

«López necesita entrenamiento para transmitir mejor el cambio»

Yuri Morejón Politólogo y asesor de comunicación pública y política

«Hay demasiados políticos enlatados, que comunican sin empatía, convicción ni naturalidad»

■ ANTON IPARRAGUIRRE

✉ aiparraguirre@diariovasco.com

SAN SEBASTIÁN. Ahora que los partidos elaboran sus candidaturas y engrasan su maquinaria electoral de cara a los comicios municipales y forales del próximo año, Yuri Morejón Ramírez de Ocáriz, director de Yescom Consulting, ha escrito un li-

bro, 'de tú a tú, la buena comunicación de gobierno'. Se trata de un manual dirigido a los que gobiernan y a los que aspiran a gobernar, con técnicas de comunicación para recuperar la confianza y la credibilidad que han perdido ante una ciudadanía que les ve más como un problema que como una solución.

– ¿Qué pretende con su libro?

– Está escrito como si fuera una conversación entre un experto en comunicación y un político, al que llamo presidente, imaginario pero muy reconocible. Busco que, ya sea ministro, presidente autonómico, parlamentario, juntero o alcalde, reflexione sobre cómo se comunica y cómo puede mejorar su comunicación con el ciudadano. Propongo ocho claves para que se muestre más próximo, humano, sensible..., en definitiva más creíble y confiable. No es para que sepa venderse, sino que haga la política más sencilla, accesible y atractiva para la ciudadanía y los medios. A mucha gente le interesa la política, pero no los políticos.

– Por eso remarca que muchos políticos sufren un déficit de confianza y credibilidad ante los electores.

– Sí, hoy día ése es el principal problema de los políticos. Yo suelo de-

EL LIBRO



Título: 'De tú a tú, la buena comunicación de Gobierno'.

Páginas: 53.

Objetivo: Mejorar la comunicación del político con el ciudadano para ser más creíble y confiable.

cir a mis amigos que a la hora de votar a un candidato se pregunten: ¿es un líder fuerte?, es decir, tener entereza; ¿se preocupa por la misma gente que yo, y por los mismos problemas?, es decir, tener sensibilidad, y tercero, ¿le comprarías su coche?, es decir, confianza. Éstas son las tres claves que deben cumplir los líderes, que no tienen que ser necesariamente carismáticos, sino sobre todo humildes. Además, no deben olvidar que es muy fácil mentir con la palabra, pero no con el cuerpo. Vemos demasiados políticos enlatados, de cartón piedra, a los que les falta convicción, empatía y naturalidad.

– Mantiene que los políticos se han convertido en un problema.

– Sí. La crisis económica y los casos de corrupción han puesto a los políticos como uno de los principales problemas para los ciudadanos. El elector se siente impotente y frustrado porque no se resuelve una situación que ha provocado un retraso o el fin de un proyecto personal o profesional. Por eso acusan a los políticos de mala gestión y se desmarcan de ellos.

– ¿Se puede decir que ha cambiado el tipo de elector?

– Hay un tipo de votante más crítico y voluble que aún no siendo mayoría va a ser decisivo a la hora de que gane un partido u otro, o que surjan nuevas formaciones que se convierten en piezas claves. Cada vez hay una mayor oleada de gente con una mentalidad distinta, muchos menos partidista e ideologizada. Su perfil es gente joven, formada, la mayoría urbana y conectada con las redes sociales e internet.

– ¿También hay un fallo de comunicación de los partidos?

– La equivocación que se produce en muchos partidos es pensar que un jefe de prensa es un director de comunicación. El primero es el que se relaciona con los medios, los convoca, les envía notas de prensa, etcétera. Se ocupa de cuestiones técnicas. Mientras que el director de comuni-

cación es el que decide, por así decirlo, el menú: por qué hoy vamos a hablar de este tema, con estos ingredientes, a quién nos vamos a dirigir, en qué medio, con qué escenografía, etcétera. Además, un dirigente de un partido debe ser un líder y no un jefe, ya que al primero se le sigue y llega a más gente, y al segundo se le obedece pero no cautiva.

– ¿Tiene un déficit de comunicación el Gobierno Vasco?

– Sí, el Euskobarómetro del pasado mes de diciembre le hizo ver que no contaba con la confianza de los ciudadanos. La encuesta demostró la tesis de que la comunicación y la gestión deben ir juntas, de la mano y al mismo ritmo. Si un Gobierno gestiona muy bien, pero no lo comunica de igual modo, la realidad será una pero la percepción de los ciudadanos otra, y éstos valorarán, actuarán y votarán en base a esta visión. También puede haber un gobierno que tenga mucha comunicación pero poca gestión, que es lo que le pasa a Zapatero. En el caso de Patxi López, no es tanto un problema de comunicación de su gobierno, sino que él mismo no trasmite de una forma suficientemente creíble y confiable sus planes y logros. El lehendakari necesita más entrenamiento para transmitir mejor su labor.

– ¿Y al PNV también le falla su comunicación?

– Hay que tener en cuenta que muchas veces el líder es también el mensaje. El PNV tiene una sobreexplotación de líderes, a Urkullu hay que añadir Egibar, Ortuzar, Azkuna... y eso dispersa el mensaje del partido.

– ¿Qué le recomendaría a los candidatos de las elecciones municipales y forales del próximo año?

– Sobre todo proximidad, que no es lo mismo que cercanía. Se trata de hablar y demostrar que verdaderamente está trabajando por los temas que le interesan a la ciudadanía. No es eso que dicen los políticos, 'hay que escuchar a la gente', sino que el votante se sienta escuchado.

– ¿Respalda la propuesta de Mariano Rajoy de suprimir las precampañas electorales?

– No. No se puede pretender ganar unos votos más o unas elecciones en los últimos quince días. Ahora que la gente demanda austeridad a los políticos, y éstos a los ciudadanos que se aprieten el cinturón, las campañas deberían estar marcadas por más comunicación y menos publicidad. Los votantes no van a ver bien que haya grandes mítines porque se van a preguntar ¿y este dinero de dónde sale? Y más ahora con el caso Gürtel. Hay que hacer una campaña puerta a puerta físicamente y que los candidatos sean menos previsibles y más naturales. Además, los partidos deberán focalizar sus mensajes y segmentar su masa de votantes.

– ¿Cree que las elecciones de 2011 van a ser una revancha entre nacionalistas y constitucionalistas?

– Yo no diría revancha, pero sí un termómetro para medir el 'cambio' en Euskadi. Serán unos comicios con una gran atomización de partidos y a lo mejor 'no hay cama para tanta gente'. La pluralidad es sana, pero puede que los partidos pequeños al final gobiernen más que los grandes. Además, las alianzas entre PNV, PSE y PP podrían variar según intereses locales y territoriales. A nivel nacional habrá una pugna Zapatero-Rajoy como antesala de las generales.



Yuri Morejón.

«Internet será más protagonista en la próxima campaña»

Yuri Morejón se muestra convencido de que si bien es cierto que en internet no está todo el mundo, y muchos de los que están ya saben lo que van a votar, la red aumentará su protagonismo e influencia en la campaña de las elecciones municipales y forales de 2011. Subraya que «lo audiovisual es cada vez más

importante. Internet no será decisivo en esos comicios, pero sí más utilizado por los partidos y dirigentes para llegar a un determinado tipo de público que ya no consume los medios de comunicación tradicionales y se informa a través de las páginas de información, blogs o redes sociales». Aunque cada vez son más los políticos que tienen una web o un enlace propios, advierte de que «en internet no basta solo con estar, que es lo que hacen muchos candidatos para llegar a un electorado joven y formado, sino que cuando

aceptan entrar en internet es con todas las consecuencias, también para que el ciudadano le conteste, le proponga, le contradiga...» En definitiva, se trata de entablar una conversación que permita a los políticos transmitir confianza gracias a esa proximidad y accesibilidad. Pero alerta de que si solo están conectados durante la campaña electoral pierden toda su credibilidad, «no solo como candidatos sino también como internautas, porque 'desaparecer' de repente y sin avisar está muy mal considerado en la red».