

La chompa de la comunicación

*Por: * Lic. Juan José Larrea
Jefe de Prensa del Ombudsman Nacional - Argentina*

Evo Morales ha llamado la atención de casi todo el mundo en su gira por cuatro continentes. Ha despertado curiosidad, incluso, en aquellos que no viven atentos a las noticias y a la coyuntura nacional o mundial. Inició la polémica por sus atuendos (teóricamente) no protocolares y la prensa internacional toda ha dedicado bastante espacio a sus viajes y visitas a personalidades de primer nivel, como tal vez, no lo haya hecho con otros mandatarios.

Luego del triunfo en las elecciones con el 54% de los votos, la más alta mayoría obtenida por un candidato desde que regresó la democracia a Bolivia en la década de los ochenta, Morales logró estar en boca de muchos y no por lo que decía sino por su vestimenta. Una chompa (como se llama al suéter o jersey en Bolivia) a rayas en su audiencia con el Rey Juan Carlos en la Zarzuela de Madrid, jeans negros en su encuentro con el Presidente Jacques Chirac en L'Elysée de Paris, una chaqueta de cuero con el Presidente Hu Jintao en el Palacio del Pueblo de Pekín, camisa mangas cortas con el mandatario argentino, Néstor Kirchner, entre otros.

Claro está que habrá personas autorizadas en calificar el proceder de Morales. En la oportunidad solo se analizan algunos aspectos de la comunicación que se provocó. Su vestimenta ha separado las aguas en el concierto mundial del protocolo. Unos a favor, algunos neutros y otros en contra. Están los que tildan a Don Evo de irrespetuoso para con sus anfitriones. No obstante, otros afirman que la visión tradicional de los conceptos del protocolo no refleja de ninguna manera la identidad que Evo Morales quiere proyectar. El diario ABC le dedicó un artículo crítico, que mereció una respuesta del premio Nóbel de Literatura José Saramago donde sostuvo que las críticas a Morales demuestran la "soberbia estúpida de los pueblos civilizados".

Definitivamente la forma de vestir de Morales, no solo desató polémicas en varios medios de comunicación del mundo que se preguntan si un primer mandatario puede lucir un *look* tan informal. También el interrogante que se presenta es saber si no fue un gesto ir a ver a mandatarios con chompa y en camisa de mangas cortas. De hecho, todo comunica o al decir del español Joan Costa (prestigioso especialista en comunicación) todo significa, hasta el detalle de la ropa. En comunicación política la imagen de máximas autoridades y empresarios agasajando a un hombre a punto de ser presidente que luce chompa y/o jeans es fuerte. Sus fotografías recorrieron el mundo de forma instantánea. Pero en todo esto hay algo muy cierto: la comunicación de su identidad a la población mundial ha logrado que muchísimos sectores y países aumenten su conocimiento sobre Bolivia a muy bajo costo e incluso hasta envidiable para aquellos que no lograron lo mismo en giras similares y con gastos faraónicos. Por supuesto que la duda se

ciñe en saber si Morales premeditó cada uno de sus pasos y conocía sobre la dimensión mediática internacional que su imagen y su país lograrían. El segundo gran interrogante sería, con el tiempo, descubrir si semejante comunicación se traduce en réditos para los intereses de su pueblo.

En principio han sido diversos los beneficios que la chompa le ha traído a Evo y su pueblo. El sueter de alpaca que lució el líder boliviano es orgullo en sus tierras y muestra los tejidos de calidad que produce su país y que hoy conocen en casi todo el mundo. La famosa chompa a rayas se prepara para inundar las tiendas de moda, en pleno auge de la Evomanía, un estilo informal y que puede llegar a convertirse en la imagen del futuro presidente. En poco tiempo se podrán adquirir en Bolivia (ya hay pedidos desde el exterior), y según el fabricante el jersey original no es ciento por ciento lana de alpaca, como se ha comentado, sino mezcla con fibra acrílica, "más sencilla y también más barata", de tal forma que costará entre 70 y 80 bolivianos (aprox. 10 dólares), un precio razonable para la población boliviana y prácticamente el mismo que Morales pagó por ella en la ciudad central de Cochabamba. ¿La gira de Morales, aumentará la exportación?

Según afirma Norberto Chaves (autor del libro "La Imagen Corporativa") la identidad es el conjunto de atributos asumidos como propios y que constituye el discurso. Partiendo de esta base la identidad de Evo Morales no coincide ni refleja la impuesta por el protocolo. Desde un punto de vista comunicacional la realidad de la persona del electo presidente de Bolivia es muy distinta y cambiarla en su gira hubiera teñido o distorsionado su identidad reflejando en el colectivo social de su país y el mundo una imagen extraña a su persona. Morales ha prevalecido el fondo de los temas ante las formas. Su mensaje habría sido fuerte, claro, posicionando una personalidad propia e identidad sólida y principios a la vista como lo han sido (y salvando las grandes distancias) en su momento la boina del Che, las camisas floreadas de Mandela, el verde olivo de Fidel, la túnica de Gandhi, entre otros.

La chompa de lana, tejida con 54% de votos y aproximadamente el 70% de necesidades básicas insatisfechas en Bolivia, ha dejado en segundo plano (¿adrede?) las conversaciones que mantuvo con líderes políticos y empresariales durante su gira. Allí, bajando el tono a sus discursos de campaña, explicó y transmitió tranquilidad a los temores de nacionalizar la industria del gas y petróleo haciendo peligrar la inversión externa, llamando a las empresas multinacionales de energía como "socias" y afirmando que "en nuestro Gobierno no sólo vamos a respetar la propiedad privada. Vamos a garantizar que los inversionistas privados puedan recuperar la inversión. Y también tienen derecho a las ganancias". Pocos razonaron, en el afán de la abrigada chompa, que Morales no viajó a Estados Unidos.

La corbata es un invento del pueblo croata, cuyos militares presentaron en París, en 1660. En nuestros días muchos la utilizan para diferentes ocasiones (trabajo, fiestas, luto, entre otros) denotando a simple vista una suerte de elegancia como solía decir Cayo Petronio a quien Nerón lo consideraba el *arbiter elegantiarum*

(árbitro de las cosas elegantes). Pero una imagen de elegancia no es sinónimo y garantía de sinceridad, respeto, responsabilidad, etc. En el libro "No Logo" la canadiense Naomi Klein describe violaciones a los derechos humanos realizadas por grandes empresas internacionales de renombre donde el trato y la condiciones de trabajo para con sus empleados se convierte en degradación. La mayoría de los responsables en las diversas compañías que cita el libro, utilizan corbatas.

Si Morales en su gira hubiera vestido saco y corbata como algunos reclaman, entre otras cosas, no hubiera existido el misterio en el mundo sobre cuál sería la vestimenta a usar el día de su asunción como presidente. Y, ¿se estaría hablando de él?. Lo que sí se puede afirmar es que de haber optado por una indumentaria tradicional (saco y corbata), hoy muchos no sabrían que Bolivia produce una variedad de finas fibras de alta calidad reconocidas mundialmente y que representan el 25% de la exportación manufacturera, entre otras cosas.

Por supuesto que falta mucho camino por recorrer y resulta apresurado evaluar en esta instancia el estilo personal de comunicación mostrado por Evo Morales. Su estilo irá limando o mutando algunas asperezas con el tiempo. La gran incógnita reside en descubrir si profundizará su estrategia de comunicación (pensada o improvisada) con llegada masiva y efectiva como la alcanzada hasta ahora.

*Juan José Larrea, es Licenciado en Comunicación Social y Periodista. Desde 1997 se desempeña como Jefe de Prensa y Difusión del Defensor del Pueblo de la Nación Argentina. www.jjlarrea.com/