

ELECCIONES | Cualidades y aptitudes

Aquí, el candidato perfecto



- ¿Qué se valora? ¿Qué convence? Tres expertos en comunicación política nos dibujan el perfil
- La gran triada que debe tener un aspirante: credibilidad, experiencia y honestidad
- 'En cada momento pedimos virtudes diferentes. Ahora queremos una persona fuerte'
- 'Los candidatos no son dueños de cómo les perciben los ciudadanos'
- 'Los políticos empiezan a ser una clase aparte y eso provoca distanciamiento'

Con experiencia. Honrado. Diligente. Fuerte. Que sepa arreglar mis problemas. Si tratamos de dibujar el perfil del candidato electoral perfecto con una lista de atributos, llenaríamos folios y folios y, probablemente, no daríamos con los nombres que más se van a repetir en las urnas el próximo 22 de mayo. ¿Qué valoran los ciudadanos? **¿Qué mirada, que actitud, qué mensaje convence a los votantes?**

El análisis exhaustivo de los aspirantes para que den lo mejor de sí no es nuevo pero sigue siendo eficaz. Ya en 1960, un relajado y bronceado John Fitzgerald Kennedy se enfrentaba a un ojoso y agotado Richard Nixon en uno de los debates televisados más célebres de la Historia de las democracias. **Kennedy descansó mientras que Nixon cumplió con decenas de compromisos previos.** Los televidentes decidieron que JFK ganó el cuerpo a cuerpo; sin embargo, los que oyeron el combate por radio prefirieron los argumentos del republicano.

¿Y quién colocó a Obama en la Casa Blanca? Evidentemente, los cerca de 68 millones de electores que votaron por el 'Yes, we can'. Pero ¿y el equipo que tuvo detrás? **"Obama ganó porque montó una logística digna de una invasión militar"**, explica **Álvaro Matud**, asesor de candidatos y responsable del Máster de Comunicación Política de la Universidad Carlos III y Unidad Editorial. "Los equipos estuvieron perfectamente coordinados en cada ciudad. Siempre, **detrás de los grandes candidatos, hay**

Además

- [Charle con el candidato del PP a la Alcaldía de Barcelona](#)
- [Todo sobre las elecciones | Los 'dardos' de Chacón](#)
- [Rajoy ironiza: 'El número de listos es impresionante'](#)

grandes equipos", señala este experto.

Más en los tiempos que vivimos: la crisis económica ha sepultado al candidato estrella que se estilaba en tiempos de bonanza. "En cada momento pedimos a los líderes virtudes diferentes. **Ahora queremos**

'En cada momento pedimos a los líderes virtudes diferentes. Ahora queremos una persona fuerte'

una persona fuerte, que sepa dirigir equipos", afirma este especialista que cree que el mismo caso se está dando en el deporte: "Se habla más de los entrenadores, de Mourinho o de Guardiola, que de los propios jugadores. Influyó hasta en el Mundial de Sudáfrica: **España se planteó que era un gran equipo** y no que hubiera sólo individualidades. Fue una victoria de todos y ellos mismos lo presentaron así".

Pero el 'Waka-waka' está lejos y las pasiones que levantan las corbatas y los trajes grises no tienen mucho que ver con las de los estadios de fútbol. ¿Qué cualidades debe tener un político para considerarse un candidato excelente? Según el profesor de Comunicación de la Universidad de Vigo **José Rúas**, autor del libro 'Manual del candidato electoral' (Catarata), las características esenciales son **personales y profesionales**, y luego de **experiencia**, que evidentemente afecta a las anteriores.

¿Pero un buen político nace o se hace? "Las dos cosas. Los candidatos pueden poseer una serie de cualidades innatas, pero **necesitan modelarlas con técnicas y destrezas**. Un buen ejemplo es el que refleja la película '[El discurso del rey](#)', que tiene el antecedente del filósofo Demóstenes. Era una persona tartamuda que, gracias a meter pequeñas piedrecitas en la boca para forzar y vocalizar, consiguió ser un gran orador".

Escúchese, señor político

Para Rúas, lo primero que debe hacer el candidato que quiere tener éxito es algo tan sencillo como **escuchar su voz y verse en vídeo**. Este docente, que ha colaborado en varias campañas electorales, se ha encontrado con aspirantes de largo recorrido, habituados a salir en televisión, que nunca se habían visto en pantalla. Craso error. "Todos tenemos una reacción negativa al oír nuestra voz, porque no la reconocemos, y a vernos en televisión, que visualmente nos engorda entre seis y ocho kilos. **Los candidatos deben romper con la autoimagen**. Para bien o para mal, **no son dueños de cómo les perciben los ciudadanos**".

Este profesor opina que la imagen que los políticos tienen de sí mismos y la que proyectan en los electores no coincide: "Hay que entenderlo como algo más que la simple apariencia física o la vestimenta. El proceso de construcción de imagen es conjunto: la identidad es cómo tú te defines, pero la imagen es cómo te ven los demás". ¿Y el objetivo? La confianza de los ciudadanos convertida en votos.

'Los candidatos deben romper con la autoimagen. No son dueños de cómo les perciben'

Sin embargo, "hay un 70% del voto que está anclado y que no se deriva de la personificación del candidato", explica **Ismael Crespo**, catedrático de Ciencia Política de la Universidad de Murcia y director del departamento de Comunicación Política de la Fundación Ortega y Gasset. ¿Y el 30% restante? "Ese es **el voto volátil** y, aunque cuantitativamente sea menor, **calitativamente es el que define el resultado electoral**". Trabajo de campo para el aspirante. Carretera, campaña y los menos errores posibles.

"La gran triada, los atributos que debe poseer el candidato, es **credibilidad, experiencia y honestidad**", afirma Crespo, aunque, a veces, esos valores más tradicionales pueden ser sustituidos por otros, "como una determinada visión de un país o una región, o un

nivel de compromiso. Hay ciudadanos que castigan a los candidatos sin experiencia y a veces se da la vuelta y es por lo que más se les valora, como ocurrió con Zapatero en el año 2000 o con 'outsiders' como Collor de Mello en Brasil o Berlusconi en Italia".

Sea más cercano

Aunque, aquí, hay otro asunto importante: la desgana y el hartazgo de los ciudadanos. "Hoy estamos asistiendo a **unos electores enormemente desencantados**. Los datos de intención de voto son desalentadores, aunque finalmente no se hagan reales. La intención es que el voto en blanco triplique el de las últimas elecciones autonómicas", añade el catedrático. Una explicación, además de la crisis y los numerosos casos de corrupción en la última legislatura, puede ser que los candidatos del 22-M son "demasiado conocidos": **"Necesitamos mucha renovación y no sólo de los políticos**. No hay cambios ni en la banca ni en el Consejo General del Poder Judicial ni en los sindicatos. Las crisis suelen ser buenas para que estos cambios se produzcan, pero aquí la clase política empieza a ser gerontocrática".

Una situación similar aprecia el profesor Rúas y la propia encuesta del CIS, que señala a los políticos como uno de los principales problemas de los españoles, además del paro y la crisis. **"Vemos que cada vez hay un distanciamiento mayor"**, asegura José Rúas, que cree que los antiguos estamentos enfrentados clero-sociedad civil han sido sustituidos por políticos-sociedad civil, "como si una clase no formara parte de la otra".

"A nosotros se nos pide que nos ajustemos y vayamos a 110 km/h, pero los eurodiputados no pueden ir en clase turista. Nos dicen que no nos jubilemos hasta los 67 años y, sin embargo, ellos con siete años como parlamentarios cobran la máxima pensión. **Los políticos empiezan a ser una**

'Nos dicen que nos jubilemos a los 67 y ellos con siete años como parlamentarios cobran lo máximo. Empiezan a ser una clase aparte'

clase aparte y eso provoca distanciamiento. **Un candidato gana cuando los ciudadanos le sienten más próximo**. Y ahora mismo, además, España está descabezada en cuanto a liderazgo en los dos grandes partidos", explica este especialista en la materia.

Y lo que les puede acercar a sus potenciales votantes, según Rúas, son lo que denomina 'las tres haches': **"Humildad, honradez y sentido del humor"**. "La vanidad y la arrogancia acaban consumiéndose a los políticos con el tiempo, y con la honradez pasa como con la mujer del César, no sólo deben ser honrados sino también parecerlo. Y el sentido del humor es vital: **en EEUU** tienen contadores de historias y de chistes, **guionistas de series cómicas en nómina**, para algo tan sencillo como **meter notas de humor en los mítines** cada cuatro o cinco párrafos. El humor es la forma más directa y eficaz de comunicación". Y, según su opinión, un elemento poderoso: "Yo a mis alumnos les digo que la mejor arma contra el nazismo fue 'El gran dictador', de Chaplin".

Pero lo que está en el horizonte es el 22-M y una campaña electoral que deberá llegar a todos los rincones. ¿Quién sería el **candidato modelo** en unos comicios que se ven más cercanos que unas generales". **"Para mí ahora mismo es una mujer"**, asegura el experto Álvaro Matud. "Tenemos interiorizado que son las mejores administradoras de la economía familiar: que pueden hacer más con menos y que son **mucho más prácticas y austeras**. Porque todo el mundo sabe que no va a haber dinero, así que no venga ahora el típico candidato varón que quiere hacer un palacio y varias carreteras, sino alguien más eficaz que diga 'vamos a mantener el mismo servicio coordinándonos con el ayuntamiento de al lado' o ideas similares".

Propuestas y sensaciones que hay que transmitir al electorado y saber cómo hacerlo, reconoce Matud, que aquí ve un papel clave

en la gente que acompaña a los cabezas de lista: "Los candidatos tienen que adaptarse a la gente que tiene enfrente para que le puedan entender. No vale contar lo mismo a todo el mundo, sin importar si quienes les escuchan son jubilados o jóvenes. El que comunica bien sabe a quién se está dirigiendo y **no puede dar cientos de cifras macroeconómicas a un grupo de abuelos**". Aquí también es importante la imagen: "Tienen que mostrar su mejor lado, pero no disfrazarse. Y en plena campaña el candidato va de cabeza y de un acto a otro. **No es lo mismo una reunión de empresarios que tomarse una paella**. Al candidato hay que asesorarle en todo momento".

¿Algún político español?

*Las cualidades que se presuponen al candidato perfecto, **credibilidad, experiencia y honestidad**, no siempre señalan al aspirante que revienta las urnas. La comunicación política no es una ciencia exacta y las predicciones sólo señalan características ideales. ¿Pero quién cumple con el retrato-robot entre los españoles? Los especialistas consultados, José Rúas, Israel Crespo y Álvaro Matud, coinciden en que no hay ninguno que responda al aspirante tipo. Aún así destacan a **Esperanza Aguirre** ("su perfil es de marquesado pero su imagen es de cercanía y campechana"), a **Alfredo Pérez Rubalcaba** ("cuando el PSOE lo nombró portavoz es por algo. Es un buen comunicador y genera empatías") y al alcalde de Santander, **Íñigo de la Serna** ("tiene tipo de actor y hasta detuvo a un ladrón"), y la aspirante 'popular' de Logroño, **Cuca Gamarra** ("te tomas unas cañas con ella sin pensar que estás con una política").*

Rentabilidad 3,5 TAE: Cuenta Más Open de OPENBANK

26 » Comentarios ¿Quieres comentar? [Entra o regístrate](#)