

NOTICIA AMPLIADA



**El Candidato**

**Se trata de una obra útil tanto para políticos como para periodistas.**

## "El Candidato"

Universidad CEU San Pablo

Las claves del "juego" entre periodistas y políticos, reveladas en el libro "El Candidato".

28/2/2008



En la presentación del libro, sus autores, el profesor de la Universidad CEU San Pablo, Julio César Herrero, y el periodista Amalio Rodríguez Chuliá, han destacado que se trata de una obra útil tanto para políticos como para periodistas

Un libro escrito desde la experiencia, sin los rígidos corsés teóricos, que sirva para que "los que estamos en periodismo entendamos a los políticos y que los políticos entiendan a los que estamos en periodismo". Con éste propósito, sale a la luz el libro 'El Candidato', obra del profesor de la Universidad CEU San Pablo, Julio César Herrero, y el periodista Amalio Rodríguez Chuliá.

El marco de la presentación no podía ser más oportuno, tanto en lo que a su localización física se refiere –en la sala de columnas del Congreso de los Diputados–, como por su emplazamiento cronológico en mitad de los dos grandes debates electorales.

Porque 'El Candidato' trata de eso, de ver el modo en que se fragua la inevitable relación entre política y periodismo. Una sinergia de la que recibimos el 'producto finalizado', pero no sabemos nada de sus entresijos. Y en ellos se centran las páginas de 'El Candidato', en "desvelar todo lo que nos empeñamos en ocultar, las técnicas de ese juego que a veces se convierte en un circo", ha afirmado Julio César Herrero.

En esta dinámica de contacto continuo y necesario entre política y medios de comunicación, los debates conforman, tal vez, el momento cúlmine. En este sentido, Herrero no ha dejado de referirse al mantenido entre Rajoy y Zapatero, del que ha lamentado su excesivo constreñimiento a unas reglas previamente pautadas. A juicio de Herrero, que el debate estuviera tan predefinido viene a corregir la idea de que los medios de comunicación sean "el cuarto poder".

Sea justificada o no la atribución de una gran capacidad de influencia a la prensa, lo que es indudable es que la acción política "sirve de poco si no tienen en cuenta a los medios". Así lo ha resaltado el presidente de la Comisión de Libertades Públicas, Álvaro Cuesta.

La inexorabilidad de la utilización de los medios para difundir los mensajes exige del político una preparación, un conocimiento de cuál es la manera más eficaz de comunicar lo que realmente se quiere expresar. Al final, ha explicado Cuesta, lo que sucede es que "el político quiere colar su mensaje", mientras que el profesional de la información trata de llegar a su meollo, "de desnudarlo". Unos y otros usan sus herramientas y de eso va este libro".

Este 'tira y afloja' se produce en un tablero muy determinado. "Ya las mismas condiciones técnicas influyen en la configuración del mensaje". No obstante, Cuesta ha resaltado la importancia de no condicionar a los medios las decisiones políticas. "Es importante reivindicar, en un mundo de medios, la autonomía de la política". Asimismo, es crucial no convertir las intervenciones en un espectáculo. "Hay que evitar la impostura, el narcisismo y la sobreactuación que convierten al periodista y al político en una caricatura de sí mismos". Por ello, ha concluido Cuesta, es preciso no caer "en la simplificación del mensaje"