

**Fernando Segundo Moya**

## **Comunicación política y elecciones**

**30 sep, 2010**

Sólo basta con escuchar tertulias radiofónicas, ver los debates nocturnos televisivos dedicados a los "affaires" políticos o simplemente estar atentos a los circuitos de información para darnos cuenta que se avecinan tiempos electorales.

Lejos de aquellos tiempos en que un presidente norteamericano ponía despacho en la Casa Blanca a la prensa, que servía de modelo a las teorías incipientes de las Relaciones Públicas. Si lo analizamos bajo una concepción más moderna y organizativa de la comunicación institucional o empresarial, sin embargo no tan lejos.

No parece sino que una de las formas comunicativas de los clásicos gabinetes de prensa, las declaraciones y contradecaraciones, es la más usada y oportuna. Así parecen entenderlo las principales fuerzas políticas. Permítanme que no me refiera a ninguna en concreto por no añadir más leña al caldeado ambiente y por mantenerme equidistante de cualquier influencia.

Y es que también parece que una forma de convencer al electorado final que te garantice el gobierno, es comunicar de esta guisa agresiva el error o estupidez del contrario y ya se sabe que aquí vale todo. Hasta promesas que acabarán incorporándose al programa electoral, para luego no cumplir, como buen programa electoral, que diría el profesor y alcalde Tierno Galván.

Aunque parezca una "boutade" hace ya unos años en mi asesoramiento a fuerzas políticas, procuraba transmitir que la comunicación es ante todo una faceta organizativa, que afecta al conjunto de la organización, y que los mensajes que se deriven de cada uno de los militantes y de sus áreas políticas: sean económicas, jurídicas, medioambientales, urbanísticas, energéticas, etc., han de ser coordinados, homogéneos y coherentes. Lo que implica que la comunicación ha de estar estructurada directivamente, y con los mecanismos e instrumentos oportunos para llegar hasta las células más básicas. Lo que requiere y perdón por las palabras: participación y democratización. Para que exista de arriba – abajo, de abajo – arriba y horizontalmente. Además de estar planificada como corresponde a los actuales tiempos de las Tecnologías de la Información y Comunicación, para llegar de la mejor manera al ciudadano, durante toda la legislatura que en ocasiones será de forma directa, en otras a través de los medios clásicos de comunicación y en otras utilizando las posibilidades de las redes. Sin olvidar la que deberán extender los intermediarios internos, las organizaciones de base y menos base que habrán de servirse de la comunicación planificada interna para extender lo que piensa el partido político.

Todavía me sorprende de algún responsable de comunicación que en un debate parlamentario, da a los periodistas la clásica nota de prensa en papel impreso, exclusivamente. A estos compañeros de profesión, vaya Ud. a hablarles en este lenguaje de Comunicación Integral o Global en las organizaciones políticas, de Manual de Comunicación o de que no han de considerarse exclusivamente en materia comunicativa las acciones, también las pre-acciones y las post-acciones.

En efecto, con la que está cayendo en el patio ("de monipodio") nacional, respecto a la crisis económica, institucional, y de valores (pensemos sólo en la corrupción), a quién hablarle de la necesidad de tener en cuenta preacciones, como crisis interna o de cualquier otro tipo que debería atenderse en un Manual de Comunicación de Crisis, a menudo tan esperadas. O de postacciones, como la de investigar, en especial atendiendo evaluaciones de las comunicaciones vertidas y supuestamente sujetas a acciones estructuradas. Como diría Jorge D'Amato: "el devenir de la historia es impredecible", a fuerza de repetirse yo no estaría tan seguro que sea así, en virtud de lo que nos espera en los próximos meses.