

Daniel Rodríguez,

Director Adjunto del Instituto de Comunicación Empresarial

“El contacto directo con la gente sitúa a los electos locales en una posición óptima para comunicar”

Comunicar la acción de gobierno es una responsabilidad de todos los políticos en la que los electos locales parten con la ventaja del contacto directo con los vecinos. Aprovechar la proximidad y desarrollar las habilidades necesarias es una tarea en la que se empeña Daniel Rodríguez, Director Adjunto del Instituto de Comunicación Empresarial, desde el Seminario que imparte en el Programa de Desarrollo de Alcaldes y Cargos Electos.

¿Comunicar es un talento o se puede aprender?

Hay personas que con cuentan con una inteligencia comunicativa natural que les permite comunicarse con más eficacia. Afortunadamente, comunicar es también una habilidad que se puede aprender y entrenar. Nuestra experiencia en el ICE demuestra que con el método y entrenamiento adecuados cualquier persona puede progresar de manera sencilla y rápida.

Desde hace varios años imparte en la FEMP seminarios formativos, ¿cree que los políticos locales españoles saben comunicar a los ciudadanos?

Es habitual que los políticos locales mantengan un contacto directo con los ciudadanos que les permite escucharlos. Esta es una clave que les sitúa en una óptima posición para comunicar con eficacia. También es cierto que debido a nuestro sistema educativo la mayoría de los españoles tenemos una debilidad comunicativa congénita.

¿Qué fortalezas y debilidades aprecia en esas habilidades?

Las fortalezas son la escucha, la cercanía y la comunicación interpersonal con el ciudadano. Como oportunidades de mejora se encuentra la necesidad de planificar y entrenar la habilidad comunicativa. Es necesario otorgar a la comunicación política la influencia electoral que tiene.

Las encuestas dejan ver que los ciudadanos perciben a los políticos como problema. ¿Qué pueden hacer los electos locales para generar confianza?

A través de una comunicación política eficaz se genera confianza, credibilidad, resolución y liderazgo. Es aconsejable que el relato comunicativo de político este en sintonía con su acción de gobierno.



Ante un medio de comunicación, ¿cómo hay que transmitir mensajes?

Recomendamos seguir el principio de las “3 ces”. Trasladar mensajes claros, cortos y concisos. También jerarquizar la información reiterando los mensajes principales y con coherencia con nuestra comunicación no verbal y voz. Los gestos son palabras que influyen aunque no suenen.

Comparecer a toda costa o prodigarse lo justo ¿Cuál es la pauta?

La gestión política exige la responsabilidad de la comunicación pública de la acción de gobierno. El reto es conseguir el equilibrio entre una comunicación constante y sólida de la gestión política y evitar la comunicación-espectáculo o la banalización.

Con las redes sociales ha llegado un nuevo “esca-parate” para los responsables públicos. ¿Es inexcusable tener un perfil?

Hay muchos ciudadanos que ya no se informan por medios convencionales y muchos municipios carecen de medios de comunicación locales. Existen políticos que tienen más seguidores en redes sociales que lectores o espectadores de algún medio de comunicación. Las redes sociales permiten comunicarse con los ciudadanos de manera directa.

Si entre políticos de todo el mundo tuviera que señalar a los comunicadores más eficaces ¿quiénes serían?

En la eficacia comunicativa de un político se encuentra la capacidad para adaptarse a distintos formatos comunicativos; a un pleno del Ayuntamiento, a una entrevista, una rueda de prensa, un mitin o un debate. También es relevante la capacidad para emocionar y persuadir. Barack Obama, ha demostrado esos atributos. ★