

Elecciones municipales

# "Un mismo discurso puede variar sus efectos en un 80%"

El profesor José Rúas da las claves del buen candidato

DAVID FORMOSO - Santiago - 25/04/2011

En comunicación política "no hay nada absolutamente cierto, solo técnicas probadas que han dado resultado". Lo dice José Rúas, periodista y profesor de propaganda política en la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Vigo que acaba de publicar el libro *Manual del candidato electoral*. "Y además el político también depende en buena medida de su intuición", añade.

En este libro, el profesor Rúas parte de la premisa de que una buena campaña tal vez no sea suficiente para ganar las elecciones, en cambio, "está claro que una mala ayudará a perderlas". Y aquí aparece la figura del equipo de asesores que la diseñan, modulan el discurso y preparan al candidato para hablar en público.

Se asegura en el *manual* que el político debe estar adornado de tres haches: honestidad, humildad y sentido del humor. "Hay que diferenciar el candidato ideal que lleva estas letras del real, que debe aproximarse y parecerlo. Uno puede ser honrado, pero si la gente lo ve como corrupto para ella es un candidato corrupto y viceversa. La imagen es una construcción colectiva".

Una de las facetas que la constituyen es la apariencia física. "La vestimenta y el aspecto en general hablan por ti; es la primera impresión que llega al público del político en campaña y este espera que digas algo coherente con lo que ve. Esa primera impresión es la que queda y sobre ella se construye la imagen total. En todo caso, no se debe sobrevalorar. Se debe llamar la atención por lo que se dice, no por la ropa. Con frecuencia se busca integración con los decorados, preparados para la televisión", explica Rúas.

Y tanto están hechos para la imagen que los partidos no quieren que entren las cámaras de televisión en los mítines. En su opinión, mientras las campañas están construidas para la televisión, en las precampañas son los medios impresos los que tienen un papel importante en la construcción de la imagen y mensajes.

En cuanto a Internet, Rúas cree que, aunque aquí "la penetración de la Red es menor, resulta imprescindible para movilizar a la juventud y, en menor medida, a la gente de mediana edad". De Obama, que usó con gran acierto las nuevas tecnologías, Rúas no destaca solo internet, sino su capacidad para pronunciar buenos discursos. El cómo se articula es también fundamental, ya que el profesor asegura que el mismo puede variar sus efectos en un 80% si es pronunciado por políticos distintos.

En la campaña electoral, José Rúas recomienda a los aspirantes a ediles centrar sus discursos en torno a la estrategia central de cada formación política. "Candidato de muchas prioridades, candidato de nada. Hay que centrarse en pocas como la Iglesia Católica que con diez mandamientos resumidos en solo dos (que son básicamente fe y amor) ha dominado el mundo durante 2.000 años".

© EDICIONES EL PAÍS S.L. - Miguel Yuste 40 - 28037 Madrid [España] - Tel. 91 337 8200