



marketingdirecto.com

el portal para el marketing, publicidad y los medios

9 mayo 2015 · Digital



## La comunicación 2.0 del PP y PSOE se olvida de lo más importante: conectar con el ciudadano



Los partidos políticos y las Administraciones Públicas están en pañales en lo que se refiere a cercanía con los españoles a través del mundo digital. Y es que según considera Juan Merodio [www.JuanMerodio.com](http://www.JuanMerodio.com) uno de los mayores profesionales en España e Iberoamérica en Marketing y Web 2.0 así como Redes Sociales, “está claro que a pesar de que lo intentan, sobre

todo en períodos de cercanía electoral, no saben o no consideran de interés, un canal de suma importancia como es el mundo digital de cara a conectar con los ciudadanos”, dice Merodio.

Para dicho conferenciante y consultor internacional **no basta con estar en Internet, hay que hacerlo al 100%**, y salvo raras excepciones, “los principales partidos, administraciones o instituciones solo se preocupan por aparentar ser digitales”. Para muestra pone tres ejemplos:

1. La web del PSOE [www.psoe.es](http://www.psoe.es) a la cual define con un adjetivo: “terrible”. Para este profesional **“al diseño anticuado del portal se suman los contenidos apelmazados**. Por no hablar de la frase memorable: “pulsas en los banners”, es para darle un premio al ideador de esta cita creativa”. Además también le sorprende que el partido de Sánchez Castejón diga tener [Whatsapp](#), para recibir información del grupo. “Me pregunto si se apuntará mucha gente. Lo dudo, no solo por el tono que se usa, que intenta darle humor pero sin conseguirlo, ya que el contexto no acompaña, y luego te obliga a rellenar un formulario que más que darte de alta en Whatsapp parece que estás optando por una oferta de empleo”.

2. La web del Partido Popular [www.pp.es](http://www.pp.es) que resume como “egocéntrica”. Aunque Merodio reconoce que **está mejor que el resto de partidos “lo cual no es difícil” a nivel de diseño cree que es muy mejorable**. “Basta con ver el exceso de azul corporativo, que llega a resultar incómodo para la vista, o el constante goteo de noticias del partido en detrimento de la interacción con el usuario”. Para complementar esta falta de cultura digital Merodio añade un ejemplo más: el reciente mensaje de su presidente Mariano Rajoy, como YouTuber, en mangas de camisa el cual “es mera estrategia de comunicación pero logra nula credibilidad. Es más próximo a un monólogo cómico. Se trata de egocentrismo partidista y de no usar el sentido común para obtener mejores resultados y según el cual hay una regla básica: las estrategias que funcionan son las que involucran a los ciudadanos”.



3. La [web del Ministerio de Empleo](#) que **Merodio define como analógica y cero digital**. “Dicho portal deja para el futuro la comunicación bidireccional con el usuario. Además las redes sociales son también con noticias institucionales, y si entras en su [canal YouTube](#) se observa que los vídeos tienen poquísimas visualizaciones, resultado de contenidos que no generan interés. Algo que a día de hoy, tal y como está la situación, deberían reforzar bastante. Por último dicho profesional destaca que nos encontramos con una web al más puro estilo de los años noventa “¿Les gustará lo retro?”, se pregunta Merodio. “El ciudadano como siempre para el final, de hecho tiene una sección que pone atención al ciudadano y si entras te encuentras un teléfono de centralita, una dirección y un mal formulario de registro, ¿eso es atención al ciudadano?”, finaliza Merodio.