

'MANAGEMENT' / COMUNICACIÓN

El directivo nunca puede decir algo que no quiera ver publicado

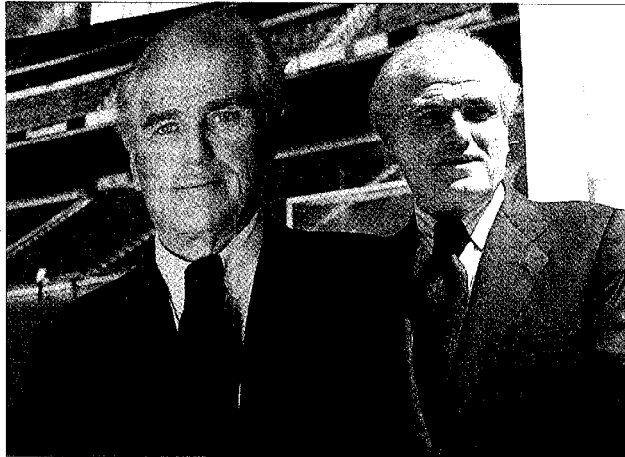
Los expertos dicen que Ramón Calderón pecó de imprudencia en sus comentarios

JUANMA ROCA

Madrid. La mayúscula imprudencia del presidente del Real Madrid, Ramón Calderón, durante una conferencia celebrada pasado martes en el Centro Universitario Villanueva recuerda una máxima de primer orden para los directivos desde el punto de vista comunicativo. Como resume el catedrático y director de comunicación del IESE, Ignacio Bel, "cualquier empresario no se puede presentar a un acto público sin ser consciente de la trascendencia que puede tener lo que dice. Es evidente que, cuando tenga que hablar, debe haber sido asesorado con anterioridad", porque, destaca Charo Gómez, directora de Estudio de Comunicación, "las noticias son universales, independientemente del foro donde se produzcan", por lo que la información deja de estar "bajo el control" de la empresa una vez que se ha hecho pública.

Para Bel, "una persona de esta índole debe cuidar sus palabras en todo momento", ya que, como insiste, por su cargo sus comentarios tienen relevancia pública. "Desde un punto de vista positivo, fue sincero y dijo lo que piensa, lo cual demuestra que a veces se dice una cosa y se piensa otra. Pero yo, por ejemplo, no tengo la obligación de decir todo lo que ocurre en esta casa [IESE], y una opción es callar o no contestar". A este respecto, Eugenio Martínez, consejero delegado de la agencia Gavin Anderson en España, asegura que "siempre hay que tener en cuenta que lo que se dice puede tener una enorme visibilidad en prensa".

El mensaje de Martínez para los directivos es claro: "Aunque estés en un foro, sea privado o público, hay



El presidente del Real Madrid, Ramón Calderón, criticó a sus jugadores y a Florentino Pérez durante una conferencia con alumnos del Centro Universitario Villanueva.

que ser prudente y no puedes confiarte. Porque, si eres el presidente del Real Madrid o de otra empresa, y más con la exposición pública a la que estás sometido, todo el mundo está prestando atención a todo lo que dices".

En este sentido, el consultor y conferenciante Enrique Alcat, experto en comunicación de crisis, comenta que, en primer término, es necesario establecer "una política de comunicación clara" que implica "decir las cosas en el tono adecuado". "Si una cosa no la quieres decir, no sólo no la digas; ni la pienses. Y tampoco vale decir que después de haber realizado un atropello con el coche des marcha atrás, porque entonces atropellas a la misma persona dos veces", recalca Alcat, que coincide con Gómez, que defiende "una gestión global de la comunicación".

No se puede presentar a un acto público sin ser consciente de la trascendencia de sus palabras

De hecho, insiste Lourdes Hernández, socia directora de BLC comunicación, "al salir a desmentirlo, se da cuenta de que se ha equivocado". Hernández comenta que esa falta de previsión o de dejadez de muchos empresarios constata que "los portavoces no son del todo conscientes del papel que juegan las nuevas tecnologías en la comunicación, gracias a las cuales pueden ocurrir deslices como el de la Conferencia de Presidentes autonómicos".

Por este motivo, avisa la consultora, "deben estar cada vez más sensibilizados del papel que juegan estas nuevas tecnologías". Y sentencia de forma rotunda: "No di-

gas nunca nada que no quieras ver publicado".

La preparación previa de la conferencia, sea pública o privada, es el primer paso y, en este sentido, precisa Bel, "el primer error del presidente del Madrid ha sido no saber si esa conferencia se estaba grabando o no. Hay que pactar antes si esa intervención es privada y se realiza a puerta cerrada".

Y luego, insiste Eugenio Martínez, "Calderón cometió la torpeza de relajarse y desahogarse", algo que, en opinión de Lourdes Hernández, nunca puede suceder en un directivo, "que representa a la organización las 24 horas del día". Por ello, Silvia Carrasco, directora general de Más Claro, concluye que "las palabras de Ramón Calderón constituyen una lección magistral de cómo no debe comunicar el dirigente de una gran empresa".

Entre el off the record y la ética periodística

En las declaraciones de Ramón Calderón late de fondo el famoso *off the record*, habitual en la relación entre el periodista y la fuente. En líneas generales, el *off the record*, o pedir que no se difundan o publiquen las declaraciones, se pide antes y no después del evento. Después, uno queda a merced del periodista, que puede optar por

hacerle un favor a la fuente y callar lo dicho (tampoco es un favor desinteresado, sino para conservar la fuente durante más tiempo), o bien puede, sin ningún escrúpulo, hacer público lo que le han contado, porque el *off the record* se pide antes y no después de hablar.

Como explica Mónica Codina, profesora de Deontología de la

Comunicación de la Universidad de Navarra, para que se dé el *off the record* debe "haber un periodista que se reconozca como tal, una fuente que quiera contar algo sin identificarse y una información relevante, pero en el caso de Ramón Calderón hubo un periodista infiltrado y la fuente, él, no pidió no identificarse. Por tanto, en ese caso no se

puede hablar de que exista, de hecho, el *off the record*".

Ahora bien, Codina matiza que, desde el punto de vista ético, es una "mala práctica profesional" que "un periodista se ponga a grabar a una persona para sacarle unas declaraciones sin que previamente se haya presentado como periodista", porque, asegura, "quien habla tie-

ne que saber que está siendo grabado". De todos modos, la investigadora afirma que "eso no quita que [Calderón] haya sido un imprudente y que si el periodista conoce esas declaraciones, las haga públicas". No obstante, esta práctica periodística "da mucha audiencia y millones, pero, desde luego, no usa los procedimientos deontológicos".