



El valor de la mentira: RELACIONISTAS PÚBLICOS.

Una encuesta revela que la mayoría de las consultoras y comunicadores de empresas faltan a la verdad.

Un verdadero escándalo generó en el mundillo de la comunicación institucional la declaración que hizo hace unos meses el gurú de las PR (Public Relations), Max Clifford, en la Universidad de Westminster, ante unos 300 relacionistas y estudiantes de ciencias de la comunicación. "Hace 40 años que miento en nombre de políticos, empresarios y países", se había confesado.

Los RR.PP. fueron reunidos por la revista británica PR Week, partner de la argentina Imagen (Empresaria + RR.PP. + Prensa + Comunicación + Lobbying), la publicación que dirige el periodista Diego Dillenberger.

En realidad, los asistentes a aquella conferencia de Clifford justificaron en sus posteriores intervenciones el crudo reconocimiento del gurú: "Las relaciones públicas no tienen el deber de decir la verdad", opinó la mayoría. Sin embargo, una encuesta de la consultora de opinión pública CIO Argentina -realizada entre 252 periodistas y relacionistas públicos de empresas y consultoras en exclusiva para Imagen- muestra que sólo el 15% de los RR.PP. de la Argentina considera que mentir es inevitable (ver gráficos).

Aún así, cuando se les preguntó si la mentira era una actitud frecuente en la profesión y si conocían personalmente algunos casos, abrumadoramente contestaron que era frecuente y muy frecuente que los comunicadores mintieran: el 82% de los periodistas y el 69% de los relacionistas.

POR SECTORES. Según la muestra de CIO, los comunicadores institucionales que suelen mentir con mayor asiduidad son los voceros de los gobiernos: más de un 70% de los periodistas lo cree así y casi el 80% de los RR.PP. El segundo sector más mentiroso sería el empresario: más del 23% de los periodistas y casi un 11% de los relacionistas lo admite. El sector empresario en el que más se miente, según los consultados, sería el de los servicios públicos, seguido por el de las telecomunicaciones.

¿Cree que la crisis económica del 2001 erosionó el profesionalismo en comunicación?, fue otra de las preguntas del sondeo: más del 63% de los periodistas y más del 64% de los RR.PP. contestó que sí.

Ariel Mosto, director de CIO y de la muestra, concluye: "El compromiso con la verdad aparece más enfatizado entre los periodistas. Admitir la mentira es más justificable para un profesional de las Relaciones Públicas, por el sencillo hecho de las diferentes audiencias sobre las cuales recae la falta de verdad.

La vocación periodística se relaciona con acercar esas audiencias a la realidad y la de los RR.PP. con colaborar en la construcción de imagen de un político o una compañía".

LA ENCUESTA

de los RR.PP.		
Mentir es inmoral	18.85%	28.21%
Se daña la relación con los medios	25.64%	16.39%
Se perjudica la imagen institucional a mediano-largo plazo	30.77%	34.43%
Ns / Nc	0%	2.46%

Fuente: Noticias Pais: Argentina **Fecha:** 07/07/2007 **Página:** 48/Nº 1593