

¿Qué pasa con los políticos?

YURI MOREJÓN RAMÍREZ DE OCÁRIZ
POLITÓLOGO Y ASESOR DE COMUNICACIÓN PÚBLICA Y POLÍTICA

Ni todos los políticos son políticos, ni todos viven de la política. Ni todos los políticos son iguales. Pero todos son objeto de críticas. Cuando la clase política es percibida y considerada como uno de los principales problemas de nuestra democracia, algo no funciona. Quizás haya llegado el momento de cambiar.

A la gente sí le interesa la política. Los precios de los alimentos, la dificultad para acceder a una vivienda digna o para encontrar un trabajo son razones más que suficientes. Sin embargo, no ve a los políticos como la solución, sino como parte del problema. ¿Qué es entonces lo que está fallando?

Las encuestas destacan que existe una falta de proximidad hacia los problemas e inquietudes de los ciudadanos. Con demasiada frecuencia los temas que interesan a los partidos no coinciden con las prioridades y preocupaciones ciudadanas. ¿Realmente hablan para los ciudadanos o para sus adversarios políticos? La gente se siente entonces ajena al juego político y muy poco representada. Pierde la motivación, también la paciencia, y acto seguido la confianza. Y así pocos políticos pasan del aprobado.

No es lo que haces, sino lo que la gente percibe que haces. Si el mensaje se pierde por el camino existe una falla en la comunicación hacia los ciudadanos. Los políticos abusan de las afirmaciones, no siempre argumentan y rara vez evidencian. Se les achaca que abusan de un mensaje difuso, poco claro. Incoherente con lo que piensan y prometen. Visiblemente improvisado y, en definitiva, desconcertante y muy poco convincente. Muchos políticos lo saben. Quieren controlar tanto lo que dicen que en lo posible evitan pasar sus intervenciones por el filtro de los periodistas. ¿Resultado? No sólo no responden con claridad a lo que les preguntan, sino que en los últimos tiempos muchos se limitan a comparecer ante los medios sin aceptar preguntas por parte de los reporteros. Error.

Todo ello acrecienta la falta de credibilidad de los políticos. A la clásica crítica de 'los políticos no cumplen sus promesas' se le unen también la incapacidad para lograr grandes acuerdos en los principales problemas del país, sus continuos enfrentamientos por asuntos más políticos que reales, y sonados casos de corrupción. Si todo esto lo enmar-

camos en un contexto de grave crisis económica como el actual, resulta más fácil saber por qué en muchas sociedades la clase política es considerada parte del problema.

El resultado es que los políticos despiertan poca o ninguna confianza entre sus ciudadanos. Los emergentes discursos populistas son su consecuencia directa. Este desinterés, desencanto y desafección hacia los políticos –que no ha dejado de crecer en los últimos años– ha hecho disminuir el voto más fiel a los partidos. La participación se ha convertido en todo un reto y las elecciones, en un escenario cada vez más impredecible.

Las campañas electorales también han cambiado. Un público diverso que requiere lenguajes, tonos y formatos diversos. Más innovación y creatividad. Estrategias más personalizadas en el candidato. En su mensaje. La fuerza de Internet, de las nuevas tecnologías, de los inmigrantes como público decisivo. El poder de la imagen. La potencia de un relato atractivo. La profesionalización de la comunicación política, en definitiva. Y, sobre todo, algo determinante: el voto no se decide en los 15 días de campaña.

A los políticos ya no les basta con hacerlo bien –con gestionar bien un gobierno, con plantear las reformas necesarias–, ahora los tiempos requieren también que sepan comunicarlo. Resultar más claros, más cercanos, más seguros, más atractivos, más creíbles... en resumen, más confiables les ayudará a que les conozcan más, les entiendan mejor y les quieran (voten) más. Por una razón muy sencilla: de la misma manera que sin confianza no hay trato, no

hay amistad, no hay amor... sin confianza tampoco hay voto.

Pero... ¿cómo solucionar esto? Los políticos necesitan comunicar para convencer. Pero para convencer es preciso conectar. No es una cuestión de carisma, sino de humildad. Mayor proximidad, naturalidad y convicción. Menos promesas y más compromisos. Más gestión, más motivación, más inspiración. Reconocer errores. Saber aprender, rectificar, empatizar, emocionar(se), sonreír... para romper barreras, para mostrarse humanos. Lo son, qué duda cabe, pero en política no basta con ser. También hay que parecer.

En los partidos sobra cálculo político y falta tacto comunicativo. No son técnicas de marketing, ni siquiera de publicidad. Tampoco mejores relaciones con la prensa, sino comunicación en sentido amplio. La estrategia, los tiempos, el mensaje, los medios, la imagen, los públicos, la escenografía, la investigación sociológica. Los partidos invierten la mayor parte del tiempo en el mensaje (qué decimos), cuando la forma (cómo, a quién y cuándo lo decimos) y la imagen (cómo nos presentamos) son más determinantes en el primer impacto, el recuerdo y la valoración de los ciudadanos.

Y es que la política no va de razones, sino de emociones. No hay que olvidarlo. Sobre todo en situaciones de crisis, en las que la gente no busca argumentos, sino sentimientos: liderazgo, determinación, empatía, confianza... Por eso la aprobación de los líderes no depende tanto de los resultados que se logran como del esfuerzo que se percibe al afrontar una situación de crisis. La clave pasa por una buena gestión comunicativa. No basta con dar solución y respaldo a los ciudadanos, sino que además hay que saber comunicarlo. Tienen que percibirlo. Y sin comunicación es imposible.

No es, sin embargo, una cuestión de dejar hablar. Ni de votar, ni de dejar elegir. Ni siquiera de escuchar. Lo verdaderamente importante, el reto real de los políticos, es que los ciudadanos se sientan escuchados. Que es bien distinto a todo lo anterior.



:: JOSÉ IBARROLA

ANTÓN



CARTAS AL DIRECTOR

Mi abuelo

Entonces no tenía tele. Tampoco juegos electrónicos o informatizados de esos que ahora tienen muchos niños. Mi tesoro se resumía en una radio de galena. No me importaba demasiado, porque uno de mis abuelos, patrón de pesca, me proporcionaba todas las aventuras que quería oír. Su estatura física y humana no pasaba inadvertida; tampoco su fuerza y firmeza. Cuentan que sus manos eran como hogazas familiares, y que los piratas cuando le distinguían en la proa se tiraban al mar. La mirada de mi abuelo malhumorado era mucha mirada de Dios. A mí me gustaban los tebeos de 'El Cachorro'. También otros, pero 'El Cachorro' era más de mar. Me llamaba la atención que las cruzadas contra la injusticia las llevaran a cabo siempre fuera de España. Aquí no habría, no sé. Me recostaba sobre sus piernas. Su pantalón azul olía a pescado. Dejaba caer una mano sobre mi hombro –me acordaba de Jesús y el pesado madero–, y con la otra gesticulaba escenificando sus viajes. Un día su mano gigante dejó de acariciarme. También cesó de hablar. No dije nada. Fui corriendo hacia mi habitación y comencé a buscar mi tebeo favorito. Él siempre estaba allí: en la proa. Los lamentos de mi abuela y mi tía decían lo que yo ya sabía: las aventuras habían terminado. Me acurrugué, cerré los ojos y me quedé dormido... **ALBERTO F. ARAÚJO. BARAKALDO-VIZCAYA**

Justicia terrenal

En el tratamiento que la Iglesia católica está dando a los casos de pederastia que la afectan percibo yo un nefando sentimiento de superioridad por parte de las jerarquías eclesiales. No se concibe, si no, que la Iglesia, como máximo 'castigo', traslade a los sacerdotes implicados de parroquia. No los expulsan, no, los cambian de lugar. Para comprender esto, hay que darse cuenta de que los altos cargos de la Iglesia –y, en general, cualquier católico practicante– creen que están tocados por la mano del Altísimo, y de ese modo se salvarán, lo cual acarrea también que, entre otras cosas, no crean en la justicia terrenal, que es para los tibios, descreídos, agnósticos y ateos, y sí, en cambio, en la divina. Ya se encargará, por tanto, Dios de juzgar a los pederastas en el más allá, piensan.

No sé si será mejor que la Iglesia vuelva a los postulados anteriores al Concilio de Trento, a una Iglesia que, en sus 1.500 años de existencia (pues la tridentina Iglesia actual no tiene más de 500 y es fruto de la Contrarreforma, fruto ésta a su vez de la Reforma encendida por Lutero, de lo cual, haciendo una pirueta, podríamos entresacar que la Iglesia católica actual es 'luterana'), veía con bastante normalidad que los papas, cardenales, obispos, clérigos... tuvieran hijos, contó con innumerables papas bisexuales y homosexuales, ordenó a muchas mujeres, no consideraba un sacramento el matrimonio, etcétera. La Iglesia actual, desde luego, no es la tradicional, sino

una institución 'modernista', y se separa tanto de la que hubo durante esos 1.500 años, que pienso que es hasta herética. **JUAN LUIS FERNÁNDEZ GUTIÉRREZ. GETXO-VIZCAYA**

Día Internacional por la Vida

El 25 de marzo se celebra en todo el mundo el Día Internacional por la Vida, que llama a la reflexión de todas las personas, independientemente de sus ideologías políticas o creencias religiosas. El objeto de dicha reflexión resulta obvio: percatarse del valor inmenso que toda vida tiene y hacerse cargo de la importancia de su protección desde que comienza hasta que termina. Dicho de otro modo, desde la fecundación en el vientre materno hasta la muerte natural.

En nuestro entorno más inmediato, la celebración y reivindicaciones de este día cobrarán aún más importancia, como consecuencia de la Ley del Aborto recientemente aprobada por el Congreso de los Diputados.

Esta jornada del 25 de marzo pretende convertirse en referencia para los años venideros, al igual que otras fechas de carácter reivindicativo que nos resultan ya conocidas. Confiamos en que llegue un día en que no sea necesaria esta celebración, porque eso significaría que la vida gozaría de todo el respeto que se merece por parte de nuestra sociedad.

JOSÉ ANDRÉS ETXEBARRIA ETXEITA. LAUKIZ-VIZCAYA