

06-09-07

Entrevistado: Lic. Federico Baraldo

Director de Baraldo Comunicación Institucional

GS: Como les decía en la introducción hoy vamos a poder charlar con un profesional de larga data en la profesión, también empezó de muy joven, sobre un tema interesante para nosotros que es cómo capacitar al empresario para que pueda afrontar a los medios de comunicación social en un momento de crisis. Ya tenemos en línea al Lic. Federico Baraldo, Federico buenas tardes, como te va?

FB: Hola Gerardo, que gusto escucharte y agradezco esa salvedad de profesional de larga data pese a que empezó muy joven.

GS: Yo estaba repasando un poco tus antecedentes, en la parte corporativa tuviste una larga trayectoria en la Esso como Director de Asuntos Corporativos, Fiat, en Télam como Director General, un paso importante, en YPF y en la Consultora cuántos años hace que estás?

FB: Baraldo Comunicación Institucional tiene ya doce años y antes de eso tuve la alegría de ser socio de un pionero como fue Rodolfo Aja Espil, con el cual trabajamos juntos diez años y con Enrique Nardelli.

GS: Fue la primera consultora.

FB: No podría decirte si fue la primera, haciendo un poco de historia creo que hubo un par antes, Manolo Guerreiro tenía también antes que Rodolfo se lanzase a la consultoría y hubo algún otro también, pero eso es casi ya la protohistoria de este negocio. Rodolfo en su momento inicial con Juan Carlos Lynch padre, fueron los que pusieron en marcha la etapa a partir de la cual, muy lentamente primero comienza el desarrollo de la consultoría tal como se la conoce hoy.

GS: Porque en realidad en los inicios de esta profesión había muy pocas consultoras e inclusive el Departamento de Relaciones Públicas estaba en las grandes empresas solamente.

FB: Si. De hecho, cuando yo comencé en esto que fue en 1973 en la Fiat, cuando la Fiat era la empresa más grande de la Argentina, no solamente privadas, sino también una de las más grandes comparadas con las grandes empresas estatales y en aquel momento te podría decir, y ya había pasado un tiempo, habría solamente quince o quizás veinte empresas con Departamento de Relaciones Públicas o Institucionales, no más que eso.

GS: Bueno, pero vayamos al tema convocante y después hablamos de otras actividades de la Consultora.

FB: Pero como no, con gusto.

GS: Hoy justamente y pensamos en el caso del Presidente de Shell que tuvo que afrontar todos los medios en una situación, otro que de crisis, no?. Pero dejamos de lado el tema político y vamos al tema de la capacitación, yo creo que en el caso de Aranguren si no hubiera tenido este training, le hubiese sido imposible, porque generalmente el CEO de una empresa es un abogado, o un contador o un ingeniero y lejos está de conocer cómo se manejan los medios de comunicación.

FB: Si. Ayer escuché una cosa muy divertida en una Jornada a la cual asistió gente mía y fui para acompañarlos, que uno de los colegas con el cual vos trabajaste bastante tiempo, en el sector energético...

GS: Te referís a la Jornada de UADE.

FB: Claro. Decía que así como la suegra no llegaba nunca a entender qué es lo que él hacía, los ingenieros, contadores, etc. de la empresa eran varias suegras que tenía que soportar todos los días.

GS: Me imagino quien fue, Daniel Martíni.

FB: No, fue Giménez Zapiola, fue muy gracioso.

GS: Seguro. Bueno, te quiero comentar que nuestro programa está orientado hacia los colegas, hacia los estudiantes, o sea cómo hablamos de Relaciones Públicas en todos los ámbitos, en el de las consultoras, en el de las empresas, en el ámbito académico, después está el oyente fiel de la radio, que también tiene su idea sobre lo que son las Relaciones Públicas y que ahora puede comparar un poco con lo que hablemos aquí y quizás cambiar la imagen que tiene del tarjetero del boliche. Por qué no nos contás un poco cómo trabaja la consultora en este tema.

FB: Nosotros tenemos en esto una larga data, hablo de nosotros injustificadamente, lo hago porque soy el mayor de nuestro grupo y soy el que más años lleva, pero trabajando en estas cosas, en la capacitación y en la preparación y más que nada, te diría en la concientización de la necesidad de prepararse para situaciones críticas, yo creo que con cierta justicia, me considero sino el pionero, uno de ellos, porque comencé a hacerlo no menos de veinte años, o más cuando todavía era un misterio que estas cosas se manejaran en la Argentina. En realidad, lo que se trata es de un sistema en si mismo relativamente sencillo de entender, si hablo de lo que significa la presencia del responsable de cualquier tipo de institución, no solamente empresaria, frente a los medios de comunicación. Y más que los medios de comunicación, que pasan a ser una entelequia, frente a los periodistas a los cuales eventualmente se ve obligado a enfrentarse, cosa que le encantaría que fuese siempre para anunciar cosas bonitas, pero que en algunos casos ocurre,

como el que vos mencionaste, que es para tener que poner la cara y explicar en situaciones en las cuales, la empresa o institución se siente incómodamente apretada por la razón que fuere, distintas crisis, que pueden ser accidentes o problemas financieros o problemas políticos, como el que mencionaste y podríamos seguir con una larga enumeración que no viene al caso.

De lo que se trata, de manera fundamental y esto es lo que hacemos nosotros, obviamente hay varios otros que también lo hacen hoy en día, es de crear conciencia, inducirlos a la comprensión de lo que yo denomino, sin ninguna clase de creatividad excesiva en ésto, la lógica de los periodistas. Y la lógica de los medios, que aquí si podemos aplicar el término en sentido general, es decir, por qué proceden como proceden y qué es lo que esperan de parte de quien tiene que comunicarle determinadas cosas. El rol indispensable de puente que cubre el periodista en los medios para los que trabaja, con los públicos a los cuales atiende o que se dirige ese medio y el rol indispensable que cumple, en este caso quien encarna la comunicación que puede ser el número uno o quien él designe para que la gente, la audiencia general no la especializada que puede conocer y decodificar lo que le dice, sino la gente que no tiene cercanía con ese problema o con lo que a él le afecta en general, entienda cuál es la raíz de la situación por la cual está atravesando y qué es lo que está haciendo y ésto es muy importante para procurar solucionarla. El sistema en si mismo es sencillamente un sistema de prueba-error muy fácil de comprender. Es una simulación, casi, porque no lo es tanto, desde el principio al fin. Hay tramos de simulación pura y llana, en las cuales se reproducen situaciones, en las cuales a vos han tenido que torturarte en alguna oportunidad si no recuerdo mal, porque fuiste parte de los que se someten a ese castigo; y parte pasa también después por la explicación precisamente de esa lógica y de cuales son las mejores herramientas para saber manejarse frente a este tipo de situaciones. Que contrariamente a lo que la gente puede llegar a creer, con toda razón, porque todo el mundo no vive dentro de este ambiente, son mucho más sencillas o si se quiere mucho más accesibles de lo que quien está fuera de este tema puede llegar a suponer. De lo que se trata es de entenderlas y trabajarlas en consecuencia.

GS: Si y básicamente no perder los estribos.

FB: No. Has dado en un clavo muy importante Gerardo, vos recordarás posiblemente, nosotros de manera machacona en una actividad que puede durar ocho horas, no menos veinte veces les decimos por favor mantengan la calma. En esto apelo a una vieja frase que no la voy a repetir íntegra por radio de un presidente argentino, de hace más de cien años, que decía que ésto es como en política el que habla se jo...roba. Pero no es hablar, ni dejar de hablar, es no enojarse, es hablar manteniendo la calma. Es saber que se puede llevar el control de este tipo de situaciones aún cuando la tarea del periodista, porque para eso le pagan, sea supuestamente desestabilizarte para arrancar información que no estás dispuesto a dar. Él cumple un rol, el periodista, un rol altamente respetable, a él le pagan para conseguir información y para ésto apela a las buenas armas que tiene a su mano, entre ellas, la de la presión en la pregunta y la repregunta que es la más importante de todas.-

GS: Y convengamos que los movileros tiene un buen training en esta materia.

FB: Un training formidable porque ellos salen muy temprano a recorrer la ciudad o el lugar donde estén buscando la información y tienen que llevarla. Hay que llenar las horas de noticias y las noticias están.

GS: Y lo más importante, que creo lo habías mencionado al comienzo, es que ante una situación de crisis lo peor sería callarse.

FB: Absolutamente y además te voy a ser sincero, comprensible reacción. A nadie le gusta que le peguen, si es responsable, que en la mayoría de los casos la gente lo es, lo único que quiere es abocarse a la resolución del problema y no que lo interrumpen con temas que los supone ajenos. Si es un irresponsable va a tratar de esconderse, pero lo que no puede lamentablemente y más allá de su gusto es precisamente hacer eso, porque las audiencias forman parte e integran la sociedad en la cual la institución o la empresa está arraigada. Y les importa mucho lo que sucede en ellas, entonces no se puede callar la boca.

GS: Es así. Federico realmente muy claro, muy interesante yo creo que no solamente para estudiantes y público en general, sino que tus conceptos son muy claros hasta para los propios colegas.

FB: Te agradezco muchísimo.

GS: Redondeemos un poco la charla, por qué no nos contás otras actividades que realiza la Consultora.

FB: Sí, con mucho gusto. Nosotros somos una empresa, quizás soy un poco pretencioso, somos una pyme integrada por más de diez personas que trabajamos en la búsqueda de soluciones en temas de comunicación para todos los clientes que confían en nosotros, que afortunadamente son unos cuantos. Qué les damos. Por un lado esto que comentaste, que forma parte de nuestro trabajo, pero que no es el día a día, aunque es bastante frecuente. La consultoría en estos temas no es nada inusual que cuando hay un problema se comuniquen con nosotros y verdaderamente nos complace mucho poder ayudarlos, porque entendemos precisamente los problemas que esto ocasiona. Hacemos mucho trabajo de prensa. En esto mis socios y particularmente Martín Baraldo, que no lleva el apellido por casualidad, es quien lleva la principal carga en el asunto. Es quien mantiene la esgrima, para llamarla cariñosamente, cotidiana con todo el grupo de periodistas, con la ayuda de un grupo de gente que trabaja, que son realmente muy eficientes y muy buena gente y algunos otros temas que están vinculados ya más si se quiere con...no somos una consultoría política, pero solemos trabajar en temas conexos con lo político. Es un trabajo que a mí en lo particular me complace cada día más. Pero bueno estas son ya cuestiones posiblemente producto de mi madurez.

GS: Y son especialistas también en crisis. Yo recuerdo que los habían convocado para un famoso caso de Aerolíneas.

FB: Si. Hemos tenido muchos, Gerardo. Un sonadísimo caso, caso de manual te diría, ya por la forma en que se desarrolló y por todo lo que significó en su momento, que fue algo que aconteció con Aerolíneas Argentinas, a los dos años o menos de ser privatizada en la década de los noventa, que detonó con la muerte de un pobre pasajero en Los Ángeles atacado por cólera y que a partir de ahí se desató una verdadera angustia generalizada porque se decía que había otra gente que estaba.. posiblemente había más de un infectado, a la larga se descubrió y no tan a la larga, relativamente rápido se descubrió que el cólera se había embarcado, valga la metáfora que hago, que se embarcó el cólera... sino la comida que se embarcó en Lima en aquel momento estaba infectada. Este pobre hombre fue a hacerse atender en un hospital de Los Ángeles, donde había ido a visitar a su hijo, y el médico que lo atendió lo que menos supuso es que podría aparecer alguien con cólera, entonces lo medicó como si fuese una diarrea común y como este hombre era cardíaco le provocó la muerte. A partir de ahí se armó un lío verdaderamente fenomenal. Me llevó a trabajar largas horas y a conseguir resultados que fueron a la larga muy interesantes.

GS: Y para estos casos es recomendable siempre tener un manual de crisis.

FB: Yo te diría que es absolutamente indispensable. Voy a adelantar un pasito más inclusive, porque vos conocés mucho de esto Gerardo, no basta tener el manual de crisis, hay que saber usarlo. Hay algunas personas que creen tengo el manual, ya está. Y ocurre que cuando se necesita usar el manual nadie sabe donde lo escondió, o dice tantas cosas que no sabe que hacer.

GS: Federico querés agregar algo más con respecto a la Consultora?

FB: No. Mirá lo primero es agradecerte este interés por la explicación. Nosotros somos una Consultora en definitiva bastante parecida, en su diseño y en su forma de trabajar, con las colegas con las que compartimos o a veces disputamos el mercado que hay en la Argentina, que es, particularmente en Buenos Aires, como todo, bastante interesante y creo que si, hay algo que ya me distingue, que a mi no me gusta nada, que es que creo me estoy convirtiendo en una especie de dinosaurio de esta profesión. Pero bueno forma parte de la realidad.

GS: No, no digas eso. Ahora una última pregunta de mi parte. Tuviste casi la misma cantidad de tiempo en la parte corporativa que en la parte consultoría y dónde te sentiste...está bien la Consultora es tu propia empresa, pero dónde sentiste como que te gustó más desarrollar la profesión.

FB: Voy a serte totalmente claro y sincero, no podría establecer un parangón de ese tipo y te digo por qué Gerardo, con toda franqueza, más allá que haya tenido algunos problemas como todo el mundo, o cosas por el estilo en las

empresas en las que tuve la fortuna de trabajar, en los lugares en los que trabajé, creo que recibí muchísimo a cambio de lo que yo daba. Es decir recibí muchísimo aprendizaje y aquí tengo que rendir algunos homenajes, si me das un segundo. En la lejana Fiat, donde trabajé desde 1973 hasta 1978, 79, ingresé sin saber una pepa de lo que significaba este negocio, nada más que desde afuera, el negocio casi no existía y me contrató un periodista para trabajar con él en el área de comunicaciones, no de Relaciones Públicas sino de comunicaciones. Ese periodista que todavía se mantiene en actividad, haciendo tareas relativamente conexas, o sea que es un poquito mayor que yo, es Alfredo Durán, a quien le debo el reconocimiento perenne de que no me ocultó absolutamente nada, sino que nos enseñó a todos los que estábamos con él, cómo había que hacer bien las cosas. Porque no sólo sabía mucho, sino que tenía y tiene un concepto de la ética en la comunicación periodística poco usual. Lo cual no es poca cosa. La Esso donde trabajé con Juan Carlos Lynch, inicialmente él tenía el área de Relaciones Institucionales, más política, yo la de comunicaciones y ambos dependíamos de Francisco Edwards, que era un profesional de primerísima calidad, que después se fue a vivir a Estados Unidos siendo argentino. La Esso me dio la posibilidad de asomarme mucho más al mundo, de lo que me había dado la Fiat, porque la Fiat vivía muy dentro de lo que eran las fronteras argentinas, aunque teníamos contacto, por supuesto con la Fiat Internacional, pero la problemática principal era la de acá. La Esso como buena empresa americana, nos hacía compartir, importar y exportar conceptos y la Fiat a mi me permitió aprender, me pagó todo lo que yo tuviese interés en aprender en el país o en el exterior. Lo cual me resultó también particularmente interesante. Y las experiencias, tanto de Télam como de YPF fueron diferentes, ahí ya pude capitalizar todo lo que había podido aprender antes. La etapa actual, desde que comencé a trabajar con empresa propia, es otra la historia, voy a comentarte una fantasía que creo todos nos hacemos cuando asumimos un proyecto personal, es decir voy a ser mucho más libre, voy a disponer de mis tiempos; quien tenga esa idea que la borre de la cabeza, es mentira, pasás de tener un patrón a tener diez, doce o quince. Pero tengo que ser totalmente sincero y claro en esto, me he divertido muchísimo más lidiando con varios patrones que con uno solo.

GS: Y es lindo, cuando uno toma la profesión con gusto y disfrutándola, se pasa bien digamos.

FB: Te aseguro que sí. Tiene sus dolores de cabeza, por supuesto, nada deja de tenerlo en la vida, pero verdaderamente el poder disfrutarla es una gran cosa. Y a mi esta profesión, que no la vi como tal cuando comencé a trabajar en ella, debo ser sincero, en definitiva creo que es muchísimo más lo que he recibido, no hablo de dinero, pero sí de muchísimas satisfacciones de orden personal.

GS: Bueno Federico, fue un verdadero gusto la charla, fue una muy linda charla, yo te agradezco mucho y quiero también decirte que este es un programa para hablar de Relaciones Públicas, cuando tengas algo que estimes



es interesante compartirlo, no tenés nada más que avisarnos y este micrófono es para ustedes.

FB: Gerardo te agradezco muy sinceramente, vos sabés que valoro mucho tu opinión y te tengo un profundo afecto, así que lo que me dices realmente me llega.

GS. Gracias Federico, buenas tardes.

FB: Hasta luego. Adiós.