



asociación comunicación política

## **Entrevista a Román San Emeterio, responsables de campaña electoral de UPyD**

### **1. ¿Podría citar dos elementos diferenciales respecto a la campaña de 2011?**

Para nosotros serán unas elecciones muy novedosas. Hay un nuevo UPyD, un nuevo equipo y un nuevo candidato a la Moncloa, Andrés Herzog. La campaña será, eso sí, pegada a la gente, como siempre hemos hecho.

### **2. ¿Cree que la aparición de los nuevos partidos ha obligado a los partidos llamados 'tradicionales' a esforzarse más en el desarrollo de las campañas?**

El esfuerzo está, fundamentalmente, en adaptarse a las formas y hábitos de comunicación e información de los españoles, unos hábitos que evolucionan tan rápido como la tecnología. Este esfuerzo es más fácil para los partidos que, como UPyD, surgieron en esos canales y es ahí donde los partidos tradicionales tienen que ponerse las pilas.

### **3. ¿Cuál va a ser la estrategia de comunicación de su partido?**

Mostrar el nuevo UPyD, un partido valiente y capaz que ha marcado un antes y un después en la política española, un partido que se encuentra más unido que nunca y representado a la perfección por su líder Andrés Herzog, un héroe moderno, un defensor que no ha dudado en enfrentarse a los poderosos que abusaban de la confianza y buena fe de los españoles.

### **4. ¿Qué destacaría de su candidato? Cite también una cualidad positiva de alguno del resto de candidatos de otros partidos.**

De Andrés Herzog destaco su inteligencia, su valentía -ampliamente demostrada en múltiples causas defendiendo los intereses de los españoles-, la constancia -sin duda heredera de su espíritu deportivo-, su capacidad de entrega y el conocimiento profundo de nuestro país. Me viene a la mente mientras le respondo una frase que le oí hace unos días "*los españoles, si nos queremos un poco más, si nos lo creemos, no tenemos límites*". Ese es Andrés. Responder sobre Andrés Herzog me ha sido fácil, sería muy osado por mi parte mencionar cualidades de personas que sólo conozco a través de los medios de comunicación.

### **5. Si las elecciones anteriores fueron las de Facebook, Twitter, Youtube, Whatsapp... ¿cuáles cree que serán las innovaciones tecnológicas de esta campaña electoral?**

Van a volver a ser las redes sociales, sobre todo Facebook (aunque también Twitter) las que marquen la diferencia. Mentions, Q&A y vídeos en Stream son herramientas de Facebook que su propio algoritmo potencia, por lo que generan mucho *engagement*. El omnipresente Whatsapp se impondrá a

Telegram. Y puede que Youtube ceda algo de terreno a favor de Vimeo. No está claro el arranque de Periscope y otras herramientas similares.

**6. ¿Qué considera, a su juicio, que es “lo mejor” y “lo peor” de las campañas electorales?**

Las campañas electorales se basan en promesas que nadie cumple y en acosar y atosigar al votante potencial, que termina harto y escéptico repitiéndose un mantra: “a ver si acaba ya”. Las mentiras electorales, eso es lo peor. Lo mejor es saber que se puede hacer de otra manera, que se puede, como UPYD hace, demostrar que se hace lo que se dice y se dice lo que se hace, basta con tirar de hemeroteca para comprobarlo.

**7. ¿Cree que deberían fomentarse más debates electorales televisados entre los candidatos, como en Estados Unidos? ¿Estaría a favor de que asistieran más de dos candidatos\* como recientemente hemos visto en Reino Unido o las primarias republicanas estadounidenses? (por ejemplo, aquellos candidatos de ámbito nacional que las encuestas les den representación).**

Por supuesto que me parecen interesantes los debates a varias bandas que vayan más allá del uno contra uno. Los debates son el único ámbito en el que las diferentes propuestas políticas pueden ser defendidas y confrontadas por los candidatos en igualdad de condiciones, y si son televisados alcanzarán al máximo de personas. Son una herramienta democrática esencial que a algunos (los que tienen más que perder) no interesa. Sobre los participantes, creo que tanto la representación pasada como la potencial deben ser tenidas en cuenta. Y no descartaría la participación de público y de periodistas haciendo preguntas.

**8. ¿Tienen sentido las campañas electorales cuando vivimos en “campaña permanente”?**

Aunque uno quiera mucho a su madre es bonito celebrar su cumpleaños. Quiero decir con esto que para mí sí tienen, conceptualmente, sentido. Lo que no tiene sentido es el tipo de campaña que se hace hoy en día, campañas en las que el dinero parece que lo compra todo. Es pertinente recordar que si un partido obtiene representación su campaña le saldrá gratis pues la pagaremos “en diferido” los españoles con nuestros impuestos.