

# GABINETES DE COMUNICACIÓN

Por Isabel González del Vado

En primer lugar quiero dar las gracias a Fernando Soria por haberme dado la oportunidad de compartir con vosotros una tarde hablando sobre un asunto tan interesante e importante como son los Gabinetes de Prensa y/ o de Comunicación municipales. También daros las gracias a vosotros porque sois el principal motivo de que hoy estemos aquí.

Antes de nada me gustaría presentarme. Soy Licenciada en Ciencias de la Información, en la Rama de Periodismo, por la Universidad Complutense, pero mi verdadera escuela ha sido la radio, la prensa escrita y los gabinetes de prensa y/o comunicación municipales. Empecé en la desaparecida Antena 3 Radio con Carlos Pumares, continué durante tres años en El Primero de la Mañana con Antonio Herrero y un año más trabajé en el mismo programa con Manuel Marlasca. De la radio salté a la prensa escrita: primero en un periódico de distrito dirigido por Manuel Marlasca en Hortaleza, después en La Información de Madrid, donde me dediqué a seguir la información del Ayuntamiento de Madrid y de la Asamblea de Madrid y, posteriormente, en otro periódico de distrito en Tetuán y Chamartín.

A partir de ese momento las circunstancias me llevan a ser la jefe de prensa del grupo Carling,

Pressto e Idearte para dar el salto, al poco tiempo, a la dirección del Gabinete de Prensa de Pozuelo de Alarcón. Allí trabajé durante ocho años como cargo de confianza de un Equipo de Gobierno del Partido Popular. Posteriormente fui nombrada Responsable de Comunicación en el Ayuntamiento de Colmenar Viejo como cargo de confianza de un Equipo de Gobierno también del Partido Popular hasta mi cese, tras los últimos comicios, el pasado viernes.

Os proporciono esta información para que me situéis profesionalmente pero también para que veáis algo que yo creo que es fundamental, y sobre lo que más adelante profundizaremos.

Que yo recuerde siempre quise ser periodista y siendo muy, muy jovencita curiosamente llegué a escribir que la comunicación era muy importante para mí porque servía para que las personas se relacionaran.

Dicen los expertos que los argumentos que esgrimen los niños para dar sus explicaciones suelen ser los más puros en cuanto a definición de conceptos y la verdad, pasados ya los años, y en lo que a este asunto se refiere, creo que esto es así, porque, al fin y al cabo ,¿qué es la comunicación?

El término comunicación lo podemos analizar desde el punto de vista que queramos pero después de todo no se nos debe olvidar lo más básico: la comunicación es un proceso que los seres humanos utilizamos para relacionarnos. Emisor, mensaje,

canales, receptor y vuelta a empezar, porque el que recibe también da una respuesta antes o después. En el caso de los ayuntamientos, comunidades autónomas y el Estado, el administrado recibe mensajes y sus respuestas pueden sucederse a lo largo del tiempo en numerosas ocasiones. Pero, sin lugar a dudas, hay una definitiva: la respuesta que nos da con su voto cada vez que se celebran unas elecciones.

Sé que en estas jornadas ya habéis abordado el concepto de Comunicación Pública o Institucional en su parte más teórica. Es muy importante abordar este concepto desde un punto de visto epistemológico para al menos conocer qué dicen los expertos y estudiosos sobre la materia.

Yo hoy tengo la suerte de compartir con vosotros mi experiencia en un Gabinete de Comunicación y espero, humildemente, que lo que os cuente os sirva de algo en la práctica.

Podríamos hablar de forma genérica de un Gabinete de Prensa y /o Comunicación, porque el concepto en su conjunto es válido para cualquier entidad que quiera comunicarse con sus usuarios, clientes, etc. Yo me voy a centrar en los gabinetes concretamente municipales.

# **GABINETE DE PRENSA Y/O COMUNICACIÓN**

En primer lugar me gustaría aclarar que no es lo mismo un Gabinete de Prensa que un Gabinete de Comunicación.

El cometido del **Gabinete de Prensa**, por definición, es única y exclusivamente trabajar las relaciones de los dirigentes políticos, y del Ayuntamiento en general, con los medios de comunicación con todo lo que esto supone: emitir notas de prensa, convocar y organizar ruedas de prensa, gestionar entrevistas, etc. En algunos casos el Gabinete de Prensa también se encarga de dar contenido a folletos, boletines informativos, páginas Web, etc. Dependiendo de las tareas que tiene que realizar, como es lógico, el Gabinete de Prensa se debe dotar con el personal y los medios necesarios para realizar su tarea. Al frente del mismo deberá estar el Jefe de Prensa que tiene que ser periodista.

El **Gabinete de Comunicación** es mucho más que eso y a la vez no puede prescindir del Gabinete de Prensa. El Gabinete de Comunicación es absolutamente necesario para quien gobierna en un Ayuntamiento y busca la fidelización de los administrados que, en las siguientes elecciones, garanticen la confianza de los mismos a través de las urnas.

Este Gabinete deberá tener un Director de Comunicación, el DIRCOM, también periodista, cuya tarea sea la de coordinar todos los trabajos y acciones relativas a comunicación.

Desde el Gabinete de Comunicación se aborda la comunicación global de todo el Ayuntamiento. Cualquier miembro de un Equipo de Gobierno y hablo de todos los concejales, no sólo de Alcaldes, entre sus tareas de Delegación también deben tener muy presente la de hacer una buena comunicación con los administrados.

De nada sirve que el Concejal de Deportes gestione con eficacia las instalaciones quizá más importantes del municipio, junto a las de Cultura y Educación, que prevea la celebración de campeonatos o encuentros deportivos, algunos incluso con proyección internacional, y que sea además el responsable de que los ciudadanos tengan o no posibilidades de practicar algún deporte si todo ese esfuerzo político y técnico no se da a conocer y no se comunica correctamente.

Pero voy más allá para que se entienda la importancia de que exista un Gabinete de Comunicación por encima del de Prensa. De nada sirve que el Jefe de Prensa gestione entrevistas del Concejal de Deportes con todos y cada uno de los medios locales, que éste aparezca con suerte en algún programa de televisión regional, tipo Madrid Directo, o nacional, España Directo, si el ciudadano anda despistado porque no sabe, por ejemplo, si el

equipo de fútbol en el que juega depende únicamente de la cuota que paga a la Asociación Deportiva a la que pertenece o tiene equipamiento y puede entrenar gracias a que su Ayuntamiento dedica parte de su presupuesto anual a que su equipo de fútbol esté ahí.

Desde el Gabinete de Comunicación se debe gestionar tanto la comunicación externa como la interna, muy importante esta última por cierto y las más de las veces poco cuidada.

## **HERRAMIENTAS DEL GABINETE DE COMUNICACIÓN**

### **EL PLAN DE COMUNICACIÓN**

Es fundamental que para empezar el Director de Comunicación, conocedor a fondo de la gestión política que los dirigentes quieren desarrollar durante un mandato, prepare un Plan de Comunicación general, por cuatro años, que se complemente con los Planes Anuales y con los específicos que vayamos elaborando dependiendo de las campañas que llevemos a cabo.

Por ejemplo, en la práctica, la Concejalía de Deportes, como todas las demás, debería empezar su mandato conociendo cuál es el Plan de Comunicación del Equipo de Gobierno para los siguientes cuatro años. Para su propia Concejalía también debería tener uno genérico, por cuatro años, y arrancar su mandato con un Plan Anual,

dependiendo de las inversiones y actividades que vaya a organizar. Ese Plan Anual debería complementarse con Planes de Comunicación cada vez que se lleve a cabo una actuación de cierta envergadura.

Cualquier Plan de Comunicación debe recoger:

1. Los objetivos de comunicación que se persiguen
2. Los públicos a los que se van a dirigir las distintas acciones comunicativas
3. El discurso genérico de nuestro proyecto comunicativo que luego iremos concretando en cada campaña
4. Determinar los medios de comunicación propios y externos del Ayuntamiento que vamos a utilizar
5. Prever el sistema de evaluación que vamos a utilizar para saber si dicho Plan ha sido el acertado. De esta forma podremos saber en qué hemos fallado para que no vuelva a suceder.

Una vez que se han fijado los criterios de actuación esta tarea se debe complementar con una herramienta fundamental: el Manual de Identidad Visual Corporativa.

## **EL MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA**

Se trata de un amplio documento que recoge la definición de nuestro escudo –medidas, elementos que lo componen, colores, etc.-, las versiones posibles –a una tinta, en cuatricromía, tamaños posibles, etc.- y las aplicaciones del mismo a cualquier elemento que emita el Ayuntamiento.

Me refiero a la aplicación correcta de nuestra logomarca a la papelería municipal –impresos, escritos, etc.- a las publicaciones pero también a los uniformes, vehículos, señalización externa de edificios e instalaciones municipales, señalización interna, etc.

En algunos casos, y suele pasar con las Concejalías de Deportes y Cultura, se crean logomarcas diferentes que no incluyen el escudo municipal por aquello de que estos logosímbolos sean algo más frescos o lúdicos. Es comprensible que se haga porque desde estas Áreas se hacen elementos de quincallería o de marketing como son camisetas, gorras, llaveros, pins, etc., que precisan este tipo de aplicaciones. No obstante, aunque esto se haga, mi opinión es que de alguna manera siempre tiene que aparecer algún elemento gráfico que aluda al Ayuntamiento o a la Concejalía.

Llegados a este punto creo que se entenderá mejor el hecho de que vea tan necesario un Departamento que coordine los elementos comunicativos de un Ayuntamiento y, fundamental, debe depender directamente de la Alcaldía porque es una forma de proteger las decisiones que sin



lugar a dudas van a beneficiar al conjunto del Equipo de Gobierno.

Este dato es muy importante en la práctica diaria por algo que puede que algunos ya hayáis vivido o que os podáis encontrar. La Comunicación global afecta a todas y cada una de las Concejalías de un Equipo de Gobierno. Es transversal. El Concejal de Deportes tiene unos cometidos muy concretos aunque en ocasiones tenga que trabajar muy de cerca con su compañero de Obras a la hora de construir por ejemplo un polideportivo. Lo normal es que cada uno realice su cometido y que las gestiones no se pisen sino que siempre se complementen.

Pero en materia de Comunicación, si queremos que ésta sea efectiva, todas y cada una de las Concejalías deben realizar acciones comunicativas bajo la supervisión del Director de Comunicación, bajo la supervisión en definitiva del Alcalde, con el objetivo de que sigan la línea marcada como óptima.

Volviendo al Manual de Identidad Visual Corporativa la realización de éste supone un gran esfuerzo que si queréis luego os comento pero, a la larga, y una vez que está hecho, no os imagináis la cantidad de complicaciones que os evitan. Tanto los concejales como los técnicos que cada día tienen que desarrollar sus respectivas tareas no pueden estar perdiendo el tiempo con este tipo de ocupaciones, ni tienen por qué saber de estas cosas, para eso están los profesionales.

Yo entiendo que el asunto de editar folletos, revistas, crear logotipos, etc., parece muy divertida y que cualquiera de nosotros podemos creer que estamos capacitados para llevarlo a cabo. Sin embargo, ni siquiera el Director de Comunicación tiene por qué saber si es mejor que el escudo del Ayuntamiento aparezca en color o a una tinta.

El Director de Comunicación, por supuesto, es el que maneja los conceptos y es el que sabe qué es lo que quiere transmitir el Alcalde y su Equipo de Gobierno, algo que, como ya he explicado, conocemos previamente gracias al Plan de Comunicación que supuestamente debemos haber realizado antes.

Plasmar todas nuestras intenciones en un documento como es un Manual de Identidad Visual sólo lo pueden hacer los creativos y, afortunadamente, en nuestro país tenemos muchos y muy buenos estudios dispuestos a ayudarnos en nuestros objetivos.

Hecho el Plan de Comunicación y el Manual de Identidad los contenidos hay que desarrollarlos y ahí está el Director de Comunicación para velar por que todo se vaya desarrollando de forma correcta.

¿Y por qué son tan importantes el Plan y el Manual, pensando en los administrados que son al fin y al cabo a quienes nos debemos?

Un Equipo de Gobierno tiene unas señas de identidad que le hacen diferente a cualquier otro. Esos elementos que definen nuestra identidad y que pueden ser: la transparencia, la eficacia, la buena gestión, etc., tienen que llegar hasta el administrado de la forma más eficiente con el objetivo de lograr que la imagen que se formen de nosotros se ajuste lo más posible a nuestra identidad.

Es decir, lo que al final perseguimos es que IDENTIDAD e IMAGEN sean lo mismo.

Un ejemplo casero: Imaginaros a vosotros mismos frente al espejo de vuestro cuarto de baño. Sois lo que veis, por supuesto, desde un punto de vista físico. Imaginaros ahora frente a uno de esos espejos que suele haber en los parques de atracciones en los que la imagen que vemos reflejada aparece distorsionada: aparecemos más altos de lo que somos, más bajos, más gruesos, más delgados... Pues bien ahora imaginad que en esos espejos aparece reflejada vuestra gestión, vuestras obras, vuestras instalaciones, vuestros programas políticos. El reflejo tiene que ser ajustado a lo que habéis proyectado, sin distorsiones.

Un ejemplo de una situación que se os puede dar en cualquier momento en el desarrollo de vuestra actividad: Un vecino de vuestro municipio un día, por casualidad, coge un periódico local y se encuentra con una entrevista del Concejal de Deportes en la que éste narra todas las bonanzas de

su gestión y destaca, por ejemplo, que la piscina cubierta está a pleno rendimiento y que es una de las mejores de la región. Ese mismo usuario decide apuntarse a un curso de natación, tiene suerte de encontrar plaza pero descubre que un día tras otro el agua de la ducha siempre sale fría, que la mayoría de las taquillas donde puede dejar sus objetos personales están rotas y el remate: cuando logra encontrar a un empleado de la piscina al que exponerle sus quejas éste le atiende de malas formas y le dice que si tiene alguna queja que vaya al Ayuntamiento que alguien le atenderá... Pobre usuario. Al Ayuntamiento quizá no suba porque no tiene tiempo pero a sus próximos, también vecinos del municipio, seguro que les cuenta su odisea.

¿De qué ha servido la súper entrevista al Concejal? Con esto quiero llegar a destacar la importancia de que haya una buena comunicación interna. Si a los empleados de nuestras instalaciones deportivas, que al fin y al cabo son los que dan la cara diariamente al público, les preparamos, porque ellos también son emisores públicos, para que en lugar de atender de esa forma escuchen al afectado y le ayuden a tramitar su problema, quizá el usuario ni siquiera llegue a hacer un escrito. Ese empleado puede explicar los motivos que nosotros queremos dar a conocer sobre por qué no están bien las taquillas, las duchas, etc., y muy probablemente el usuario se marchará a su casa con la sensación de que al menos le han escuchado y entendido.

Este es un ejemplo que se nos puede dar en Deportes pero también como es obvio en cualquier otra Concejalía o Área municipal: Tesorería, Recaudación, Auditorios, Teatros, etc.

De manera que, si cuidamos esa comunicación interna, la externa de una forma sencilla también estará funcionando. Por tanto, es primordial la Atención al Ciudadano, tanto la presencial, como la telefónica, como la que emitimos a través de una carta de contestación a un vecino que hace una consulta o queja.

## **MI EXPERIENCIA.**

Mi experiencia como responsable de Gabinetes municipales va para 12 años.

Durante cerca de 8 años fui la Jefe de Prensa del Ayuntamiento de Pozuelo de Alarcón. El principal motivo de que yo entrara a trabajar con el Equipo de Gobierno que entonces estaba fue, en principio, sacar una revista municipal al mes. En ese Gabinete estaba yo y yo misma. No contaba con nadie más. Evidentemente el trabajo que inicié se fue ampliando porque había mucho que hacer. Además de la revista que tanto les preocupaba a los políticos inicié una relación continua y abierta con los medios de comunicación: emisión de notas de prensa, convocatoria de ruedas de prensa, gestión de entrevistas, etc. Y poco a poco fui aglutinando más tareas: el programa de fiestas, los folletos, la gestión de la publicidad, etc.

Por aquel entonces, el Director de Deportes me planteó la necesidad de sacar una publicación en la que se recogiera información sobre todas las instalaciones deportivas, las actividades que realizaban, etc. El objetivo no era sólo que los ciudadanos conocieran estos datos sino también que este documento le sirviera a él para aspirar a ser anfitriones de eventos deportivos de mayor calibre y proyección. Vimos necesario crear primero una logomarca y así elaboramos con la ayuda de creativos un mini manual de identidad visual que sin duda les sirvió para mucho más. Hecho este trabajo la Dirección de Deportes de Pozuelo ya contaba con elementos gráficos y visuales que le servían de apoyo en sus pretensiones. Por supuesto sobra decir que lo único que hicimos en materia de Comunicación fue plasmar de forma visual la buena gestión que se estaba realizando desde un punto de vista técnico y político; sin esos mimbres de nada habría servido el esfuerzo en comunicación.

Mientras tanto, conseguí tener un auxiliar administrativo que gestionara las facturas de proveedores: diseños, imprentas, etc. Y aquello iba creciendo porque, por ejemplo, ya no eran las Concejalías las que organizaban sus actos y presentaciones institucionales, sino el Gabinete de Prensa, por nombre, pero que actuaba como Gabinete de Comunicación.

El siguiente mandato supuso el despegue del Gabinete de Prensa que de forma natural se fue

convirtiéndolo en el Gabinete de Comunicación. Realizamos con mucho esfuerzo el Manual de Identidad Visual Corporativa, pusimos en marcha la Web municipal, dimos contenidos a un libro institucional y continuamos realizando el trabajo diario que tanto concejales como medios de comunicación nos demandaban. Para entonces en el Gabinete además de la auxiliar administrativa había una periodista responsable de notas de prensa y boletín municipal y otra periodista dedicada al mantenimiento de la Web, algo por cierto fundamental hoy en día.

Posteriormente di el salto a otro municipio: Colmenar Viejo. Después de mi experiencia como Jefe de Prensa que hacía tareas de Comunicación propuse que si mis tareas se iban a encaminar a abordar la Comunicación global del Ayuntamiento era interesante que mi cargo fuera el de Responsable de Comunicación. Y, en este sentido, me gustaría destacar algo: sólo el hecho de que en el organigrama de un Ayuntamiento aparezca este Departamento ya le está dando un prestigio, sea del signo político que sea. Efectivamente a la oposición le molestará porque sabe que, si la Comunicación funciona, realza y potencia la gestión del Partido que gobierna. Pero eso, si estamos gobernando, no debe preocuparnos porque la comunicación pública que vamos a realizar es legítima y, sobre todo, porque nuestros administrados tienen derecho a saber y conocer qué hacemos con sus dineros.

Continuando con mi andadura en Colmenar Viejo, un municipio que ronda ya los 42.000 habitantes, durante estos cuatro años he sido yo la única persona en este gabinete; compartía una auxiliar con otras concejalías para el trámite de facturas.

En estos cuatro años me he encargado de muchas cosas. No fue posible hacer el Manual de Identidad Visual pero al menos conseguimos homogeneizar el uso que se hacía del escudo. Cuando yo llegué al Ayuntamiento contabilicé al menos cinco versiones, algunas, antiquísimas. Me he encargado no sólo de la parte de Prensa y de la gestión de la publicidad, si no también de Protocolo. He organizado la Gala del Deporte que congregó a más de 600 personas y que fue todo un acontecimiento para los clubes deportivos, con redacción del discurso incluida; he organizado inauguraciones con los Responsables respectivos de las Consejerías de la Comunidad de Madrid, con Presidencia, con todo lo que ello conlleva; he preparado discursos, he organizado encuentros y reuniones con colectivos de empresarios, de asociaciones y clubes deportivos... y he hecho muchísimas fotografías. En estos cuatro años aproximadamente unas 4.000.

Pero para mí, uno de los trabajos más bonitos que he podido desarrollar en este Ayuntamiento ha sido el que ahora os cuento. Desde el 1 de enero de 2007 el Patronato Deportivo Municipal pasó a convertirse en Servicio Municipal de Deportes con



todo lo que conlleva. Desde la Dirección del Servicio se detectó incertidumbre entre los usuarios y clubes deportivos que pensaban que este cambio iba a alterar su actividad. Ante esta situación pensamos que lo mejor era explicar a todos que esta modificación no afectaba en nada al servicio que se estaba ofreciendo y, sin embargo, suponía una mejora laboral, entre otras, para los empleados que pasaban a formar parte automáticamente de la plantilla del Ayuntamiento como ellos reivindicaban desde hacía años. Vimos pues que había que trabajar la comunicación externa e interna y así lo hicimos. Se ha creado una logomarca con un mini manual de aplicación, se ha editado un documento explicando qué es el Servicio Municipal de Deportes, todos los uniformes, chándal, etc. ya lucen la nueva logomarca y ya se está desarrollando toda la señalización externa e interna de las instalaciones. Esta tarea la hemos apoyado con notas de prensa explicativas de la nueva situación y el Concejal concedió entrevistas explicando las ventajas que ofrece el nuevo Servicio. Hasta donde sé, todo ello ha servido para que la gran mayoría sepa que a efectos de uso todo sigue igual y que irá incluso a mejor.

Y ahora, si queréis, repasamos el papel del Jefe de Prensa que como he dicho al principio tiene realmente un cometido centrado a su relación con los medios de comunicación. Si hay un Director de Comunicación pues trabajarán muy de la mano para, a través de los medios de comunicación, apoyar

todas las acciones comunicativas. Si no está organizado de esta manera pues realizará las tareas propias de su puesto y, seguramente, se embarcará en otras más amplias, con lo cual al final también será responsable de Comunicación.

-El Jefe de Prensa debe ser un periodista, a ser posible, que haya tenido experiencia en algún medio de comunicación. Y aquí retomo mis palabras al inicio de esta charla. Si el Jefe de Prensa ha trabajado en el otro lado podrá saber muchísimo mejor cuáles son las necesidades de sus colegas, les atenderá seguramente muchísimo mejor y los periodistas le verán como una persona que les facilita el trabajo y no como una traba para llegar a las fuentes de información municipales.

-El Jefe de Prensa debe tener una excelente relación laboral con todos y cada uno de los miembros del Equipo de Gobierno. En caso de que haya un periodista dedicado a la información que se genera por ejemplo en Deportes pues mucho mejor. Debe haber mucha conexión y mucha comprensión por ambas partes.

Desde un Gabinete de Prensa siempre se tiene que estar dispuesto a satisfacer las demandas de los medios de comunicación aunque a veces nos parezcan algo disparatadas o trabajosas. El Jefe de Prensa nunca tiene por

qué saber toda la información puramente técnica. En caso de que sólo ejerza su labor para una concejalía como la Deportes deberá tener línea casi directa con el Director porque en ocasiones lo que nos piden los periodistas son datos técnicos y no declaraciones de los políticos. En todo caso, el Concejal debe estar al tanto de cualquier información que demanden los periodistas y que vamos a proporcionar.

Todos los periodistas son exclusivos. Todos y cada uno de ellos tienen sus historias personales y profesionales y todos merecen el mismo respeto profesional. Nunca sabemos quién será el que algún día quizá nos tenga que hacer un favor; por tanto, no debemos infravalorar ningún medio.

Creo que huelga decir que, por supuesto, el teléfono móvil es fundamental como lo es hoy en día el correo electrónico. Descolgar el teléfono aunque sea para decir que en ese momento no se le puede atender a un periodista, salvo causa mayor, es fundamental y una señal de respeto y consideración que nuestro interlocutor va a apreciar.

Nuestras afinidades personales nos las debemos reservar porque insisto, de partida, todos deben ser tratados por igual. Una vez que les vamos conociendo y vamos viendo la repercusión que tienen sus medios en la opinión pública entonces vamos estableciendo una

estrategia en la distribución de exclusivas o entrevistas.

¿Y cómo son los periodistas locales?

El periodista local normalmente es un profesional que suele combinar su trabajo en más de un medio de comunicación porque los sueldos suelen ser bastante cortos. Por otro lado tenemos al corresponsal del medio nacional que quizá no sólo lleve la información de nuestro municipio sino el de al menos dos más de la zona, con el esfuerzo que ello conlleva.

Todo eso tanto el Concejal como el Jefe de Prensa deben saberlo y manejarlo y, a ser posible, expresarle al periodista siempre que se pueda que saben cuál es su situación y que en lo que le puedan ayudar cuente con ellos.

Lo habitual es que ningún periodista se dedique a maquinar o buscar dijéramos informaciones poco bonitas o que nos puedan perjudicar. No tienen tiempo y tampoco es su objetivo. Buscan normalmente que las relaciones sean buenas porque necesitan información para llenar sus periódicos o rellenar sus espacios de radio.

Mi recomendación es que el Concejal se muestre con ellos también de forma abierta pero que en ningún caso llegue al punto de que cuando necesiten alguna información se salten

el trámite de pasar por el Jefe de Prensa. Aunque en algunos casos el Jefe de Prensa pueda parecer el muro o la traba para llegar a la fuente de información su tarea es la de hacer ver y convencer de que es todo lo contrario, una persona que facilita el trabajo y así han de vernos.

Por último y refiriéndome ya a los contenidos de las informaciones que transmitamos éstas siempre, siempre, tienen que ser transparentes y veraces. Eso no significa que haya que contarle absolutamente todo, por supuesto. Es preferible no dar una información antes que darla manipulada porque al final esto repercute negativamente en nuestra imagen y en el respeto que nos van a tener los propios medios.

A partir de aquí estoy a vuestra disposición. Hay muchos asuntos que no hemos tocado pero que yo os sugiero como son la comunicación de crisis, qué hacer ante una situación que se nos puede dar como puede ser que un usuario tenga un accidente en nuestras instalaciones, también podemos hablar de los encuentros con periodistas en desayunos o comidas de trabajo, los regalos institucionales, etc.