

Voces: PUBLICIDAD ~ BIEN INMATERIAL ~ REPRODUCCION DE IMAGEN ~ PROYECCION DE IMAGEN ~ DEPORTISTA ~ DEPORTE ~ GOLF ~ MATRIMONIO ~ ADULTERIO ~ EMPRESA ~ SEGURO

Título: La Guerra de los Woods

Autor: Tomeo, Fernando

Publicado en: La Ley Online

Abstract:

La Guerra de los Woods

Por Fernando Tomeo para La Ley ON Line (18-12-2009).

El 27 de noviembre pasado, Tiger Woods, el jugador de golf más importante del mundo, fue víctima de un extraño accidente de tránsito cerca de su casa, en la localidad de Isleworth, Florida, EE UU.

El accidente se produjo a las 2.25 de la madrugada del viernes, cuando el vehículo que conducía colisionó con una boca de incendios de los bomberos y, posteriormente, con un árbol, según informó la Patrulla de Carreteras de Florida.

El accidente estaría vinculado a una importante discusión que Woods habría tenido con su esposa, la bellísima ex modelo sueca Elin Nordegren, ya que el experto golfista habría pagado una suma aproximada de U\$S 60.000 por los servicios profesionales de una codiciada prostituta, Loredana Jolie.

Posteriormente, el 2 de diciembre pasado, Woods admitió en su página web que había sido infiel a su mujer durante el matrimonio.

Su esposa Elin prepara el divorcio. Sus asesores legales, nuestros colegas americanos, ya están gastando a cuenta.

Daños colaterales.

Hemos dicho en anteriores columnas y publicaciones que nuestra propia imagen como así también la imagen corporativa constituye un activo intangible que no llevamos en nuestro bolsillo ni se refleja en los estados contables de una empresa pero que, sin duda, se traduce en un elemento esencial a la hora de generar ganancias (ver al respecto la columna escrita por el autor en La Ley On Line, "la credibilidad y la imagen corporativa on line" del 26-11-2009 y el artículo "La Defensa Legal de los Cibernautas 2.0", publicado en la Revista Imagen número 83, pag.27, sep. 2009).

La imagen de Tiger Woods se ha identificado históricamente con un "player perfeccionista", inmaculado, de inconfundible sonrisa, con una mujer perfecta y una vida perfecta.

Perotodo lo que reluce no es oro.

Los efectos colaterales de la picardía del jugador, no tardaron en aparecer. Su imagen comenzó a precipitarse en caída libre sobre medios impresos y on line. Los bloggers encontraron nuevo alimento para sus columnas y por las redes sociales empezaron a deambular fotografías de las "chicas wood" alivianadas de ropa con comentarios no siempre sutiles. Nuevamente el "boca a boca" de la web 2.0 salió al green.

Por supuesto las chicas Wood también vieron "su momento esperado" e imitando a algún nuevo mediático de la televisión argentina, salieron con desenfreno a los canales de televisión americanos a contar sus "andanzas" con el golfista.

Ante tamaño desenfreno los sponsors del golfista no tardaron en llamarlo para "conversar" sobre los contratos vigentes que, ante los hechos, no aparecían tan atractivos frente a una imagen que perdía valor, hora tras hora. Ante ello el mismísimo Woods anunció su retiro del campo de golf.

A continuación algunos de los efectos colaterales particulares y generales:

1) La noticia de que Accenture cancelará el contrato por seis años que lo unía a Tiger Woods fue anunciada por la misma compañía por considerar que el golfista ya no representaba adecuadamente su publicidad. Según TNS Media Intelligen, Accenture era el mayor patrocinador de Tiger, a quien utilizaba en un 83% de su campaña publicitaria, en la que invirtió el año pasado u\$s50 millones. Además, el golfista aparecía en un 27% de la publicidad de Tag Heuer y en un 4% de la de Nike.

2) El anuncio de la consultora se produjo un día después de que uno de los mayores patrocinadores de Tiger Woods, Gillette, decidiera "limitar" el papel del golfista en su publicidad. El último espacio comercial que salió al aire con Woods fue un anuncio de treinta segundos que se emitió el 29 de noviembre y que no se ha vuelto a transmitir en el llamado "prime time".

3) La asistencia de los espectadores a los torneos de golf podría bajar un 20% luego de que el golfista anunció su retiro.

4) La temporada 2010 de PGA Tour comienza el 7 de enero en Hawai y se espera que las pérdidas de

publicidad lleguen a u\$s192 millones si Woods no juega durante todo el año.

Pero no todos abandonaron el campo de juego.

Nike emitió una declaración diciendo que la compañía "apoya por completo a Woods y a su familia" y que espera que pronto regrese al juego.

Asimismo The Wall Street Journal informó que Gatorade dejará de producir el "Gatorade Tiger Focus", una variedad de su popular bebida hidratante pero que la decisión de eliminar esa bebida de su línea de productos se tomó antes de los sucesos que comentamos.

Por su parte, aquellos que conocen la importancia de la imagen como activo intangible ya han salido en búsqueda de nuevas propuestas para generar oportunidades.

Scott Brady, agente de seguros de la compañía estadounidense DeWitt Stern, con 110 años de actividad en el sector, afirmó que se encuentran diseñando un nuevo producto destinado a proteger a las empresas de eventuales perjuicios económicos cuando sus marcas o los famosos asociados a ellas sufran daños en su reputación.

Ello ante el evidente hecho de que la admisión de infidelidad matrimonial por parte de Tiger Woods, con el consiguiente daño a su reputación y a su valor de marca, ha puesto de relieve la vulnerabilidad de las empresas en caso de escándalos de ese tipo. El caso "Woods" podría sentar un precedente importante en materia aseguradora.

Por otro lado las compañías de monitoreo de medios off y on line siguen trabajando en detectar aquellos contenidos difamatorios o que violentan la imagen individual. Varias empresas argentinas ofrecen este producto, de indiscutida utilidad empresaria.

Después de semejante escenario mediático se impone una reflexión. Para ello recuerdo las palabras mencionadas por un amigo de Woods, el sueco Jesper Parnevick: *"Es un tema privado, por supuesto, pero cuando tu eres el hombre que es él, – uno de los mejores atletas del mundo- deberías pensar más antes de hacer ciertas cosas, y no simplemente "Just do it" ..."*.