

De: [Nombre y Apellidos]
[Dirección postal]
[Teléfono]
[Dirección electrónica]

Hester I. Swart (MA),
Heineken N.V.
Group Corporate Relations
P.O. Box 28
1000 AA Amsterdam
The Netherlands

En [lugar], a 11 de junio de 2008

Geachte mevrouw

Met deze wil ik u graag op de hoogte brengen van een beslissing dat de Publieke Relaties Manager van *Heineken Spanje S.A.*, *Diego Antoñanzas*, heeft genomen, en de eventuele gevolgen dat die beslissing zou kunnen hebben voor het imago van uw bedrijf in ons land.

De nationale privé zender «*La Sexta*» heeft onlangs, in haar satirische reeks «*Salvados*», twee hoofdstukken verzonden met de titel «*Salvados por la Iglesia*» ("Gered door de Kerk"), geschreven met zulke lichte ironie dat het ons heel onwaarschijnlijk lijkt dat iemand zich daardoor gekwetst zou kunnen voelen. Desondanks, heeft de ultra-katholieke fundamentalistische organisatie «*Hazte Oir*» op 3 Juni een tegenactie gehouden, gebaseerd op een grote aantal emails die werden verzonden naar de adverteerders van het televisieprogramma, waaronder uw bedrijf zich bevond. Alleen twee dagen later maakte de Publieke Relaties Manager van uw bedrijf in Spanje bekend dat *Heineken* zijn steun voor dat televisieprogramma terugtrok. Tevergeefs, want op dat moment was het onderdeel van de reeks bestemd aan de Katholieke Kerk al geëindigd, die zoals gezegd alleen uit twee hoofdstukken bestond.

De informatie in de media over wat schijnt alleen een symbolische betekenis te hebben, heeft veel burgers geërgerd, die genoeg hebben van de bemoeienissen van een institutie die in ons land een duistere, lange en verdrietige geschiedenis van repressie heeft. Het is onbegrijpelijk dat deze groepen, en de Katholieke Kerk zelf, zo vaak beroep maken van een zogenaamde belediging om de lichtste kritiek te vermijden; of misschien,

om precies te zijn, het kan heel goed worden begrepen als censuur dat geoefend wordt om elke mogelijke kritiek tot zwijgen te brengen, en dus als een aanval op de vrijheid van meningsuiting. Maar wat zich naar onze mening schadelijk voor de interessen van uw bedrijf kan bewijzen, is dat met die beslissing veel van die burgers nu een relatie gaan zien tussen die ultra-katholieke groepen en Heineken. Er zijn zelfs sommigen die suggereren dat iedereen een tegenactie kan voeren, en anderen aanmoedigen zich bij een boycot op Heineken-producten aan te sluiten. (Zie als voorbeeld het volgende beeld gevonden op het Internet: <http://img207.imageshack.us/img207/8013/heinekenbz3.jpg>).

Precies daarom kunnen we de "officiële" standpunt van Heineken Spanje niet anders dan offensief vinden, deze keer tegen een veel grotere aantal burgers die gewoonlijk geen gebruik maken van georganiseerde pressie groepen, en die nu als gevolg daarvan het imago van Heineken gaan associëren met een bepaald soort fundamentalistische religieuze standpunten, want dat is het publicitaire effect dat de beslissing lijkt te hebben.

We begrijpen, natuurlijk, dat uw bedrijf het recht heeft om wie dan ook te steunen, maar we willen nochtans onze mening uiten, niet alleen over wat in onze ogen de logische gevolgen van die beslissing voor het imago van uw bedrijf kunnen zijn: u kunt heel goed zien dat bij het inwilligen van de eisen van dit soort heel lawaaige maar minoritaire groepen, de deur is nu open voor andere fundamentalistische groepen met dergelijke eisen. We willen ook uitdrukken dat u op deze manier de vrijheid van meningsuiting en kritiek een slechte dienst bewijst, vooral in een land waar deze een veel kortere traditie heeft dan in de rest van Europa.

We vragen u daarom om de beslissing van uw spaanse filiaal opnieuw in overweging te nemen. In Denmark hebben sommige journalisten stand gehouden voor hun principes, zelfs toen ze met de dood werden bedreigd. In Spanje, een bedrijf trekt zich terug als adverteerder van een televisieprogramma dat heel lichte kritiek had geoefend op de Katholieke Kerk, na een aanval uitgevoerd door een pressie groep gedurende twee dagen. Het valt niet eens te vergelijken.

Met vriendelijke groet,

[Firma]