

## INDICE

<b>Introducción</b>	7
1. Unos orígenes significativos	9
2. Una doctrina sociológica basada en la variable relaciones	15
3. Las relaciones publicas: ni publicidad ni propaganda	21
4. Una estrategia de la confianza	33
5. Un concepto inicial: el hombre inicial	39
6. El socio	47
7. El creador de opinión. La metodología de la comunicación	55
8. El proyecto de empresa	61
9. Los públicos	66
10. Las relaciones con la prensa: un esfuerzo de clarificación	79
11. ¿Lobby o grupo de presión?	87
12. La comunicación presidencial	91
13. El profesional de las relaciones publicas o el hombre orquesta	97
14. El futuro de las relaciones publicas	103