

ENTREVISTA A JOHN DEL CECATO, estratega electoral de Barack Obama

"La esperanza vende más que el miedo"

XAVIER MAS DE XAXÀS - Barcelona

LA VANGUARDIA, 12.05.10

John del Cecato vende candidatos. Diseña anuncios que combinan entretenimiento con contenido para que políticos como Barack Obama puedan llegar hasta la Casa Blanca. En los últimos 15 años ha sido un destacado estratega del Partido Demócrata de EE. UU. Esta semana, en Derecho de Esade, ha demostrado que "la esperanza vende más que el miedo".

- Se fija usted mucho en los perros de los candidatos.
- Es importante. Dicen mucho más sobre ellos que cualquier posicionamiento político.

- Los humaniza.
- Para bien y para mal.

- ¿Tan inhumana es la política que necesitamos humanizar a sus protagonistas?
- Sí, no hay duda, y para los estrategas es un reto conseguir que el elector sienta una conexión personal con el candidato.

- Es decir, que el candidato sea creíble.
- Sí. La gente es muy cínica, ya no se cree la propaganda, especialmente si es negativa.

- Y por eso crearon un Obama tan positivo.
- Sí, deliberadamente. Poca gente vota en contra de algo. La gran mayoría quiere votar en positivo, a favor de un proyecto. La esperanza vende más que el miedo, y si eres negativo serás ignorado.

- En tiempos de crisis, es frecuente que los políticos utilicen el miedo para movilizar.
- Sí, pero no es una buena idea. Así movilizan a su base, pero lo tienen muy difícil para conseguir el voto de los moderados, y sin este voto no se puede ganar.

- La crítica constante da alas a los republicanos de cara a las legislativas de noviembre.
- No miran más allá de su propio interés electoral a muy corto plazo. No entienden que la gente está cansada de peleas.

- Wall Street no está cansada.
- No, no lo está. Quiere pelear la reforma financiera. Prefiere seguir como en el salvaje Oeste.

- Y para ello da mucho dinero a los republicanos.
- Sí, pero nosotros no nos quedamos atrás. Mantenemos una amplia red de colaboradores y pequeños contribuyentes.

- Sí, pero muchos electores de las presidenciales se quedan en casa en las legislativas.
- Que no lo hagan es un gran reto.

- Otro reto es la popularidad de Obama, erosionada después de la batalla por la sanidad.

- Pasado el temporal, los norteamericanos empiezan a ver los beneficios de la reforma. Los números de Obama mejorarán, y ya hoy son mejores a los de cualquier otro político, demócrata o republicano. El presidente, además, no se mueve por las encuestas.

- Todos los políticos lo hacen.

- Obama prefiere ser presidente de un mandato y conseguir algo a tener dos mandatos y no lograr nada. Siempre mira a la siguiente generación, no a la siguiente elección, y esto le beneficia.

- ¿Será así en noviembre?

- Va a ser muy difícil. Tendremos pérdidas. Pero si enseñamos a la gente lo que se juega con la sanidad, la economía, la educación y el medio ambiente, entonces no perderemos tanto.

- ¿Cómo lo harán esta vez para llegar a la gente?

- De la forma más directa posible. Con redes sociales, con un vecino convenciendo a otro. Es mucho más creíble, más poderoso.

- Y más barato.

- Sí, y tiene otra ventaja: nos permite escuchar y aprender de la gente. De esta forma podemos hablarles de forma más directa. Es lo que hace Obama.

- ¿Es lo que deberían hacer los líderes europeos, sumidos en la peor crisis que recuerdan?

- Cuando los tiempos son duros y se han de tomar decisiones difíciles que no van a contentar a nadie, lo único que un político puede hacer es hablar de tú a tú a la gente y ser sincero. Esto no quiere decir que su popularidad suba. Lo normal es que no lo haga y no sea reelegido. Pero no tiene otra forma de ayudar a su país. Si demuestra que no intenta sacar ventaja electoral de la crisis, si logra que todo el mundo arrime el hombro, aunque no gane las próximas elecciones, a la larga desarrollará una confianza con los electores de la que, sin duda, su partido se beneficiará.