



## ÉTICA Y PROFESIONALISMO EN RELACIONES PÚBLICAS

Luz Jinet Rodríguez Jiménez\*

En toda profesión, la ética, es la base fundamental para el ejercicio de sus funciones o actividades, la ética es la referencia al sistema de valores que posee un individuo, estos determinan su acción, que esta bien y que está mal, que es justo o que es injusto; por lo anterior, los profesionales de Relaciones Públicas, están en la obligación en identificar sus propios estándares, que será el mayor insumo para la práctica de la profesión.

La conducta de un Relacionista Público, no sólo se mide por su grado de conciencia, sino desde algunas otras normas de aceptabilidad que han sido definidas por la vista social, profesional o por la organización.

La dificultad para el profesional en Relaciones Públicas, en valorar si un acto es ético o no, reside en el hecho en que todos los individuos, poseen diferentes estándares y percepciones de lo que es “bueno” ó “malo”, muy frecuentemente, una situación no es blanca o negra, sino que se enmarca en una escala de grises.

Unido a lo anterior, las orientaciones filosóficas de los individuos, también pueden determinar como actúa en diferentes situaciones; los filósofos afirman que existen tres orientaciones el absolutismo, el existencialismo y el circunstancialismo:

---

\* Bachiller en Relaciones Públicas, Máster en Comunicación Organizacional, Encargada de la Oficina de Relaciones Públicas. Hospital Nacional Psiquiátrico.



El absolutista considera que la decisión puede ser buena o mala, independientemente de sus consecuencias; el existencialismo quienes toman sus decisiones sin tomar en cuenta los sistemas de valor; y el circunstancionalista quien toma sus decisiones en función de obtener el mal menor, si se unen estas tres corrientes de pensamiento, podemos determinar que las personas toman sus decisiones basándolas en los fundamentos básicos como decir la verdad, mantener las promesas, la lealtad y el compromiso.

Los profesionales en Relaciones Públicas y comunicación tienen un dilema adicional, tomar decisiones que satisfagan el interés del público, el de la empresa, el del código de ética de la organización y sus valores personales; dentro de lo normal esperado, todas estas intervenciones no deberían entrar en conflicto, pero en la realidad suele suceder.

No obstante los códigos de ética profesionales para la práctica de las Relaciones Públicas y Comunicación, que son particulares en cada país, son códigos que se adaptan a la Sociedad de Relaciones Públicas de América, que dentro de sus enunciados está promover y mantener altos estándares de conducta ética y de servicio público.

Estos enunciados son los siguientes:

- ✓ Todo profesional está en la obligación de conducir su vida profesional en función del interés público.
- ✓ Deberá cumplir con elevados estándares de honradez e integridad
- ✓ Deberá actuar con justicia frente al público, clientes y empresarios, y con sus colegas profesionales, con el debido respeto al ideal de libre pensamiento y a las opiniones de los demás.
- ✓ No deberá divulgar información falsa o engañosa, debiendo actuar con prontitud para corregir comunicaciones erróneas de la que sea responsable.
- ✓ Deberá evitar participar en cualquier práctica que tenga como fin corromper la integridad de los canales de comunicación.
- ✓ Deberá estar preparado para identificar públicamente el nombre del cliente o empresario en nombre del cual emite una comunicación.



- ✓ Ningún profesional en Relaciones Públicas deberá representar intereses contrapuestos, o que entren en conflicto, sin el expreso consentimiento de los afectados.
- ✓ No podrá anteponer sus intereses personales a los intereses de la empresa.
- ✓ No aceptará minutas, comisiones, obsequios ni ninguna otra consideración de nadie.

Todo profesional en Relaciones Públicas y Comunicación, deberá salvaguardar escrupulosamente la integridad y privacidad de clientes o empresarios, antiguos y actuales.

- ✓ No dañará la reputación profesional intencionadamente de ningún otro colega.

Otro punto a considerar muy importante, es aquel que entre los profesionales de Relaciones Públicas existen diferentes opiniones sobre si las Relaciones Públicas es una cuestión de talento, de cualificación o de desarrollo de una profesión, ya que esta profesión no puede calificarse en el mismo sentido de la medicina o la abogacía.

La dificultad sobre la profesionalismo aumenta con la dificultad de determinar que es la práctica misma, John Buud Jr, un veterano asesor, escribió en el *Public Relations Quarterly*: “*Actuamos* como publicistas, pero *hablamos* como asesores, nos *comportamos* como técnicos de la comunicación pero *aspiramos* a tomar decisiones de tipo político”.

Ante todo esto, hay una idea común entre todos los profesionales, y lo más importante es que todo individuo debe comportarse como un profesional, esto significa que en relaciones públicas se debe cumplir lo siguiente:

- ✓ Ser independiente
- ✓ Ser responsable ante la sociedad y el interés público
- ✓ Manifestar su preocupación por la competencia y honorabilidad de toda la profesión.
- ✓ Mostrar una elevada lealtad de estándares de la profesión y a los colegas.



A pesar de todos los códigos de ética, la ética en relaciones públicas va más allá planteando cuestiones al profesional individual, ¿mentiré por mi cliente?, ¿amañare un concurso para que gane mi cliente?, ¿ocultaré una situación vergonzosa?, ¿redactaré un comunicado de prensa donde solo diga medias verdades?, ¿sobornaré algún periodista o diputado?, ¿silenciaré en una conferencia de prensa y solo daré información si algún periodista pregunta?,

¿dejaré mi trabajo antes de participar en una actividad reprochable?, en otras palabras estará el profesional dispuesto a traicionar sus creencias personales; estas y otras preguntas inundan la vida de muchos profesionales, más son la mayoría los que sus creencias son tan fuertes y trabajan con principios tan elevados que es difícil que tengan que traicionar sus valores personales.



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Kinicki, A. & Kreitner R. (2003). *Comportamiento Organizacional. Conceptos problemas y prácticas*. Editorial Mac Graw-Hill Interamericana, primera edición. México, D.F.