

mación de los relacionistas públicos y especialistas en protocolo en Colombia.

**ENS: ¿Qué tipo de convenios internacionales ha tenido la FERP?**

**PG:** Nosotros presentamos unas opciones de cátedras en distintas universidades, tenemos proyectos educativos en algunas de España como la Escuela de Negocios Eserp, la Universidad Europea y la Camilo José Cela donde se hicieron todos los acercamientos y contactos. Ellos mismos se sorprendían y se preguntaban por qué en Colombia no se había dado esta cátedra, mientras que en otros latinoamericanos era una realidad. También con la Universidad de la Florida empezamos a hacer unos *brandings* hace muchos años. Entonces ha habido una experiencia muy interesante con el aval de estos centros académicos, con lo cual los cursos se empezarán a impartir el otro año. Consecuente con lo anterior y ante la apertura de mercados con los acuerdos comerciales y los TLC's que nuestro país ha firmado, la Fundación se encuentra en la etapa final de la construcción del conocimiento y las materias afines en áreas que impactarán positivamente y conllevarán a ser competitivos globalmente a quienes las apliquen de manera directa o a través de la asesoría, en el desarrollo de las actividades propias de la relación-negociación.

**ENS: ¿A partir de cuándo se impartirán las clases?**

**PG:** Desde el año entrante. Sin embargo, con la apertura del *Primer encuentro internacional "Tendencias en relaciones públicas y protocolo"* ya empezamos a movernos con capacitaciones específicas. Esto, mientras firmamos las alianzas con algunas entidades internacionales, que bajo la estructura de la Escuela de Relaciones Públicas, nos ayudarán en la formación y profesionalización de aquellas personas que trabajan en el área. Una cosa importante es que si el estudiante no tiene plata para acceder a una maestría, ésta es la mejor opción porque aquí va ser muy económica, pues nosotros vamos a ejecutar las especializaciones desde esos países.

**ENS: ¿Cómo está el campo de las relaciones públicas en general?**

**PG:** Las relaciones públicas (RRPP) está en la frontera tímida que se puede llegar a perder con la responsabilidad social aunque ésta nace de la esencia – no del criterio – de una convención que se hizo en México, en 1975 aproximadamente, de todas las asociaciones latinoamericanas o americanas de todo el mundo. Y ellos dijeron qué tanto tenía que tener responsabilidad una empresa con la relación a la comunidad. Luego Harvard empieza a tomar estos temas de responsabilidad social y ahí es donde se empiezan a confundir estos dos términos. Pero también está la parte de la comunicación, entonces algunos le llaman marketing corporativo o marketing relacional. Es difícil que la gente comprenda realmente todo el contexto y la importancia de esta rama, ya sea como complemento a una disciplina o profesión como tal.

**ENS: ¿Cómo van a lograr penetrar en el público colombiano?**

**PG:** Una cosa clara es que Colombia no tiene cátedra o profesión de RRPP como tal. Por eso nosotros

no vamos a impartir una carrera porque es mucho más fácil que Colombia empiece a reconocer los beneficios de las RRPP como una especialización y maestría, que estudiar cinco años para no saber cuál es el campo en el que va a ejercer. De esta manera, nuestra idea no va encaminada a una profesión, precisamente porque queremos que el ejercicio sea transversal a todas las disciplinas; que un médico pueda especializarse en esto o un ingeniero o un arquitecto, porque esto también es una ventana para la exposición y venta. Es cierto que hay una falencia muy grande, pero es algo que vamos cubrir con el desarrollo de estas actividades para que así las personas que lo tomen realmente se den cuenta que necesitan mucho más de este campo, porque no hay empresa en este momento (privada, pública o multinacional) que no esté enfocada en las relaciones con su comunidad y la imagen que proyecta. Esa es la magia de las RRPP: tomar todos los productos de una empresa y, mediante estrategias, relacionarlos con su público externo para posicionarlos en su mente y corazón.

**ENS: ¿Qué tan importante es el protocolo en las RRPP?**

**PG:** Yo soy profesora de relaciones públicas en la Universidad Externado, el Rosario y la Sergio Arboleda y le he inyectado unos módulos a protocolo. Es importante saber ubicar a una persona de acuerdo a su actividad, tener presente en qué momento nosotros tenemos que negociar una precedencia para lograr los objetivos, cómo una mesa de negociación podemos maximizarla en resultados pero minimizarla en los gastos económicos, solamente por el hecho de saber aplicar la precedencia. Todo eso es el protocolo y cuando yo llego al tema del relacionamiento internacional en mis clases la gente se queda asombrada de la importancia de no tanto aplicar el protocolo, sino de verlo como una herramienta de negociación. Es que las personas no identifican que el protocolo viene de un marco legal que tiene una estructura, siguen creyendo que es sentarnos y comer con el dedo parado.

**ENS: Cuál es la diferencia entre protocolo y etiqueta?**

**PG:** La etiqueta es el arte de vestir la mesa y vestimos nosotros, eso no tiene ningún piso jurídico, ningún marco legal. El protocolo si tiene su columna vertebral que es la precedencia, ésta en Colombia es el decreto 170 que nosotros tenemos que aplicar. En una fiesta de 15 años no existe el protocolo, como la gente suele pensar, porque no hay una norma clara; en el empresarial si

existe porque hay un piso jurídico que es un organigrama, lo mismo pasa con los eventos deportivos y así con todas las disciplinas.

La precedencia del protocolo radica en donde sentar a la persona, en qué orden, pero eso no es etiqueta. Ésta es cómo vestirse y comer. Por otra parte está el glamour que es el arte de caminar, saludar y comportarse. Y todo esto son herramientas para las RRPP, son facilitadores que nos llevan a nosotros a tener esa combinación mágica para ser interesantes.

**ENS: ¿Existe alguna norma básica de etiqueta?**

**PG:** Hay principios básicos en la etiqueta como son el arte de saber comer y de vestirse, que dice que si el palto debe dividirse por la mitad, el 50% debe ser bello y el otro 50% inteligente, bello en la forma de presentarse e inteligente en la suma de los roles, comportamientos y todo lo que yo voy a hacer.

**ENS: ¿Qué ha necesitado para ser una mujer exitosa?**

**PG:** Para estar en las grandes ligas se necesita conocimiento, identificar el entorno y empezar a actuar en el momento preciso, justo a tiempo. Y cuando usted logra pegar, permanece en el corazón y mente de las personas y deja de ser una más.

**PILAR GUZMÁN,**  
directora de  
relaciones públicas  
y protocolo de la  
Alcaldía Mayor de  
Bogotá y presidenta  
de la FERP Fundación  
Escuela de  
Relaciones Públicas y  
Protocolo./Fotos Óscar  
Martínez

El protocolo  
viene de un marco  
legal, no es  
sentarnos y comer  
con el dedo parado.

