

A close-up, artistic photograph of a human ear. The ear is rendered in a cool, blue-toned light, while the background behind it is a vibrant, fiery orange and red, suggesting a flame or intense heat. The focus is sharp on the ear's structure, particularly the ear canal and the outer ear.

Ficha técnica

Autor: ZÓTTOLA LEDESMA, Mario

Título: Secreto de comunicación

Fuente: Revista de Comunicación, nº 5, pág. 30. Junio, 2008.

Resumen: Si en algún cargo es oportuna la máxima de "vale más por lo que calla que por lo cuenta" ése es el director de comunicación, y para muestra les presentamos un análisis de la polémica suscitada a partir del libro "La soledad del juzgador", escrito por Elisa Beni, esposa del Juez Gómez Bermúdez encargado de juzgar los atentados del 11 M en Madrid.

La falta de discreción de la que hizo gala la entonces directora de Comunicación del Tribunal Superior de Justicia de Madrid ha puesto de manifiesto un conflicto profesional de hondo calado para el sector de la comunicación que ha de destacar por su lealtad, fidelidad y confidencialidad y no por su imprudencia.

Descriptor: Confidencialidad / Comunicación Institucional / Relaciones con los Medios.

Secreto de comunicación

La reciente destitución de la directora de Comunicación del Tribunal Superior de Justicia de Madrid, Elisa Beni, constituye un hecho significativo en el mundo de la comunicación, que ha tenido la suficiente relevancia como para ser analizado desde un punto de vista estrictamente profesional. Revista de Comunicación ha pedido la opinión de especialistas en la materia para ver dónde están los límites de esta profesión en la que, prudencia, discreción, lealtad, confianza, fidelidad y confidencialidad, son valores indiscutibles.

Texto: Mario Zóttola Ledesma. Director del curso sobre Gabinetes de Comunicación y Prensa
Profesor de Teoría de la Comunicación Centro de estudios Comunicación y Práctica

Fotos: Latinstock

La periodista Elisa Beni, esposa del juez Javier Gómez Bermúdez, presidente de la Sala Penal de la Audiencia Nacional y del tribunal que juzgó los atentados del 11 de Marzo de 2004, se convirtió en noticia el 26 noviembre del 2007 cuando presentó su libro "La soledad del juzgador", sobre el desarrollo del juicio. El acto, con gran despliegue, tuvo lugar poco después del juicio a los atentados y provocó malestar en medios judiciales por la oportunista fecha de salida y por las alusiones y omisiones sobre los otros dos miembros del tribunal y a otros jueces, a miembros de la Fiscalía y hasta del propio Poder Judicial.

La comisión de Comunicación del Consejo General del Poder Judicial se reunió el 20 de diciembre para analizar el caso y concluyó que había perdido la confianza de la periodista. Los consejeros coincidieron en que la publicación del libro "es incompatible con el ejercicio de su cargo" y decidieron sugerirle oficiosamente que dimitiera antes que ellos aprobaran su destitución. Oficialmente acordaron darle audiencia antes de decidir su futuro, poniéndole de plazo el 7 de enero para que presentara por escrito sus alegaciones.

El País, en su edición del 21 de diciembre, publicó las declaraciones de una fuente de la comisión, sin identificar, que señaló: "Entre las obligaciones que tienen los jefes de prensa nombrados por el Consejo para los Tribunales Superiores >

- > de Justicia se encuentra la de dar una buena imagen de los jueces y magistrados, algo que Beni ha incumplido con las críticas que contiene su libro". Otra fuente del periódico agregó: "Desde que el libro ha aparecido hemos asistido a un goteo de quejas desde la Audiencia Nacional. También nos han hecho llegar protestas algunos jueces y magistrados que prestan servicio en Madrid", donde Beni trabajaba.

Finalmente, el 9 de enero la comisión acordó, por cuatro votos a favor y una abstención, proponer al presidente del CGPJ, Francisco José Hernando, el cese de Elisa Beni. La comisión estimó que el contenido del libro "ha provocado en el seno de la Comisión la pérdida de la confianza que en su día depositó en Beni al proponer al presidente del CGPJ su nombramiento".

El profundo malestar que causó su obra motivó que la Comisión señalara que "algunos de los pasajes contenidos en el citado libro no se acomodan a las exigencias propias del cargo de responsable de Comunicación Institucional". Esos pasajes son básicamente críticas a otros jueces y la reproducción de conversaciones que Elisa Beni escuchó por estar junto a su esposo, según se dio a conocer.

El último acto de todo este caso, poco frecuente en el sector, tuvo lugar el 13 de marzo: el pleno del Consejo decidió rechazar la indemnización por despido im-

procedente que reclamaba Beni, por un importe superior a los 19.000 euros. El caso es muy probable que sienta antecedentes en una actividad tan delicada como la de los dircom.

EXIGENCIAS PROPIAS DEL CARGO

El nudo gordiano de todo este caso se resume en dos frases del informe de la citada Comisión: *la pérdida de confianza y las exigencias propias del cargo* de un dircom. Los veteranos de esta profesión intuimos un conflicto de intereses y sobre todo, deontológico, cuando vimos por televisión el despliegue que acompañó a la presentación del libro, realizada en el Círculo de Bellas Artes de Madrid, en medio de una convocatoria más propia de un autor de *best sellers* o un artista de la

canción, que de un silencioso y prudente jefe de prensa. Muchos pensamos que, detrás de los flashes y las sonrisas cómplices de la periodista y su marido, se estaba gestando un conflicto profesional de hondo calado, por sus implicaciones éticas.

En efecto, en un gesto impensable que hizo reflexionar a muchos sobre dónde están los límites del marketing y el sentido común, a la presentación no sólo fueron convocados todos los medios, sino también, todos los jueces que participaron en el mayor juicio por terrorismo celebrado en España. Al acto acudieron dos compañeras del juez, magistradas de la Sala de lo Penal de la Audiencia Nacional, Angela Murillo y Manuela Fernández, y el presidente del Tribunal Superior de Justicia de Madrid, Javier Casas. No obstante, fueron significativas las ausencias de los seis jueces centrales de instrucción de la Audiencia Nacional y los dos compañeros de tribunal del magistrado, Alfonso Guevara y Fernando García Nicolás.

Escribir un libro sobre la trastienda de la actividad de una institución, en la que se ha trabajado como jefe de prensa, dircom, como asesor o en cargos políticos de mayor envergadura en la misma especialidad, no es nuevo. Lo han hecho políticos, portavoces y asesores en España y en el extranjero, que tras una experiencia profesional rica, y guardando la confidencialidad de muchos actos y datos, dan su testimonio en libros, conferencias o tertulias mediáticas. El matiz importante –tal vez deberíamos decir, trascendente–, es que esta labor literaria siempre se asume una vez que se ha dejado el cargo.

En nuestro país, es la primera vez que una directora de Comunicación de alto nivel, acostumbrada a moverse entre bambalinas, dejando el protagonismo a sus representados o a las noticias que ellos generaban, pasaba al primer plano informativo asumiendo una notoriedad poco frecuente en la profesión. Los jefes de prensa y dircom deben estar siempre en la sombra y sólo salen a la palestra cuando actúan como portavoces de su empresa o institución. Beni, ignorando la discreción propia de la actividad, se dejó seducir por las luces, los flashes y los micrófonos y aprovechó el mayor atentado de la historia de España en beneficio propio, convirtiéndose en autora de un libro que a las pocas horas de ser presentado, provocó una crisis y un profundo malestar en personas e instituciones.

OPINIONES DE EXPERTOS: TRES ENFOQUES

Revista de Comunicación ha enfocado el Caso Beni desde tres ángulos fundamentales dentro de la actividad de un dircom:

1. La importancia en la confidencialidad.
2. El grado de confianza, lealtad y fidelidad que una empresa o institución debe exigir.
3. Si estas condiciones (confianza, confidencialidad, lealtad y fidelidad), aumentan a medida que crece la importancia del cargo, institución o empresa.



El despido sin indemnización de la Directora de Comunicación del Tribunal Superior de Justicia de Madrid, Elisa Beni, constituye un hecho excepcional

LOS CONSULTADOS



José Antonio Lisbona

José Antonio Lisbona, presidente de la Asociación de Empresas Consultoras en Relaciones Públicas y Comunicación (ADECEC) y presidente de la agencia Citigate Sanchos.

Carmen Muñoz Jodar, directora de Comunicación de la Unión Profesional.

Rosa Gómez Acebo, directora de la agencia Gómez Acebo Comunicación.

José Antonio Martín González, doctor por la Universidad Complutense de Madrid, catedrático y experto en comunicación integral.

Alicia Rubio. Jefa de Prensa y Relaciones Externas de IVECO.

Alfonso Abril, asesor de comunicación independiente de empresas, muy vinculado al mundo del teatro, la música y la restauración.

P.- ¿Qué importancia da Vd. a la confidencialidad en su trabajo?

R.- José A. Lisbona no tiene dudas sobre este precepto. "Se trata de un aspecto básico dentro de nuestro sector: las empresas que optan por nuestros servicios proporcionan información confidencial que nosotros asumimos como propia y hemos de velar por esa "confidencialidad" con el mismo celo que quienes depositan su confianza en nosotros."



José A. Martín

José A. Martín va más lejos. "Cualquiera de los aspectos que atañen a la confidencialidad de cualquier trabajo es, con absoluta seguridad, uno de los pilares básicos que permiten alcanzar el éxito de cualquier proyecto. Porque se sabe que el conocimiento es poder pero que, en un momento dado, ese mismo conocimiento, condimentado con la adecuada información,

facilita el poder absoluto. Y esto nunca puede vivir en manos ajenas. Por eso, nunca hay que olvidar que la falta de confidencialidad siempre nos situará en una condición de inferioridad. Pero en este aspecto y en nuestro país, una de sus características más notables es la habitual falta de confidencialidad que de manera inconsciente se practica."

Y agrega con rigor: "No se trata de dar una información confidencial "ex profeso", sino que aquí todavía nos gusta hablar demasiado y la mayoría de las veces en sitios públicos o con personas poco conocidas. Porque saber tratar la confidencialidad es una cuestión de formación profesional. Como norma personal, a mis equipos les tengo prohibido cualquier comentario fuera de nuestros entornos. Ni ascensores, cafeterías, taxis, restaurantes, o cualquier otro sitio público. Y todo lo que se escriba o se garabatee en una reunión, se dobla el papel y se lo lleva cada uno a su despacho. Y luego, a solas, es cuando ya se puede hablar de todo lo que queramos. Y esta misma norma rige igual para los viajes y las salidas nocturnas."



Carmen Muñoz

Carmen Muñoz abunda en el tema. "Un profesional de la comunicación vale más por lo que calla. Y no porque silencie, como eufemismo de complicidad, sino porque no hay profesional que pueda ser considerado tal si ejerce fuera de un marco ético. Ni siquiera se trata de hacer reflexiones sesudas, sino de aplicar el sentido común, quizá, la herramienta más im-

portante que tenemos en comunicación. Además, nosotros, somos estrategas y gestores de los silencios (o de las palabras) corporativos... La confidencialidad va en la nómina; es una de nuestras señas de identidad. El secreto profesional del dircom es visto a veces como una imposición e incluso como un obstáculo, pero es también un derecho."

Como otros directores de agencias, Rosa Gómez Acebo está acostumbrada a estos silencios. "Existe la obligación expresa de mantener la confidencialidad y secreto de las informaciones a las que tenemos acceso. De hecho, en el contrato que firmamos con el cliente de prestación de servicios hay una cláusula específica de confidencialidad".

Alicia Rubio concluye que la confidencialidad "es clave, especialmente en la información relativa a desarrollos o lanzamientos de nuevos productos, que podría perjudicar el posicionamiento y objetivos de la empresa de cara a la competencia, si no se gestiona con la reserva adecuada y respetando las consignas de comunicación al exterior. En una sociedad de mercado como la que hoy vivimos, la comunicación es un activo de negocio y una necesidad en las empresas y los directores de comunicación son parte

- > activa, deben ser discretos y proteger la información, tanto a nivel interno como externo”.

Alfonso Abril esboza una razón casi psicoanalítica: “En ocasiones al responsable de comunicación, se le pone el pecho hinchado por saber lo que sabe y no poder contarlo. Un día decide atravesar la frágil línea de la dignidad, la lealtad y la confianza. Quizás, lo hace por un fin crematístico; quizás un

“la discreción, el silencio y la confianza cuando se maneja información privada, sensible y en muchos casos comprometida deberían terminar siempre en el más absoluto de los silencios”



acto de soberbia, o quizás, un acto de venganza hacia aquel personaje al que durante mucho tiempo y día a día mantuvo una defensa a ultranza de su imagen, idealizando hacia terceros su figura y personalidad, con un respeto y un trabajo encomiable que ahora, no se sabe porqué, traiciona”.

P.- ¿Cuál es el grado de confianza, lealtad y fidelidad que una empresa o institución debe exigir a un profesional que ejerza funciones de comunicación y relaciones con los medios?

R.- En este punto, el experto Lisbona no se anda con rodeos. El grado debe ser “absoluto. Aunque refiriéndonos a profesionales del sector, éste no es un aspecto nuevo para ellos, pues asumen estos valores como la esencia misma de la profesión.”

Martín reafirma: “En principio debe de ser total, si no, no tendría sentido la pregunta. Y para ello qué mejor que conocer previamente y a fondo la trayectoria profesional y humana de esa persona. Pero no sólo eso, sino que además la compañía debe de tener instaurada una filosofía que haga que esas condiciones se practiquen asiduamente.” Y agrega: “Una de las maneras es compartimentando la información de forma que nadie (salvo los CEO o niveles similares), puedan manejarla completa. Porque un profesional que ejerza las relaciones con los medios, si bien debe de estar ampliamente informado, en realidad sólo debe tratar de dar informaciones precisas en momentos precisos. Y esta información debe de venir sellada desde arriba”.

Martín, acostumbrado a la docencia, aporta ejemplos: “Y aquí un acertado matiz que vengo observando en ciertas compañías. Son compañías que además de ofrecer una formación interna de cómo debe manejarse la confianza y la confidencialidad, ofrecen además buenas “normas de conducta”. Son compañías que imponen unas normas de comportamiento que devienen en hábitos de confianza y tranquilidad tan naturales, que nadie se atreve a violar de ninguna manera. Periódicamente hacen auditorias de los discos duros de los ordenadores para saber qué se ha tratado en ellos, y esto se hace de manera natural y sin que nadie se moleste, sino todo lo contrario, como un sistema para preservar la confianza y la confidencialidad entre todos. Compañías que en sus manuales de actuación tienen ya el protocolo de lo que tienen que hacer con la información cuando se deja de trabajar con un cliente. Para que nunca haya equívocos ni decisiones erróneas”.

El mismo término “absoluto” usa Muñoz Jodar: “absoluta confianza, lealtad y fidelidad toda vez que la exigencia se atenga a fines lícitos y éticos. Creo que el *protocolo de actuación* de un dircom pivota sobre tres ejes básicos: el código ético de la profesión; el *know-how* propio y la organización en la que se ejerce la profesión. También creo que no todas las organizaciones están preparadas para este tipo de profesional, porque *absoluta* confianza, lealtad y fidelidad exige una doble dirección y también significa decir “no” en un momento determinado o tener una postura crítica con según qué



actuaciones o decisiones y eso no están preparados para escucharlo muchos CEO's, presidentes o directores generales."

Gómez Acebo abrevia: "Creo que no es algo que se exija, sino que es como es, confianza, lealtad y fidelidad son la unión de la visión y la misión de cualquier director de comunicación que vaya a desarrollar su trabajo para una compañía; de igual forma las agencias de relaciones con los medios, desde el junior hasta el director, deben comulgar con los tres valores y ser parte de la filosofía de trabajo."

En la misma línea se pronuncia Rubio: "Los criterios que debe exigir una empresa al responsable de comunicación son: rigurosidad, transparencia y proximidad, respetando el código de conducta de la compañía. En cualquier institución el principio fundamental es conseguir la confianza de sus clientes, por lo que la transparencia informativa es no sólo un valor corporativo, sino una exigencia."

Para Abril el silencio es un valor supremo porque "la discreción, el silencio y la confianza cuando se maneja información privada, sensible y en muchos casos comprometida deberían terminar siempre en el más absoluto de los silencios."

P.- ¿Aumentan estas condiciones (confianza, confidencialidad, lealtad y fidelidad), a medida que crece la importancia del cargo, institución o empresa?

R.- En este sentido Lisbona opina que "tal vez la respuesta sea "sí". Aunque preferiría pensar que no, pues independientemente del cargo del trabajador, o el tipo de empresa o Institución, los principios deberían ser los mismos para todos los que sean y se sientan profesionales del ramo."

Martín considera que, "en teoría, cuanto más alto es la responsabilidad, la información a la que se accede es más importante y, como consecuencia, más peligrosa de conocer fuera de sus entornos. Pero no olvidemos que el caso Filesa saltó por abajo, por la información de un administrativo. Aunque fuese por un enfado y con evidente ánimo de venganza. Pero aquí el error consistió en minusvalorar la información que poseía. Como síntesis pienso que todas las condiciones deben imponerse desde una filosofía genérica de compañía, de manera que en cada nivel "respire" y respete su aroma de confianza, confidencialidad, etcétera. Aunque nunca se podrán vencer las tentaciones del poder cuando se llegan a ciertos niveles. Pero esto ya sería cuestión de otro tema que se conoce como ética y deontología profesional."

Muñoz Jodar también piensa que "sí, en gran parte porque el valor sensible sobre el que trabajamos es también mayor a medida que crece la importancia tanto del cargo como

La Comisión de Comunicación del Consejo General del Poder Judicial propuso su cese porque el libro que publicó provocó la pérdida de confianza

de la organización. Pero creo que en muchas ocasiones están más desprotegidas frente a abusos de este tipo las organizaciones medianas o pequeñas que las grandes. La comunicación es estratégica y todo aquello que conecta con lo estratégico en una organización es un bien altamente protegible, pero, insisto, en ese juego han de estar los dircom pero también las empresas e instituciones y sus directivas."

La cuestión tampoco suscita dudas en Gómez Acebo: "Normalmente a mayor importancia del cargo, institución o empresa, la información que pasa por las manos de un dircom es más sensible a la creación de opinión pública, y por consiguiente creo que la confianza, confidencialidad, lealtad y fidelidad debe estar al servicio de la institución, cargo o empresa."

Rubio aporta un matiz: "el orgullo de pertenencia". Señala que estas condiciones, además de aumentar, "van ligadas al sentimiento de integración en la empresa, la responsabilidad asignada y el grado de confianza depositada en el responsable de comunicación por parte de la dirección. Es muy importante también el "orgullo de pertenencia".

Abril, responde también afirmativamente, pero avanza una propuesta singular: señalar a los que no cumplen con estas exigencias. Gráficamente lo explica así: "No existe, pero debería existir un lugar en donde se pudieran colgar todas fotos de las caras de aquellos que cometieron el pecado de deslealtad revelando los más íntimos secretos profesionales, industriales, públicos o privados, con el fin de estar advertidos y saber con quién nos enfrentamos".

Los colegios profesionales tienen la palabra. ●