

Tiempo de Carnaval



POR Koldo
Mediavilla

APESAR del tiempo transcurrido, la tradición judeocristiana ha conseguido que en nuestro calendario vital sigan teniéndose en cuenta tradiciones que antaño marcaron las vidas de las generaciones anteriores. Ahí está, por ejemplo, el Carnaval, en contraposición a la cuaresma, los cuarenta días de vigilia y reflexión previos a la llamada "semana santa". El Carnaval tiene como elemento distintivo de su origen el desfogue social, y dentro del mismo, la transformación de los individuos que mutan su personalidad escondiéndola bajo ropajes y máscaras.

Todos en algún momento hemos tenido la necesidad de disfrazarnos para, aunque sea por un rato, dejar de ser nosotros mismos y transformarnos en otra cosa. Atavíos variados, clásicos, vinculados a la actualidad, a personajes famosos. Hay quienes no necesitan gran cosa para transformarse. Tuve un amigo —ya desaparecido— que era feo de narices. Feo no, difícil de mirar. Era, como definiera Quevedo a Góngora, "un hombre a una nariz pegado". Tenía unas fosas nasales prominentes y adosadas a ellas un bigote que le llegaba a ambos lados de la cara. A eso se le unía que el sujeto era miope por lo que tenía la necesidad de portar gafas.

Total, que él, que era una buenísima persona al tiempo que un tipo muy gracioso, solía decir que en Carnaval no necesitaba ni careta, ni antifaz. Le bastaba con la goma elástica que sujetaba la máscara a las orejas. Sus compañeros de cuadrilla, cabrones ellos, le llamaban *nocheviejo*. Siempre parecía disfrazado. Humor de país.

La imagen, la percepción que una estampa genera en los demás, es fundamental en todos los ámbitos de la vida que tengan que ver con el público. En ocasiones no nos damos cuenta pero, por mucho que valoremos la profundidad, la idoneidad o la equivocación de unas ideas expresadas verbalmente, nuestro subconsciente atiende más al envoltorio, al continente que al fondo o contenido de lo que contempla. Según todos los expertos en comunicación, en un discurso, el 55% de la audiencia retiene las sensaciones transmitidas por la información no verbal. Es decir, lo que percibe visualmente. Otro 38% de los espectadores se queda con el tono del orador y solamente el 7% del público valora el contenido de lo dicho. Solo el 7% valora y señala el fondo del mensaje emitido verbalmente.

De ahí la importancia por controlar todos los elementos sensitivos de una aparición pública.

Marta Pontnou es la profesional estilista que desde hace un tiempo ha conseguido que la imagen pública de los representantes de EH Bildu haya cambiado sustancialmente. Ella, una profesional que ha transformado la estampa de dirigentes catalanes como el president Aragonès o los más destacados portavoces de Esquerra Republicana, es plenamente consciente de que la percepción y el aspecto con que los representantes políticos se presentan al público es funda-

mental en la comunicación política moderna. Más allá del discurso, la imagen es lo primero que se tiene en cuenta. El envoltorio del mensaje debe ser atractivo si se pretende el interés de la gente.

Pontnou ha sido, junto la disciplina interna de una organización que no admite errores, la responsable del éxito en conseguir un nuevo look en la izquierda abertzale. Según ella, los dirigentes de EH Bildu "han tomado conciencia de que son un partido moderno y progre y entienden que la vestimenta es muy importante. Están haciendo una transformación grande. Apuestan por un look ejecutivo, más profesionalizado."

No hay duda del cambio. La radicalidad ha adoptado aires burgueses. Americanas por doquier. Nada de sandalias o de zapatillas deportivas o de montaña. Siempre zapatos y, además, de cordones o de hebilla. Tampoco calcetines multicolores. Fuera el negro en las camisetas, abrigos o en las corbatas. Ese es un color reservado al luto o a la noche. Y, sobre la gestualidad, nunca deben esconderse las manos en la espalda. Deben mostrarse siempre pero no cruzar los bra-

zos en las fotografías; es un síntoma de enfado y de inaccesibilidad.

El nuevo porte de la imagen pública de izquierda independentista se aplica a rajatabla. No hay mitin sin las camisas bien puestas. Sin el público conjuntado. Sin un "tiro de cámara" estudiado y una grabación editada que aportará a los medios de comunicación. Especial cuidado, como era de esperar, han tenido a la hora de construir y cuidar la imagen, la apariencia, del "candidato".

Arnaldo Otegi repitió hasta seis veces en uno de los últimos actos públicos, la palabra "profesor" para identificar a Pello Otxandiano. Y ese atributo de docente es el que se ha pretendido acentuar en su presencia pública. Ya no es el dogmático analista elegido en 2016 para alimentar la "refundación" de Sortu. La chaqueta, la camisa en tonos claros, las gafas con montura estilizada, refuerzan su perfil de doctor ingeniero en telecomunicaciones, un cliché que pretende obviar —y en ocasiones lo consigue— la tradición política e histórica de la que procede y forma parte destacada.

En lo que respecta al discurso, este es una continuidad del cliché de docente. Parece buscar aguas no agitadas por la radicalidad. Apelaciones generalistas a grandes acuerdos de país, a necesidad de consensos, a objetivos *bienquedistas* de cambios tranqui-



los, de alternancia en el poder y vocación por denunciar los fallos del sistema —siempre achacables al partido gobernante— sin plantear fórmulas concretas para su posible resolución. Música armoniosa, sin letra que la ajuste, surfeando una ola con el viento a favor,

Será difícil encontrar puntos débiles en un planteamiento tan abierto. La falta de definición de medidas, el cómo llevar a cabo la transformación pretendida es una carencia criticable pero también es un rasgo populista que le permite salidas fáciles y no demasiado exigentes.

Sin embargo, en ese afán de poca concreción se aprecian vacíos. En su intervención en el Forum de Nueva Economía, el denso discurso de Otxandiano, plagado de citas que buscaban titulares periodísticos, no mencionó en ninguna ocasión el término *personas*. Es como si su programa estuviera dirigido y pensado en la colectividad, no en los individuos. Y es que la *inhumanidad* que subyace en sus intervenciones, su falta de empatía con lo individual, esconde un dogmatismo ideológico innato en el personaje. Por no hablar del jardín en el que él solo se metió al calificar a ETA de un “ciclo político en este país”, si bien matizó “que afortunadamente se ha dejado atrás”.

ETA, su violencia, el injusto daño provocado por su acción terrorista, puede ser muchas cosas pero nunca un ciclo, y mucho menos político. Se esperaba más claridad en quien pretende ser la “nueva cara” de la Izquierda Abertzale. De momento, no lo ha sido.

Pero quien piense que ahí va a encontrar la brecha en la que pretender resquebrajar la opción electoral de EH Bildu se equivoca. Trece años después de la desaparición de ETA de la escena vasca, ha hecho que en muchos pensamientos su traumática intervención haya pasado al registro del pasado. Por suerte o por desgracia, ni ETA ni la violencia por ella ejercida son un factor que determine el comportamiento electoral de los vascos. Para una mayoría, su mención suena como quien cita a Franco, a los reyes católicos o a Juan Sebastián Elcano. Historias del pasado que en nada influyen en sus inquietudes de hoy.

El problema que puede encontrar esa aparentemente exitosa *nueva marca* que luce una EH Bildu estilizada es, quizá, su artificialidad. Nadie duda de que el papel que ahora interpretan tenga un buen relato, una buena imagen, una buena publicidad. Pero, en el fondo de su sentido político, en su alma organizativa está la tutela de Sortu. El abrigo de quienes, como respuesta a la problemática de la vivienda no han dejado espacio a Otxandiano y no han tenido complejo de *okupar* a la fuerza dos pisos en Donostia. Es la custodia de la heredera del MLNV, la misma Sortu de Ernai.

Detrás del *moderado* Otxandiano y de su campaña electoral está Larraitz Ugarte, la directora de comunicación de la formación. Larraitz Ugarte, la misma que provocó la denuncia falsa e injustificada del caso Bidegi, ahora exonerado en vía judicial. Y en el fondo de armario donde se guardan las chaquetas americanas de hoy, está la misma Sortu que lideró Fernando Barrera y que hoy le mantiene en su candidatura europea.

Vivimos tiempos de Carnaval. Momentos de imagen, exposición y de impostura. Pero no olvidemos que tras el martes de Carnaval siempre llega el miércoles de ceniza. ●