



intro **PSICOLOGÍA**

LO SENTIMOS, PERO NO LOS *Creemos*

La comunicación política pasa por horas bajas. Aunque los votamos, no los creemos. ¿Qué falla? ¿Cómo podrían ganarse nuestra complicidad? Para empezar, escuchando más y mejor. Por *Ferran Ramon-Cortés*. Ilustración de *Alberto Vázquez*

Sabemos qué es lo que hay que hacer, y lo vamos a hacer.

Y por eso hacemos lo que hemos dicho que íbamos a hacer.

Y por eso seguiremos haciendo aquello que nos toca hacer, a pesar de que alguno no se crea que vamos a hacer lo que hemos dicho que íbamos a hacer”.

Esta es la transcripción literal de una intervención de un político de primera línea en las últimas elecciones, que tuvo lugar en un polideportivo lleno a reventar de un enjambre de seguidores que aplaudían enardecidos. Un ejemplo de cómo decirlo todo sin decir nada, o de cómo, simple y llanamente, no decir nada.

La comunicación política se ha desconectado en muchos casos de los ciudadanos. Las campañas electorales son un gran teatro en el que cada partido moviliza a sus fieles seguidores, mientras la gran mayoría de la gente trata de ignorarlas haciendo *zapping* a cada bloque electoral. ¿Qué está ocurriendo para que nos sintamos tan lejos de la mayoría nuestros políticos?

INVIRTIENDO LOS PAPELES. Desde mi punto de vista, todo comienza por un error fundamental que algunos políticos cometen: en la comunicación política, en lugar de estar el político al servicio de la gente, ponen a la gente al servicio del político. Observemos cualquier acto político, desde inauguraciones hasta fiestas populares, pasando por cenas, celebraciones o cualquier acto social. En la mayoría de los casos, la estrella es el político. Es el último en llegar y el primero en desaparecer. A él todos le han de esperar. Él no espera a nadie. Él habla y la gente

escucha, cuando lo lógico sería que él quisiera escuchar, y animase a los ciudadanos a contarle, a hablar.

Muchos políticos han confundido su papel. Nos hablan de su servicio a la gente, cuando escenifican a diario todo lo contrario. He asistido a actos de participación ciudadana en los que el encadenado de parlamentos de cada político se ha comido literalmente el tiempo de debate, y en los que ni un solo ciudadano ha tenido la más mínima ocasión de abrir la boca. Y puedo contar con los dedos de la mano los actos a los que he asistido (y he asistido a muchos) en los que el político de turno se ha interesado de verdad por lo que los asistentes tuvieran que decir. Su rol natural es el discurso, hablar a la gente, “colocarles” su mensaje, cosa que da a entender, aunque no sea cierta, una falta de interés por los demás. Debe-

rían entender que si están al servicio de la gente, la gente es la protagonista.

ACCIÓN-REACCIÓN. El segundo error fundamental (en mi opinión, claro está) consiste en la agresividad desmesurada de la comunicación, el uso y abuso del lenguaje vulgar, y el uso y abuso del insulto literal.

Basta con ver una sesión de control en el Congreso. El nivel de confrontación, agresividad e insulto es claramente mayor que el que impera de forma natural en nuestra sociedad.

Es mucho más agresiva la comunicación que nos muestran algunos políticos que la que tenemos cada uno de nosotros con nuestros vecinos, conocidos, competidores o clientes. Con la paradoja de que tras mostrarnos su agresividad en cada intervención, nos aleccionan con grandilocuentes campañas sobre la no violencia y el respeto entre jóvenes o entre parejas. ¿Y si los viéramos debatir con educación y respeto? ¿No sería, acaso, un valioso ejemplo?

Sería injusto acusarlos a todos en este capítulo -conozco a políticos exquisitos en su dialéctica-, pero, desgracia-





damente, los más agresivos son los que gozan de mayor visibilidad.

RENUNCIA AL MATIZ... Y A LA VERDAD. La comunicación política se rige hoy en día por la lógica del titular escandaloso. Tiene su explicación, y es que si no dicen nada especialmente impactante, no salen en los medios, y si no salen en los medios, no existen. Desde esta dinámica, es mucho más eficiente un titular a trazo grueso, una verdad parcial, mientras llame la atención, que la información completa y objetiva.

Se está construyendo una comunicación en la que solo vale el blanco y el negro, en la que se renuncia deliberadamente a toda la escala de grises. Y detrás de ella se instiga una dinámica de buenos contra malos, de "estás conmigo o contra mí". Es curioso ver cómo en esta dinámica los propios políticos que la llevan a cabo no toman consciencia de que cada ataque, cada titular escandaloso, cada denuncia exagerada, contribuye, en global, al desprestigio de todos ellos. ¿Cómo pueden sorprenderse después de la tan comentada desafección?

Vivimos tiempos difíciles, y la comunicación política está en muchos casos complicando falsamente la realidad, buscando con ello beneficios tácticos, y el resultado global es el desaliento de toda la sociedad.

INMERSOS EN 'EL SHOW DE TRUMAN'. Vista desde fuera, la comunicación de nuestros políticos se parece a la famosa película. Porque funciona para ellos y entre ellos, abriéndose una amplia y profunda brecha con el resto de la sociedad.

Cuando un político insulta a otro (y lo digo así de claro porque así es como sucede a diario), sus *hooligans* de partido están encantados, y así se lo transmiten. Recibe el aplauso de los propios, ignorando que la mayoría asistimos perplejos al espectáculo. Así, poco a poco, se van encerrando en su realidad. Una realidad en la que las opiniones que reciben son las de sus compañeros de filas, en la que solo ellos comprenden exactamente qué es lo que nos dicen y

por qué nos lo dicen. En la que importa más el contraataque que la explicación de la realidad.

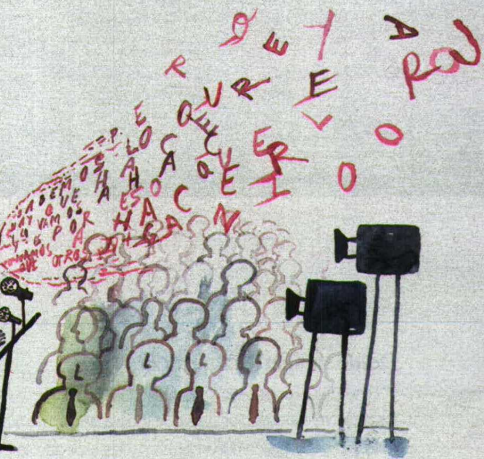
Es significativo observar cómo muchos políticos acaban rodeados de una maquinaria que los aparta del contacto con la gente. Cómo acababan percibiendo la realidad a través de los ojos de sus gabinetes, en lugar de captarla en directo. El día en que el político deja de formarse la opinión a través de la experiencia propia, franquea la entrada al plató de este especial *show* que se monta al margen de la realidad. Esto lo saben bien los que no han caído en ello, que, sin ser la mayoría, son los que acababan siendo más queridos en la sociedad.

GANAR COMPLICIDAD.

No es cierto que despreiciemos a los políticos. Estamos dispuestos a creerles, a dejarnos liderar por ellos. Porque hacen un trabajo fundamental que necesitamos y valoramos. Pero mucho ha de cambiar la comunicación de muchos de ellos para que les creamos. Esto es lo que esperamos de ellos si quieren nuestra complicidad:

- Queremos que nos respeten, que no nos hagan sentir que ellos son más importantes y que nosotros estamos a su servicio.

- Queremos que se expliquen más y se desacrediten menos. Que debatan serenamente y educadamente. Con firmeza



"Muchos políticos nos hablan de su servicio a la gente, cuando escenifican a diario todo lo contrario"

y convicción, pero sin agresividad. Mostrándonos que es posible discrepar sin insultar.

- Queremos que nos digan la verdad con todos sus matices. Que no se escondan ni se queden en el titular grandilocuente. Y que en momentos cruciales como el actual dediquen mucho tiempo y mucha energía a explicarnos las cosas.

- Queremos que nos escuchen. Que no tengamos que gritarles la realidad de lo que nos ocurre. Que sintamos que están a nuestro lado, a pesar de que sabemos que no todo lo van a poder solucionar. ●

La comunicación política en la pequeña pantalla

La serie *El ala oeste de la Casa Blanca* es un magnífico retrato de las intrigas políticas y del funcionamiento de los gabinetes de comunicación. Aun tratándose del Gobierno de Estados Unidos, es un manual en toda regla de cómo funciona la comunicación política en cualquier democracia occidental.