

Tirada:	<b>520.052</b>	Sección:	-
Difusión:	<b>401.760</b>	Espacio (Cm_2):	<b>528</b>
	<b>(O.J.D)</b>	Ocupación (%):	<b>57%</b>
Audiencia:	<b>1.406.160</b>	Valor (€):	<b>10.087,71</b>
		Valor Pág. (€):	<b>17.560,00</b>
		Página:	<b>68</b>
		Imagen:	<b>Si</b>

01/12/2007

ALMUERZO CON... ANTONIO NÚÑEZ

## “Un político no puede ser un charlatán”

JOSÉ MANUEL CALVO

Aquí, a La Ancha, detrás de las Cortes, vienen muchos congresistas. Si son adversarios, para estrecharse la misma mano con la que se amenazan desde el escaño; si son compañeros de partido —lo más peligroso en el escalafón político, según Konrad Adenauer— para limpiar en los manteles la sangre de los cuchillos.

Es un escenario cómodo, entre merluzas y solomillos: los políticos se expresan con claridad, a veces con gracia. Pero “la cosa cambia fuera del restaurante”, afirma Antonio Núñez, economista, director de estrategia de S.C.P.F, la agencia de BMW—*be water, my friend*—y de la *república independiente* de Ikea, consultor internacional y asesor de empresarios y políticos. “Cuando comen con gente conocida, están en su salsa, se sienten seguros; cuando se dirigen a desconocidos, cambian el registro y se olvidan de las leyes básicas de la comunicación”.

Hacer que llegue un mensaje —político, publicitario— es hoy más complicado. “Somos más escepticos. Y antes había cuatro relatos; ahora hay cuatro millones”. ¿Solución? “Hay que aprender a contar cosas; si no, nadie nos prestará tiempo de atención,

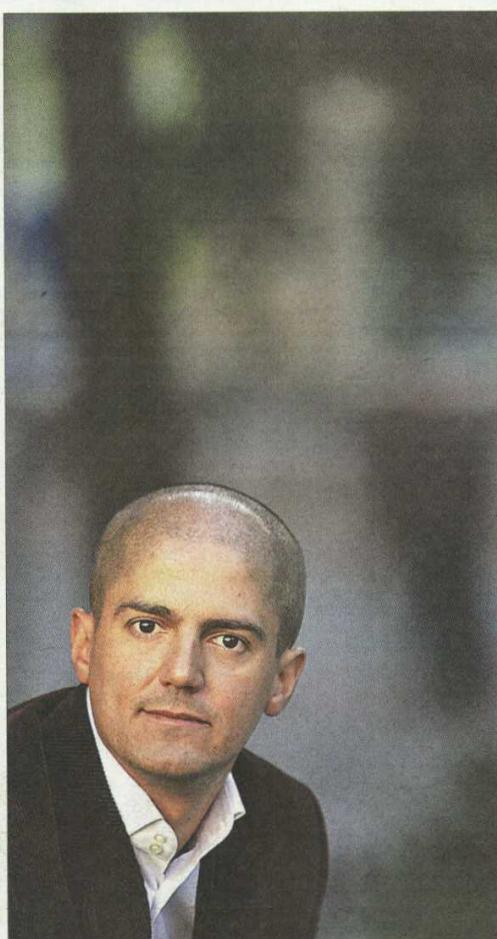
### La Ancha. Madrid

- Croquetas de jamón
- Chopitos
- Salmón a la plancha
- Chivirones en su tinta
- Helados de yogur con crema de higos
- Pan, agua, un jerez y dos cafés

Total: 79,40 euros

que es la moneda social de hoy”, dice Núñez (Jerez, 1970), que vive entre Barcelona, Madrid y Miami y que vuela casi 20 años de experiencia en el libro *¡Será mejor que lo cuentes!*, un análisis del relato como herramienta de comunicación.

«Qué cuentas qué? “Tus conflictos, tus emociones, tus sensaciones... El político que comunica bien no es el arquetipo del charlatán, no puede ser un charlatán”. Y lo que le pasa al político le ocurre —“igual o peor”— al empresario, al cargo público. “Hay países en los que se empieza a considerar una falta de respeto no contar bien las cosas”, asegura Núñez, que cita a Miguel de Cervantes entre rosquillas de la casa y chocolatinas servidas por María José, que ha atendido con



Antonio Núñez, especialista en comunicación. / ÁLVARO GARCÍA

esmero la mesa’31: “Si desa manera cuentas tu cuento, Sancho —dijo Don Quijote—, repitiendo dos veces lo que vas diciendo, no acabarás en dos días: dilo seguidamente y cuéntalo como hombre de entendimiento, y si no, no digas nada”.

El político que seduce es “el que no teme contar conflictos personales, debilidades, el que no niega las emociones. No hay nada como un relato personal, que tenga carga emocional, carga sensorial y conflicto. Un político engancha por sus conflictos”.

Magdalena Alvarez, ministra

Este asesor de comunicación cree en relatos hechos de mitos y metáforas

de Fomento, debería entonces enganchar mucho. Podría, pero al querer ocultar problemas se topa con el rechazo. Si hubiera admitido errores, habría encontrado mucha más comprensión y perdón”. Y manejar un relato es difícil, “porque no está en manos del que lo emite, está en manos de la gente, que lo edita, lo corta, lo pone en su blog, lo deforma...”.

Núñez, que trabajó con chilaba y guardaespalda en Argelia para una bebida competencia de la Coca Cola y asesoró en las elecciones que dieron el Gobierno de Portugal a António Guterres, elige, cuando puede, la política: “Me atrae el reto de comunicar un programa más que las virtudes de un refresco... Es la dificultad de transmitir lo intangible”. Por eso ama las metáforas y se desvela para elegir el mito correcto.