



Latin Stock

Los riesgos de las declaraciones improvisadas

Por la boca muere el vip

Actos privados que son públicos, y organizaciones con voluntad de ser cada vez más transparentes. **El hermetismo ya no está bien visto, y los gabinetes de comunicación se esfuerzan para estar a la altura de las circunstancias.** Sin embargo, se enfrentan a un gran desafío: las declaraciones imprevistas de algún cargo de responsabilidad, siempre bajo la mirada de los medios.

Mario E. Zóttola Ledesma, Director del curso Gabinetes de Comunicación y Prensa del Centro de estudios Comunicación y Práctica

AUTOR: ZÓTTOLA LEDESMA, Mario E.

TÍTULO: El riesgo de las declaraciones improvisadas. Por la boca muere el vip

FUENTE: "MK Marketing+Ventas", N° 226 Julio/Agosto de 2007. Pág. 24

DESCRIPTORES:

- Comunicación eficaz
- Gabinete de comunicación
- Responsabilidad social

RESUMEN: Prudencia y cautela son los dos consejos principales que dan los asesores de comunicación y prensa. Pese a todo, algunas veces las personas que ostentan cargos de responsabilidad política, económica, etc., *meten la pata* y hacen desafortunadas declaraciones, en ocasiones incluso sobre temas que hieren sensibilidades. La sociedad y los medios de comunicación exigen cada vez más transparencia y responsabilidad por lo que se dice, los directivos no sólo tienen que rendir cuentas ante sus accionistas, y las compañías líderes preparan sus juntas según la asistencia de periodistas.

Las palabras las carga el diablo. Esta frase, muy usada entre los asesores de prensa, alude a los riesgos que conlleva una declaración pública improvisada cuando quien la hace ostenta un cargo de responsabilidad y está siempre bajo la mirada atenta de los medios. El reciente conflicto entre el presidente del Grupo Prisa y el Partido Popular demuestra que, en comunicación, toda precaución es poca.

Pasados los primeros momentos del enfrentamiento, y dejada atrás la polvareda que ha levantado la crisis, ha llegado la hora de analizar fríamente uno de los principales problemas con que tropiezan los asesores de comunicación y prensa: los riesgos de las declaraciones imprevistas e improvisadas.

Esto abre un tema poco debatido por los expertos en comunicación empresarial. De la misma forma que a las compañías ahora se les exige una responsabilidad social corporativa (que ha dado lugar a una nueva y difundida especialidad en la formación de postgrado), es el momento de plantear la responsabilidad social individual que, a mi juicio, deben tener las personalidades públicas al frente de empresas e instituciones.

La sociedad y los propios medios ya han comenzado a reclamar esa responsabilidad a otros destacados actores sociales como los directivos de los clubes de fútbol y los jugadores de los grandes equipos. Las salidas de tono ya no están bien vistas. El Real Madrid tiene un estricto código de comportamiento que deben aplicar sus jugadores en sus relaciones con la prensa, y el Barcelona exigió una fulminante rectificación a su jugador Eto'o que, eufórico por el triunfo de la Liga, el 15 de mayo de 2005 en el Camp Nou, entonó seis veces un cántico que no gustó a nadie: "¡Madrid, cabrón, saluda al campeón!". Al día siguiente, el delantero pidió disculpas y mostró su arrepentimiento.

No se trata de coartar la libertad de expresión, sino de usarla adecuadamente cuando quien lo hace se encuentra en una posición pri-

vilegiada y sus palabras tienen una caja de resonancia de la que carece el común de los mortales. Así, en España los analistas observan con lupa las declaraciones de los presidentes de los grandes bancos y organizaciones empresariales cuando, en período electoral, opinan sobre los planes económicos de los candidatos.

A pesar de esta reconocida y hasta obvia trascendencia, es curioso observar que muchas personalidades no son conscientes de la repercusión que tienen sus comentarios y actúan a veces con una ligereza impropia de un responsable político o un alto directivo empresarial. Las hemerotecas están llenas de algunas declaraciones espontáneas que pasaron a la historia.

Declaraciones antológicas

Probablemente la más antológica de todas fue la frase del ex ministro de Trabajo, Sanidad y Seguridad Social de UCD, Jesús Sancho Roof, cuando comenzó la crisis de la colza. Reunió a los periodistas, el 21 de mayo de 1981, y afirmó que el mal "es menos grave que la gripe. Lo causa un bichito del que conocemos el nombre y el primer apellido. Nos falta el segundo. Es tan pequeño que si se cae de la mesa, se mata". Hoy, a la distancia, es increíble aceptar que esto lo dijera un ministro. El balance de los males producidos por ese bichito fueron 1.100 fallecidos, entre 20 y 25.000 afectados, y el sombrío privilegio de España de figurar en el Guinness de los Récords por la mayor intoxicación colectiva de la historia.

Todavía están frescas las conflictivas declaraciones del presidente de la CEOE, José María Cuevas, el 8 de marzo de 2006, cuando consideró que la OPA de Gas Natural sobre Endesa era, al principio, una "operación meramente empresarial, poco pensada, poco matizada y muy a la catalana". La crisis que desató no acabó con las disculpas que tuvo que pedir siete días después.



Hace tiempo que las juntas de accionistas dejaron de ser un acto privado (de espaldas a la sociedad) para convertirse en casi público

La ex ministra de Cultura del PSOE, Carmen Alborch, tras el incendio del Teatro Liceo, acudió a Barcelona. Frente a las ruinas humeantes dijo que había que “mantener viva la llama del Liceo”. El ex presidente argentino Fernando de la Rúa, poco después de asumir su mandato, dijo que el país estaba al borde del abismo, y agregó: “Daremos un paso para salir adelante”. En ambos casos quisieron decir otra cosa, pero sus palabras pasaron a la historia.

Carmen Romero, esposa de Felipe González y diputada por Cádiz, en un mitin del PSOE en 1997 dijo: “¡Jóvenes y jóvenes!”. Enrique Tierno Galván, ex alcalde de Madrid por el mismo partido, antes del comienzo de un concierto en 1987 pronunció su recordada frase: “Al loro. Y los que no estén colocados que se coloquen...”. Muchos consideraron impropia de un alcalde

de la capital de España una frase que se interpretó como una apología de la droga.

El ex ministro de Agricultura del PP, Miguel Arias Cañete, ante unos regantes de Murcia (octubre de 2000) dijo que el Plan Hidrológico sería aprobado “por narices”, “por cojones” y “por huevos”. Agregó que a los regadíos había que tratarlos con el mismo cuidado que a las mujeres, y sobre el plan, expresó que su tramitación sería “un paseo militar” (noviembre de 2000). Un mes después rectificó en el Parlamento (el 15 de noviembre de 2000). La senadora socialista María Isabel Flores recriminó al PP que fomentara una “democracia de la testosterona”.

El ex vicepresidente del Grupo Santander, Alfredo Sáenz, también tuvo que corregir unas desafortunadas declaraciones (junio de 2004) en las que propugnaba desmontar el estado del bienestar europeo. La tormenta política que desató le obligó a suavizar su punto de vista señalando que era necesaria “una mayor flexibilidad” de las prestaciones sociales.

El ex secretario de Hacienda y Presupuestos, Miguel Ángel Fernández Ordóñez, provocó inquietud financiera al proponer “reflexionar” sobre eliminar “los incentivos fiscales” de los planes de pensiones (noviembre de 2004). Su inoportuna intervención provocó fuertes críticas de los analistas políticos y financieros. Pepe Oneto dijo: “A los políticos se les paga para que vayan al ministerio reflexionados y perfumados no para crear inquietud en los mercados” (programa “La Brújula” Onda Cero, 16 de noviembre de 2004). Poco después, el alto cargo matizó sus declaraciones y dijo que no se trataba de eliminar sino de “suavizar” esos incentivos.

El ex presidente de la Generalitat catalana, Pascual Maragall, hizo las delicias de los periodistas con algunas declaraciones que, un día sí y otro también, provocaban el asombro. La famosa acusación a CiU: “ustedes tienen un problema: el 3 por ciento”, la metáfora culinaria: “hay que dejar reposar el soufflé catalán”, o la erótica visión de la si-



Muchas personalidades no son conscientes de la repercusión que tienen sus comentarios. Las hemerotecas están llenas de algunas declaraciones espontáneas que pasaron a la historia.

tuación política catalana sobre la que dijo: hay que “*poner vaselina*”, pasaron a la historia como ejemplos de una incontinencia verbal desaconsejable.

Y volviendo a la economía, fue antológica la famosa frase pronunciada el 6 de septiembre de 2005 por el presidente de Gas Natural, Salvador Gabarró. Al anunciar la OPA contra Endesa dijo: “*Hemos puesto el semen. En nueve meses, nacerá la criatura*”. Asombra que ningún asesor de prensa le haya recomendado un lenguaje más serio, evitando una metáfora de indudable mal gusto. Sonriendo ante las cámaras como si estuviera en un bar con un grupo de *colegas*, el señor Gabarró soltó el exabrupto y se quedó tan tranquilo.

Micrófonos indiscretos

Todos estos casos, y muchos más que se podrían citar, provocan la desesperación de los asesores de comunicación, que ven como se echa por la borda el trabajo de días, semanas o meses y como, de la mañana a la noche, sus representados pasan a ser los protagonistas de chistes, viñetas y programas de humor. Desde el punto de vista empresarial, institucional o político, es conveniente recomendar prudencia y cautela en las declaraciones improvisadas.

Más aún: es imprescindible recordar a estos *vips* de la economía, las instituciones y la política que, en cualquier momento y lugar

puede haber una cámara de televisión grabando, un teleobjetivo fotografiando o un micrófono indiscreto abierto. En los diez años que llevo formando asesores de prensa, no me canso de repetirles que aconsejen a sus clientes prudencia en las declaraciones públicas, para no tener que arrepentirse de lo dicho. Todavía están frescas las inoportunas palabras del presidente del Real Madrid, Ramón Calderón, quien en una conferencia ante universitarios el 16 de enero de este año, juzgó a sus futbolistas como gente casquivana, ignorante y ególatra. Días después tuvo que entrar a los vestuarios a pedir disculpas.

Inclusive en las reuniones teóricamente secretas, la prudencia debe ser la norma. Recuérdese el incidente de la conferencia del presidente de Gobierno con los presidentes de las comunidades autónomas en el Senado el pasado 11 de enero. Uno de los asistentes grabó subrepticamente el *lapsus* que cometió Zapatero: llamó “*accidente mortal*” al atentado en la T4 de Barajas. Al día siguiente el grave error se convirtió en titular de algunos medios.

Actos privados que son públicos

Hace tiempo que las juntas generales de accionistas dejaron de ser un acto privado a espaldas de la sociedad, convirtiéndose en casi público. Lo mismo ocurre con las asambleas generales de ciertas organizaciones: †

Tras la RSC ha llegado el momento de exigir a los directivos la responsabilidad social individual

desde colegios profesionales hasta equipos de fútbol. Se podría decir que este nuevo comportamiento responde a cierto clamor social: el pueblo quiere saber. Antes, los directivos de estas organizaciones rendían cuentas a los socios o accionistas. Hoy, además, tienen que dar explicaciones a la sociedad, los mercados y los medios.

El sociólogo Vicente Verdú da un paso más y asegura que la nueva arquitectura, que ha cambiado los ladrillos por cristales, responde a ese deseo de las organizaciones de ser transparentes ante los mercados. En efecto, las compañías líderes preparan sus juntas según la asistencia de periodistas y montan salas de prensa temporales para que éstos trabajen adecuadamente. El hermetismo no está bien visto y eso se nota en el esfuerzo de los gabinetes de comunicación: desde cuidadas carpetas de prensa, hasta cortes de audio y video a disposición de los informadores, junto a toda la infraestructura y tecnología necesarias.

En el caso mencionado, cabe recordar que los desencuentros entre Prisa y el PP no son nuevos. Por eso, a muchos observadores no les llamaron la atención las declaraciones del señor Polanco, que *“El País”* publicó completas en su edición del 24 de marzo, página 24. Según este testimonio, en el turno de intervenciones posterior al discurso del presidente, el accionista Ricardo Aroca expresó su preocupación por cómo es visto Prisa por una parte de los ciudadanos, como *“una fuente de poder partidista”* y dijo que *“para el futuro del negocio, nos convendría ser percibidos como más neutrales”*. La respuesta del señor Polanco, larga y ramificada, avanzó sobre un análisis político muy personal y arriesgado dada la responsabilidad que detenta.

Tras admitir que el partido del gobierno son *“nuestros amigos”* y que *“he sido siempre bastante impertinente”*, definió lo que, a su juicio, necesita España. *“Yo opino que si pudiéramos nosotros, el Grupo Prisa, colaborar para que en España hubiera un partido de derechas moderno, laico, con ganas de conservar lo que hay que conservar, y transfor-*

mar lo que hay que transformar, los apoyaríamos. Ya tenemos un partido de izquierdas, absolutamente democrático, que funciona”. Su declaración concluyó así: *“Si estos señores (aludiendo al PP) recuperaran el poder van a venir con unas ganas de revancha que a mí, personalmente, me dan mucho miedo. Nada más”*.

En su editorial del mismo día 24, *“El País”* decía: *“Jesús de Polanco hizo uso de su libertad de expresión como ciudadano, que no está mermada por el hecho de ser el presidente del principal grupo de comunicación iberoamericano.”* Desde mi punto de vista no es así; los presidentes de las grandes empresas, guste o no, están condicionados por su responsabilidad personal ante la sociedad en la que desarrollan su actividad empresarial.

Como técnicos en comunicación hay que preguntarse: si el señor Polanco fuera su cliente, ¿usted le hubiera aconsejado decir lo que dijo en la junta de accionistas, sabiendo que va a trascender a la opinión pública? Mi respuesta es no. No, porque puede parecer –como finalmente ocurrió– que este reconocido empresario se arroga el derecho de definir cómo debe ser un partido de derecha o izquierda.

Los partidos políticos son, por principio, lo que su historia y militantes quieren, y lo que establecen sus postulados ideológicos. Seguramente muchos empresarios, en España y en todo el mundo, quisieran tener partidos políticos a su medida, pero no deben decirlo en la junta de accionistas. Una vez más estamos ante un problema de comunicación. No se trata de restringir la libertad de expresión de los altos directivos, sino de asumir que, dada la responsabilidad social individual que tienen, y que cada vez se les exige más, no pueden decir en cualquier momento y lugar lo que les apetece. Parafraseando a Gracián se puede concluir que *“lo bueno, si breve y prudente, dos veces bueno”*. ●