

Cómo ganarte la confianza de un político

Yuri Morejón

No mandamos. Asímelo ya. Si acaso orientamos, acompañamos, sugerimos. Ayudamos. Quienes disponen, deciden y ejecutan son ellos, los políticos y presidentes para los que trabajamos. ¿Asesor o consultor? ¿Trabajar en o trabajar para? Si no lo tienes claro, empieza por deducir dónde, cuándo, cómo y con quién te gustaría trabajar.

En política sucede como en el resto de escenarios cotidianos en los que nos movemos. Sin confianza no hay nada. Nada. Ni amistad, ni convivencia. Ni préstamos, ni voto. Tampoco empleo. Cambia el país, cambian los escenarios y sin embargo los personajes siempre se repiten. Y con ellos sus conductas. Conocer las dinámicas del comportamiento humano marcará la longitud de tu carrera. Primer punto.

Nos apasiona un oficio, el de la consultoría política, que combina datos y buenas dosis de intuición. Sí, de intuición. Si llevas un tiempo en el gremio, reconocerás figurantes, trileros y más de un político frustrado. Huye. Me habrás oído aquí o allá que el éxito o el fracaso dependen en gran medida de cómo los demás nos perciben. Y de las expectativas, añado. Ojo con presentarte como experto. No hace falta que lo seas, ni siquiera que seas el mejor en algo. Sino el más adecuado. Por innovación, rapidez, acabado, rigurosidad, coste... aquello que te aporte más valor.

Yuri Morejón es politólogo, consultor de comunicación pública y director de Yescom Consulting. Autor del documental *"The Human Side of a Leader"* (2014), sobre el lado humano de Hillary Clinton.

O te posicionas tú mismo o lo harán por ti. Es importante que destagues en algo, en un campo específico. Que estés asociado a él. Te buscarán en Google. Encuestas, discursos, debates, relato, spots, imagen, redes... lo que prefieras. Pero, importante, que tengas y evidencies conocimientos y conexiones en otras áreas de la comunicación y la consultoría política. Te ayudará conocer de cerca el deporte, porque en consultoría el equipo también está por encima de las individualidades. Por eso es tan importante quienes te acompañen. Haz agenda. Segundo punto.

Si llevas un tiempo en esto, lo tendrás asumido. *"Saber sin hacer no es saber"*. Los hay más crueles: *"El que sabe lo hace y el que no... lo cuenta"*. ¿Serías capaz de tangibilizar tus servicios y sus resultados?

Hazte valer. Por lo que eres, por lo que sabes, por lo que aportas. Esencialmente por tu metodología, técnica y procedimientos. Y por tus contactos. Aviso: el dinero rápido es siempre el camino más lento.

Sin persuasión no hay influencia. Las evidencias ayudan. No hablamos de medallas y menciones en eventos de reconocimiento y faranduleo entre consultores, sino de fondo y contenido. Bebe de otras ciencias. Neurología, lingüística y cine, te sugeriría. Escribe. Busca nueva tendencias, cercanas y lejanas. Siempre que puedas, proyecta tu perfil pedagógico en medios y congresos del sector. Investiga y aplica. Reformula y enmienda. Permanentemente. Ya estás más cerca de convencerle. Tercer punto.

Te van a exigir que comprendas la idiosincrasia del país o del municipio. La situación del candidato, las circunstancias electorales, las inquietudes de los ciudadanos. Ojo con calcar ese spot de aquella campaña vencedora. Que ayer funcionara allá no significa que hoy lo hará aquí. Inspírate, claro que sí. Pero adáptalo. [Archivo Electoral](#) es una herramienta estupear para nuestro trabajo.

Somos puentes de ida y vuelta. De ahí nuestro valor. Pareciera que nuestro trabajo consistiese únicamente en acercar al político y sus mensajes a la ciudadanía, cuando es esencialmente lo contrario. Esa capacidad sensitiva es la que te convertirá en referente. Cuarto punto.

Te pagan fundamentalmente para que extraigas lo que la mayoría no ve y, sí, también por lo que la mayoría no se atrevería a decir. La franqueza cotiza al alza en las relaciones de confianza. Con la experiencia aprenderás a ser crítico sin complacencias.

Sólo en 2015 distintos procesos electorales involucrarán a más de 320 millones de ciudadanos entre España y Latinoamérica.

Trabajo hay, el reto ahora es ganarte la confianza del candidato.

La convicción es algo que se percibe. Y que genera seguidores. No se trata de ser vehemente, sino de ser consistente. Apenas llevo 12 años en la cosa y, lejos de lo que pudieras pensar, valoran más tu versatilidad que tu fidelidad ideológica. Palmeros hay muchos. Generarás recelo, sí, pero sólo influirás si demuestras sensatez y criterio propio.

Si quieres repetir, discreción. ¿Te agradaría que tu médico o abogada pregonara tu caso? Los políticos aprecian especialmente a los consultores que no hacen ruido al entrar ni al salir. Los que son capaces de integrarse en equipos de campaña, en respetar con eficacia el tiempo del candidato y con soltura el espacio, entorno y ambiente de trabajo. Aunque como nos recuerda *Frank Underwood* en la ficción, "*a veces, la mejor manera de ganar el respeto de tus superiores consiste en desafiarlos*". Quinto punto.