

Lecciones de comunicación

DANIEL UREÑA*

ABC, 19-1-2009

La figura de Barack Obama está llamada a cambiar la Historia de Estados Unidos, pero su influencia llegará también a los líderes y gobernantes de todo el mundo. Una de las consecuencias tendrá que ver con la forma en la que Obama concibe y gestiona su comunicación. El fenómeno Obama responde a un planteamiento estratégico y a largo plazo de cómo construir una marca. Esta metodología de trabajo será estudiada y asumida por líderes políticos en todo el planeta. Uno de los elementos fundamentales de este planteamiento es el poder de la narración. Obama ha sido capaz de contar al mundo sus propuestas a través de una narración, de un relato personal que ha cautivado a millones de personas. En la sociedad mediática actual las historias son la clave para llegar a la gente. Los expertos llevan mucho tiempo hablando del concepto de «storytelling» y Obama parece haberles escuchado.

La fuerza del lenguaje audiovisual es otra de las razones de su éxito. Lo hemos visto en su campaña y lo vamos a seguir viendo durante todos los días de su mandato. Para conectar con las generaciones nacidas con la televisión e Internet el lenguaje audiovisual es el más eficaz. En tercer lugar, Obama nos ha recordado una lección que los antiguos maestros de la oratoria clásica tenían clara: la persuasión a través de las emociones. Obama ha sabido conectar con los sentimientos de millones de personas de todo el mundo. El famoso vídeo del «Yes, we can» es un claro ejemplo de cómo aplicar la gestión de las emociones a la política.

El protagonismo de la gente es otra de sus señas de identidad. Se ha presentado como el presidente que va a dar voz a las personas que hasta ahora no se sentían identificadas con la clase política. Por ello, su campaña se ha construido desde abajo, desde los barrios, las asociaciones de vecinos y, en definitiva, a través de pequeños grupos que sumados han generado un movimiento social sin precedentes. Y en gran parte se ha logrado gracias a la apuesta de Obama por la tecnología. Durante su Administración se espera que la tecnología ocupe un lugar primordial, que tendrá como consecuencia -esperemos- que los demás líderes políticos caigan en la cuenta de que las nuevas tecnologías, bien gestionadas, ayudan a que en las relaciones entre políticos y ciudadanos haya mayor transparencia, más diálogo y más cercanía.

*Director de MAS Consulting Group