fem un esforç per mantenir el rigor en la nostra feina.

Quin consell donaria a algú que volgués dedicar-se professionalment a les relacions públiques?

El primer consell és que comencin a treballar amb els millors professionals. Han de fer les seves primeres "10.000 hores de vol" al costat de grans professionals, per poder exercir després. El més important no és la percepció-recepció econòmica, sinó la percepció del propi coneixement. Si tenen il·lusió per treballar en una professió d'una gran dignitat i un gran rigor, l'únic que han de fer és arremangar-se i mirar endavant. Perquè estic convençut que encara hi ha un gran camí per millorar, perfeccionar i arribar a tenir una professió encara molt més prestigiada del que està avui.

Destacat:

"Crec que aquests moments de crisi, són uns bons moments per fer la poda i per aconseguir que el sector continuï creixent amb major solidesa i més rigor"

Cofinançat per:

