



Tiempo de lectura: 4 min.

[Daniel Eskibel](#)

Dom, 28/06/2020 - 13:56

El consultor político Isaac Hernández me entrevistó en su podcast Políticast.

El diálogo fue a fines de abril de 2020 y hablamos de psicología política, de comunicación y de marketing político en tiempos de Coronavirus. Pero además me preguntó por temas más personales y así fue que surgieron mis raíces vascas, el ajedrez, los libros y el cine (entre otros asuntos).

A continuación, un resumen de lo conceptualmente más importante de la entrevista:

¿En qué proyecto te encuentras trabajando ahora?

En este momento estoy trabajando en una campaña presidencial, en la comunicación para un par de empresas y próximo a cerrar acuerdos para una campaña legislativa y otra a Gobernador. Es complejo lo que está pasando en este tiempo porque mi trabajo habitualmente implicaba estar una vez por mes en el país de mis clientes, haciendo allí trabajo presencial durante 4 o 5 días. Pero con la pandemia he tenido que reformularlo todo y desplazar el trabajo íntegramente hacia herramientas de comunicación a distancia como por ejemplo Zoom para reuniones virtuales, Signal para conversaciones confidenciales, Telegram para mensajes rápidos y Protonmail para correos encriptados.

Estas herramientas al final resultan más eficaces y nos permiten a todos optimizar recursos, tanto a mí como a mis clientes. Inclusive en las reuniones virtuales se aprovecha más y mejor el tiempo que en las reuniones presenciales, y además los clientes evitan todos los gastos de transporte aéreo, hoteles y estadías.

Por otra parte también estoy tratando de leer y estudiar mucho porque todo esto que está pasando es un enorme desafío para la comunicación política, las campañas electorales y el marketing político. Además de para nuestro trabajo como consultores, claro.

¿Por dónde deberían los partidos políticos empezar a aplicar la psicología?

Si los partidos y las campañas no conocen la psicología del votante están regalando un terreno que alguien va a ocupar. Ahí tiene que haber un lugar para estudiar las razones y las sinrazones del voto, para profundizar en el conocimiento de los votantes, para posicionar un liderazgo.

Todos los caminos de la política conducen a la mente humana. Todo lo que se hace y se dice en materia política y electoral termina siendo procesado por la mente de los votantes. Y es entonces allí, en la mente humana, donde hay que instalar el mensaje y el liderazgo.

En estos tiempos de pandemia, y en la también dura etapa que vendrá después, la psicología será un arma vital para los partidos políticos. Sin ella no van a poder comprender el nuevo y en cierto modo extraño escenario político que se abre. Y sin esa comprensión fallarán desde la raíz tanto la estrategia como la comunicación. Ya sabes: si eso falla, pues entonces no hay votos.

¿Crees que va a cambiar mucho la comunicación política debido al Coronavirus?

Sin duda que sí. Todavía no sé exactamente hacia dónde, pero estamos descubriendo cosas, cambiando hábitos y todo esto va a ser una gran sacudida para la comunicación política y también para la estrategia.

Estamos en una etapa de grandes transformaciones desde la revolución científico-técnica que se aceleró en los años ochenta del siglo pasado. Hemos quemado etapas a toda velocidad: ordenadores personales en todos los lugares de trabajo y en todas las casas, conexión generalizada a internet, desarrollo de todo el ecosistema de la web, internet en la palma de la mano a través de los móviles, mensajería instantánea, internet de las cosas, redes sociales y nuevos modos de aprendizaje y de relacionamiento.

Hasta comenzado este 2020 no sabíamos realmente cómo manejar toda esta revolución de un modo razonable y productivo. En su conjunto, como especie humana, todavía no encontrábamos el mejor rumbo. Por eso veíamos todavía procedimientos de comunicación de la Edad de Piedra junto con campañas tradicionales ancladas en un pasado históricamente reciente, con campañas novedosas pero poco eficaces y asimismo con campañas nuevas pero efectivas y potentes.

Estábamos en medio de todo eso cuando comenzó a caer el Coronavirus. Todavía no teníamos las mejores respuestas cuando de golpe nos cambiaron todas las preguntas. Y en eso estamos.

¿Qué consejos le darías a los políticos para trabajar mejor su comunicación?

Un manual breve de consejos rápidos iniciales podría ser el siguiente:

Tener siempre muy claro a qué público se va a dirigir. Porque el mensaje es el mismo pero hay que modularlo para que cada público realmente lo pueda asimilar.

Concentrarse en los problemas principales que tiene ese público. Eso es lo que hará que esas personas sientan que vale la pena escuchar a ese político.

Autenticidad. Es necesario que cada cual sea fiel a sí mismo, a su personalidad. No hay nada peor que alguien tratando de ser quien no es.

Comunicar con hechos, con acciones. La trayectoria, la biografía y lo que se hace ante cada situación son de una enorme potencia comunicativa.

Contar historias. Las cifras y los datos sirven de poco si no forman parte de una buena narrativa.

Emocionar. La política nunca fue un frío torneo dialéctico. Ahora menos que nunca. Ahora hay muertos, hay enfermos, hay dolor, hay sufrimiento, hay miedo, hay temor a la enfermedad y angustia ante los problemas económicos. El que no conecte con ese universo emocional quedará fuera de juego.

Mantener un talante abierto, tranquilo, democrático. Mi hipótesis es que en el punto álgido de la crisis a la gente no le importan tanto las diferencias políticas sino que se concentra en sus problemas y en sus miedos, en que se resuelvan y se alivien.

Tener en cuenta que los discursos para diferenciarse son menos efectivos en los momentos más duros de la pandemia. Los tiempos de diferenciación y de confrontación son posteriores, al llegar el momento del balance.

Prepararse para lo que viene. Y lo que viene es una crisis económica de magnitudes no vistas por nuestra generación. Será sobre eso, sobre la economía personal y familiar, la gran demanda popular hacia los políticos.

<https://maquiaveloyfreud.com/coronavirus-psicologia-centro-politica/>

[ver PDF](#)

[Copied to clipboard](#)