

KARL ROVE

LOS CONSULTORES ODIADOS

Imma
Aguilar



Imma Aguilar Nàcher es asesora en campañas electorales y
asesoría de gobierno en Perfil Público (@immaaguilar)

Los consultores políticos no somos los protagonistas de nada. Ninguno debemos serlo. En todo caso, somos responsables de lo que hacemos. Y lo que hacemos es guiar las decisiones políticas con el objetivo de que el resultado genere una percepción positiva en los destinatarios de las decisiones: los electores.

Nos podrán echar la culpa de los desastres o ponernos la medalla de los éxitos, pero no será cierto.

En muchas ocasiones, los consultores arrastran la fama de sus asesorados e incluso cargan con la mala fama para limpiar la imagen del líder. Es el caso de Karl Rove a quien admiro y odio a partes iguales. Como él, otros consultores que han acabado imputados en delitos de corrupción, arrastrados por las mentiras que ellos mismos construyeron para sus clientes, o simplemente que pasan a la historia cargando con la mochila negra para que el político pueda tener su escultura homenaje.

A Karl, con su aspecto tan blanco, sus ojos azules, su fina piel y el pelo rubio, nunca le gustaron los negros y tuvo que ser Obama quien condecorase a soldados muertos latinos y afroamericanos que habían quedado olvidados de la historia. Pero una cosa es la realidad y otra el manejo de la realidad que Karl Rove tuvo entre manos en el mandato de George W. Bush. Una de sus acciones publicitarias más famosas es el recorrido presencial y personal que le hizo hacer al presidente casa por casa a recordar a los soldados negros muertos cuando visitó el estado con mayor número de afroamericanos. Les entregó un diploma conmemorativo.

Rove tiene una biografía poco conocida, más allá de que en su tierna infancia descubriera que no era hijo del que creía su padre y de que su madre terminó ella misma con su vida. Su primera esposa le duró poco y a partir de la segunda, poco más se sabe de su vida familiar. Cabe pensar que, como a la mayoría, no es la vida privada el eje central de su relato personal. Nació en 1950 en Denver, Colorado, y desde muy temprano mostró su necesidad de estar en los núcleos de poder, pero en los de poder republicano. Con 10 años hizo campaña por Nixon contra Kennedy. Fue presidente del consejo de estudiantes del Olympus High School y estudió en Ciencia Política con una beca de mil dólares en la Universidad de Utah, mientras hacía prácticas en el Partido Republicano. Pronto pasó a ocupar cargos en el Colegio Nacional Republicano en el que impartía formaciones donde explicaba cómo hacer campaña sucia a los líderes republicanos más jóvenes. De ahí en adelante ocupó cargos, podríamos decir, orgánicos del partido.

Con George Bush empezó haciendo tareas menores y un buen día de 1973 tuvo que llevarle las llaves del coche a su hijo, que estaba de vacaciones de estudios en la Harvard Business School. Y allí se encontró al muchacho Bush con sus botas de cowboy al que habría de llevar a la presidencia de los Estados Unidos. Primero tuvieron que pasar por la fracasada campaña en la que se impuso Ronald Reagan. Karl Rove fue despedido y asediado con las filtraciones a la prensa.

El mismo año en que su madre se suicidó fundó su propia empresa, Karl Rove and Co. con la que hizo

innumerables campañas enfocado a la especialidad de la recaudación de fondos, cosa que hacía usando de manera magistral el correo ordinario. Enviaba cartas muy largas y aparentemente poco convincentes, pero la segmentación de públicos y el sobre incluido para el envío del donativo de vuelta, le hizo alcanzar el éxito con su técnica de marketing de *targeting*. Su primer éxito fue llevar a Bill Clements a la Gobernatura de Texas por dos veces a quién le escribió “el arte de la guerra consiste en una motivada y perspicaz defensa, seguida por una ataque rápido y audaz (Napoleón)”. Esta cita usada en ese preciso momento de su carrera marcó la reputación de uno de los consultores que nos ha enseñado lo más sucio de las campañas.

Karl Rove vendió sus empresas para dedicarse en cuerpo y alma a la candidatura presidencial de Bush. Su filosofía se basaba en rodearse de los mejores, de un mailing directo perfectamente segmentado y de su estrategia de conseguir muchos votos en los tres últimos días. Como asesor principal del presidente de los Estados Unidos se convirtió en decisivo en la estrategia de la Casa Blanca.

Lo que podemos aprender de Karl Rove es su obsesión por la precisión y el desdén absoluto por el azar y la intuición. La eficiencia para Rove era tener control de todas las magnitudes tanto de financiación como de voto hasta en el más pequeño de los rincones. Admirado es también por su gran habilidad para controlar todos los procesos y aspectos de las campañas. Nunca dejaba nada a otras cabezas que no sea la suya. La visión global y general hace de él un estratega imbatible. Otro de sus grandes valores es fijarse en episodios de la historia para tomar decisiones, cosa poco habitual en la consultoría política, es por ello que Rove aporta enfoques decisivos en las decisiones de estrategia.

Sabía Karl Rove crear marcos lingüísticos para llevar los debates al rincón del ring más favorable a su púgil y presentar los temas en forma de propuesta positiva, así que los ataques quedaban para otros que no fuera el candidato. Fue también uno de los primeros consultores que testó y apreció el valor de las tecnologías.

Es uno de los “spindoctors” que pasará a la historia por sus zonas de penumbra, cuando no de oscuridad extrema. Maneja como nadie la contracampaña y la usa de manera descarnada sobre todo en las primarias, como esa pregunta que hizo incluir en una encuesta a votantes en la que les planteaba si estarían dispuestos a votar a un candidato que había tenido relaciones con lesbianas, o cuando acusó a McCain de tener un hijo negro ilegítimo, cuando lo que había era una adopción por parte del matrimonio. Incluso llegó a entrar con falso nombre a la sede demócrata para robar papel con el logotipo con el fin de repartir panfletos con ofertas electorales falsas en refugios de personas sin techo. Manejaba como nadie argumentos racistas, clasistas y homófobos para inquietar a sus votantes. Su moralidad deja bastante que desear.

Nuestro protagonista nos ha enseñado muchas cosas y también lo podemos odiar con ganas y con razón por su falta de ética. Sus asesorados siempre le querrán porque no sólo les hizo ganar elecciones sino porque cargó con la suciedad que todo candidato autoriza a mover si tiene posibilidad de ganar con ese método. Ahora Karl Rove hace análisis políticos en *Fox*, *Washington Post* y *Newsweek*.

