

Será mejor que lo cuentas

FOTOMONTAJE DE FUENTES

El libro de moda en determinados ambientes de la vida política se titula ¡Será mejor que lo cuentes!, del que es autor Antonio Núñez, uno de esos cerebros en teoría de la comunicación. La tesis básica, que ha tenido gran audiencia, es que para que surja un liderazgo es preciso crear 'un relato'. No basta con las promesas innovadoras, con los planteamientos más a pie de calle, con las ideas más avanzadas o arriesgadas, en fin, con todas esas indagaciones que suelen hacer los estrategas para suministrar material seductor a los políticos en las etapas electorales... Todo eso queda subsumido en un mundo en que los mensajes se neutralizan entre sí y donde el ruido ensordecedor de la actualidad resta impacto trascendente a ideas y programas que, por otra parte, se reciben con escepticismo a la vista de que por lo general se quedan en la fase de los esloganes.



ÁNGEL MONTIEL

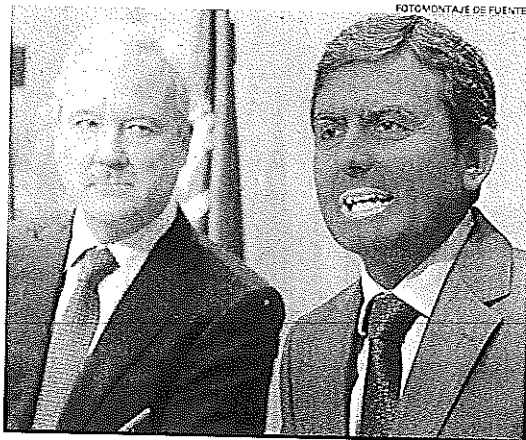


ponga. Es más: lo más persuasivo es no prometer nada. El relato, es decir, la idea genérica que nos hacemos sobre la personalidad del político correspondiente, tiene más fuerza que lo contingente de su proyecto.

El libro, que tiene el formato de esos manuales de autoayuda para empresarios, ha trascendido a lo político, y son ya varias sábanas de *El País* -paradigma de la aceptación de toda novedad teórica-, firmadas por prestigiosos profesionales de la sociología, las que han dado crédito a esta tesis y analizan la realidad política conforme al esquema de la existencia o no de relato.

El 'relato' más emblemático que sancionaría la teoría de Núñez es el de Obama, aunque hay que decir en honor del autor que el suceso se ha producido des-

Las nuevas estrategias políticas, después de lo de Obama, se basarán en la creación de 'un relato' más que en las promesas y discursos tradicionales



¿El nuevo relato de Pedro Saura para ganar las elecciones?

pues. Un político, Obama, que ha llegado al poder sin que apenas se conozca en detalle su programa, pero que ha generado adhesiones pasionales en los más remotos confines y, desde luego, allí donde le resultan más efectivas en el orden práctico. Esa proyección inconsciente de tantos que creen ver en Obama a quien sustenta sus más íntimas aspiraciones -y esto sin que Obama haya hecho mención expresa a ellas- es lo que resulta de esa técnica de 'crear el relato'.

Por la existencia de un relato que los arroja se explicaría la persistencia en el poder de políticos que arrastran enormes contradic-

ciones e incumplimientos. La potencia del relato -es decir, de la historia o la leyenda que lo acompaña- genera unas expectativas, una atención y una emoción que superaría las convenciones tradicionales que en otros tiempos aplicábamos a la vida política.

Esta nueva lectura de la pulsiones que mueven a las masas en relación a los líderes políticos -como también a las empresas o a las marcas- está, sobre todo después de las elecciones en EE UU, en constante manejo en los gabinetes de estrategia de los partidos. A partir de ahora no vendrán a prometernos cosas; vendrán a sugerirnos un relato.