

Reportaje sobre *El Candidato. Manual de relaciones con los medios.*

Publicada en La Nueva España (Gijón), Jueves 28 de febrero de 2008.

Receta para hacer un buen candidato

El periodista mierense Julio César Herrero desglosa en su libro las claves para dar buena imagen en un debate

Rajoy, durante el mitin que ofreció en Oviedo. L. Murias

Los periodistas Julio César Herrero y Amalio Rodríguez presentaron el martes, un día después del cara a cara entre Zapatero y Rajoy, su libro «El candidato. Manual de relaciones con los medios». En él destripan la praxis de la relación entre los medios de comunicación y los políticos, y se desvelan algunos de los secretos imperceptibles ante las cámaras y los micrófonos. Herrero, mierense, enumera las claves para ser un buen candidato, tanto en un debate como en la vida política: cuál es el mejor perfil, qué temas tratar o cuándo emplear el humor con el objetivo de humanizar y, sobre todo, de persuadir al elector.

Oviedo, Patricia MARTÍNEZ

La pertinencia se revela una condición clave para triunfar en política. Se puede ser irónico e incluso sarcástico si es pertinente, interrumpir si procede y mirar fijamente a cámara si uno está seguro y concentrado. El periodista Julio César Herrero considera la voz, la mirada, las ideas claras y la fresca armas decisivas a la hora de practicar el arte de la persuasión electoral. Herrero es, junto al también periodista Amalio Rodríguez, autor del libro «El candidato. Manual de relaciones con los medios», en el que se abordan estas relaciones desde un punto de vista práctico. El libro fue presentado en Madrid al día siguiente del debate entre Rajoy y Zapatero, en el que quedó de manifiesto la importancia de los asesores. «La asesoría es muy importante. Tiene que partir siempre de cómo es el candidato, no puede hacer cosas que contradigan su personalidad, porque se consigue un candidato artificial», explica Herrero, que considera la fórmula del debate como «una de las mejores oportunidades que tiene el político para dirigirse a los electores». A continuación, se indican algunos de los aspectos más reseñables que todo buen candidato ha de tener en cuenta:

La voz y la mirada.

Según Herrero, lo ideal es «una expresión adecuada de los contenidos bien acompañada del tono y la mirada, que es lo que da la impresión de contundencia». El periodista aplica este consejo a los dos candidatos a la Presidencia. Según su percepción del debate, Zapatero



«puede hacer más uso de la voz, el problema está en que los finales de frase no son del todo redondos.»

Mirar a cámara

El periodista considera que «es muy complicado, los presentadores de informativos leen un «telepronter», pero en este caso no había nada, era un texto memorizado. A juicio de Herrero, Rajoy no debió «mirar a cámara y leer porque son demasiados movimientos y da sensación de desasosiego.»

El ritmo

«El debate en televisión tiene un componente de espectáculo inherente al propio medio; el político tiene que adaptarse a la narrativa de la televisión porque si no lo hace el efecto salta a la vista y el público lo percibe.»

Introducción y conclusión

El autor del manual del candidato señala que estas dos partes del discurso político «son muy importantes, porque la introducción engancha al elector y la conclusión es con lo que se queda». Las introducciones y conclusiones de los candidatos fueron, a ojos de Herrero, «lamentables». El periodista desaconseja una conclusión «tan institucional como la de Zapatero, a pesar de que estuvo muy bien estructurada, pero lo estropeó la última frase: «Buenas noches y buena suerte». Por otra parte, «la niña» de Rajoy fue un «desacierto extraordinario, no fue creíble. Está muy bien crear imágenes en la gente, y en la medida de lo posible personalizar las cosas, pero presenciamos un debate tenso, agrio y no hubo tiempo de transición para lanzar ese mensaje.»

Dos o tres ideas

Un candidato debe esforzarse en que queden claros dos o tres argumentos. Ir más allá «es un absurdo, no sirve de nada.»

El humor

Este recurso es interesante si consigue que la audiencia esboce una sonrisa o media sonrisa. Es más fácil que los argumentos lleguen porque hay menos escudos, se relaja el candidato, el elector tiene menos recelos a escuchar a alguien agradable, ameno y entretenido. Debe utilizarse con criterio, cuando proceda y, sobre todo, si el candidato sabe. El efecto de un político sin gracia es patético.

Las interrupciones

Herrero señala que en los debates en particular «forman parte del juego cuando se plantean como se tienen que plantear, le dan vida al debate siempre que sean moderadas y sistemáticas.»

Tranquilidad

Según Herrero, «la da la práctica. Ese tipo de aptitudes o se tienen de forma natural o para eso están los "media training", para que el político se entrene y se analice.»

Convicción

El periodista considera que más importante que todo lo anterior es «creerse lo que uno está contando.»