

EN VIVO Y EN DIRECTO

Gracias y desgracias



RAIMOND
TORRENTS

Tengo que reconocer que una de las cosas que más me gusta de los eventos es su vertiente lúdica. Y no me estoy refiriendo a las actividades de *team building*, a los espectáculos de las cenas de gala o al componente turístico de muchos viajes, no. Me refiero al componente lúdico o espectacular que la propia comunicación requiere, en muchos casos, para hacer llegar el mensaje a la audiencia.

Hay empresas que, cuando organizan un evento, tienen muy claro que, para que la comunicación sea eficaz, todo vale. Estas son las que más me gustan. Una vez, hace ya unos años, presentamos una gran promoción para los *snacks* Matutano (hoy Lays) en la que convertimos la sala de reuniones de un hotel en un auténtico estadio de fútbol. Suelo de césped (artificial, claro), banderines de córner en las esquinas,

publicidad estática, banquillos y todo lo demás. La promoción versaba, por supuesto, sobre la Liga de Fútbol Profesional (cromos de jugadores, si no recuerdo mal) y los ponentes, desde el presidente hasta el último *product manager* iban *disfrazados* de futbolistas como los de verdad, calzón corto, camiseta corporativa, medias a juego, botas... un verdadero espectáculo.

La pantalla donde se proyectaban los gráficos de las distintas presentaciones era, obviamente, el marcador electrónico del campo y, para acabar de redondear la puesta en escena, cada ponente era presentado por megafonía mediante una atinada imitación de José M^o García, *Butanito* en sus mejores tiempos. A cada ponencia le seguía un resumen *crítico* que el mismo *Butanito* enlazaba con la presentación del siguiente jugador-ponente. La competencia, por supuesto, quedaba retratada como una panda de *chupópteros*, *adláteres* y *correveydiles*. Y así pasaron las horas sin que nadie perdiese comba de todo lo que allí se decía. Un éxito (modestia aparte).

Pero no siempre es tan fácil (¿quién dijo fácil?). La animación mal utilizada puede desorientar al público o distraer su atención generando el temido *efecto sombra*, aquel por el que lo que pretende ser un simple condimento del plato principal, del mensaje, se transforma en protagonista contaminando la información e imposibilitando una comunicación eficaz.

Si los ejecutivos de Matutano no hubiesen estado dispuestos a jugar con su evento (y a echarle una buena dosis de *marro*), si no hubiesen personalizado sus discursos adaptándolos al lenguaje futbolístico, si no hubiesen entrado en el juego que exigía tal animación, la audiencia lo habría detectado y la complicidad necesaria entre ponentes y público no se habría producido. La animación, entonces, podría percibirse como una payasada fuera de lugar, generar vergüenza ajena y menoscabar de forma dramática la imagen de aquellos ejecutivos, hasta entonces, tan serios y profesionales.

Ni todas las empresas son iguales ni todas las audiencias responden a estímulos similares. Lo que ocurrió con Matutano lo pueden hacer ciertas empresas con una cultura muy determinada (las empresas americanas de gran consumo son muy dadas a estos *shows* y les va muy bien). La misma animación planteada para una caja de ahorros o para la convención anual de una empresa auditora, por poner dos ejemplos cualesquiera, podría poner en la picota al ejecutivo responsable del evento.

Cada empresa es un mundo, con sus costumbres, con su lenguaje, con sus filias y sus fobias, con su forma de entender el trabajo, las jerarquías y las relaciones interpersonales, con su particular modo de asumir los éxitos o de enfrentarse a los fracasos e incluso con su propio sentido del humor. La animación como *facilitador* de la comunicación funciona pero su contenido, su tono y su lenguaje deben redefinirse, o mejor, crearse de nuevo cada vez a medida de cada cultura empresarial, de cada grupo humano y de cada mensaje. No hay verdades absolutas en animación. Ni unos por atrevidos son mejores, ni otros por conservadores son peores. Lo que para unos funciona, para otros no. Lo que para unos es *light*, para otros es demasiado fuerte y lo que para unos es gracioso, para otros...maldita la gracia.