

31-01-08

Entrevistado: Lic. Rodrigo Fernández Madero
Vicepresidente del Consejo Profesional de
Relaciones Públicas de la República Argentina

GS: Ya estamos en comunicación, el Lic. Rodrigo Fernández Madero, que es el con el Vicepresidente del Consejo Profesional de Relaciones Públicas de la República Argentina y Director General de la Consultora Open Group, que lo hemos convocado para cambiar opiniones sobre este tema del relacionista público que protagonizó un accidente días pasados y del que lógicamente no vamos a hablar ni del accidente ni de la persona, sino que queremos hablar un poco de lo que es la profesión de Relaciones Públicas y ya lo saludamos, hola Rodrigo, buenas tardes. cómo estás?

RFM: Hola Gerardo, cómo estás, gusto de escucharte.

GS: Muy bien, muchas gracias y gracias por atender nuestro llamado y si vos me permitís yo quisiera hacer una pequeña introducción al tema.

Estaba pensando a raíz de este episodio, estamos hablando del accidente que participó días pasado el relacionista público Gaby Álvarez y lo que a mi me surge como comentario es que cuando nosotros queremos leer alguna nota sobre Fabián Falco, que es el Director de Comunicaciones de YPF, o de Gustavo Averbuj, CEO de la consultora Ketchum, buscamos en la Revista Imagen o la revista Dircom, en este caso para ampliar la información sobre el tema que vamos a tratar fuimos a la Revista Gente. Esto ya marca una diferencia.

Por otra parte, como decimos siempre en este programa, nuestra obligación es marcar la diferencia que hay entre una persona que organiza fiestas y otra que tiene a su cargo toda la comunicación institucional de una empresa o institución. Para este último caso esta persona se ha capacitado en la Licenciatura en Relaciones Públicas, que como vimos en entrevistas con diferentes actores del sector, se dicta en 17 universidades públicas y privadas de todo el país. O pudo haberlo hecho a través de distintos cursos o masters. Para nosotros éste es el relacionista público y no el que organiza fiestas del jet set o promociona artistas.

Queremos marcar esta diferencia porque entendemos que por las fotos que hemos visto, nos animamos a inferir que a este Sr. Alvarez no podemos llamarlo relacionista público.

En todas las profesiones hay profesionales desde excelentes hasta mediocres y tal vez los relacionistas públicos no escapemos a esta regla, pero lo que tenemos que remarcar son las incumbencias de cada profesión, y si bien en algún momento el verdadero relacionista organiza distintas actividades sociales empresarias, aplicando estrictas reglas del ceremonial, dista mucho de ser un organizador de fiestas del jet set.

Desde este modesto espacio llamamos a todos nuestros oyentes que no son de la profesión, a que por favor puedan distinguir bien entre una persona que asesora a las máximas autoridades de las empresas, es el responsable de

toda la comunicación de la empresa, o en el caso de las consultoras que también asesoran a empresas en el tema comunicacional, que administra crisis, entre otras innumerables tareas específicas, de aquellas personas que trabajan para que a un restaurante o boliche vayan más personas o algunos actores o vedettes.

Esta es un poco la reflexión del programa y queríamos Rodrigo hablar con vos como Vicepresidente del Consejo para ver como se vivió de parte de ustedes, más que nada que todos los medios hablaran del relacionista público.

RFM: Claro, bueno Gerardo, antes que nada te quiero decir que me pareció excelente el análisis tuyo, no puede ser menos del Lic. Sanguine, a quien respeto y tengo mucho afecto. Yendo al punto, concretamente, el otro día yo estaba escuchando un programa de radio, radio Continental, creo que era el programa de Victor Hugo y estaba hablando del caso de Gaby Álvarez que lo mencionaban como relacionista público y en el medio pusieron llamados de oyentes y un señor que no dijo su nombre, aclaró este punto en pocas palabras, diciendo la diferencia entre un relacionista público que mencionan hoy los medios y el Licenciado en Relaciones Públicas, o quien ejerce esta profesión de Relaciones Públicas, como comunicación estratégica o que trabaja realmente en la vinculación, en la relación de los públicos tanto externos como internos de las compañías o entidades y organizaciones. Y obviamente está muy bien lo que vos decís de entrada, el punto acá en tu programa no es hablar del episodio, como fue, como no fue, que sucedió, lo que lamentamos, sino cómo lo están mencionando a él, que está en boga por todo lo sucedido. Nosotros en el seno del Consejo y hablando también con colegas vemos que lamentablemente están nombrando esta profesión desde un lugar del cual no lo es.

El otro día yo estaba de vacaciones justo cuando sucedió esto, y viene una persona, yo estaba de vacaciones en Pinamar y me dice: es un colega tuyo esta persona?, relacionista público. Yo le dije no mirá, yo respeto todas las profesiones, pero no, ésto no lo es. Es convocar gente para que asista a un lugar, a una fiesta un famoso, etcétera y lo nuestro realmente es como vos bien decías, diecisiete universidades donde se enseña la profesión, y obviamente el trabajo es totalmente distinto, es definir mensajes o con el cliente o dentro de la compañía, los directores de comunicación, los dircoms y junto con el staff de la compañía, con los CEO's definir mensajes, definir el discurso institucional de la compañía, definir en qué momento salir a hablar, no salir a hablar y cuidar la imagen y definir realmente la identidad de la compañía, esto es muchísimo más que convocar a una determinada cantidad de gente a un restaurante o a un boliche.

GS: De acuerdo, aparte no se trata de calificar la tarea, es una tarea respetable como cualquier otra, lo que sí preocupa es la utilización del nombre y otra cosa me preocupa Rodrigo, no sé si lo notaste, es la poca claridad que hay del concepto en los medios, porque en general, se repite la denominación y no se dice "el llamado relacionista público", pero no es relacionista público. Lo repiten porque no conocen lo que es verdaderamente la profesión.

RFM: Exactamente, y lo que me preocupa es que casualmente quienes lo mencionan son los medios con quienes nosotros interactuamos mucho, no?

GS: Que saben en un momento de crisis lo que es la verdadera acción del relacionista.

RFM: Exactamente. Nosotros para llegar a los públicos objetivos, en el caso nuestro de Open Group, de nuestros clientes o de los directores de comunicación con la compañía misma, para llegar a ese público objetivo lo hacemos muchísimo a través de los medios de comunicación, o a través de los periodistas.

Pero sí, está en boca nuestra profesión en estos días y en boca de todos de lo que no es la profesión.

GS: Te agradezco mucho estos minutos y ya vamos a tener oportunidad de hablar durante el año, porque este es un año muy especial para el Consejo por el 50º Aniversario, vamos a tener oportunidad de hablar más extensamente sobre Open Group, pero no quería dejar pasar la oportunidad de felicitarte por la obtención de una cuenta muy importante los últimos días, verdad?

RFM: Exactamente.

GS: Decinos cuál es porque nosotros no tenemos problemas de nombres.

RFM: Assist Card es una de las cuentas que hemos obtenido en los últimos días, también Rafaela Alimentos, que son los que producen los fiambres Lario, de la Ciudad de Rafaela, Santa Fe y otras más. Bueno sí, hemos terminado un buen año y comenzado uno mejor aún. Así que bueno, te agradezco y te debo la presencia en la radio.

GS: Hacemos una entrevista en cualquier momento. Te mando un gran abrazo Rodrigo.

RFM: Bárbaro Gerardo, gracias, un gran abrazo.