



EL ARTE DE CONSTRUIR CAMPAÑAS ELECTORALES EXITOSAS

JAMER CHICA

Abogado y consultor político
(@jamerchica)

La política en el mundo actual, es un ejercicio que debe repensarse y reconstruirse constantemente, lo cual exige de las personas que interactúan en su dinámica, conocer la metodología bajo la cual funcionan sus premisas. En este sentido, las campañas electorales giran en torno a las necesidades que presentan el contexto político y las tendencias fomentadas desde las diversas escuelas.

Antes del nacimiento de la democracia, la política ya existía como un elemento de gobierno que utilizaban las monarquías, el cual complementaba la estrategia como un factor determinante para establecer su mandato perpetuo, por esta razón, la política era

netamente horizontal entre los diversos tronos, toda vez que omitía la participación de los demás individuos.

Ahora bien, los procesos políticos cobraron mayor relevancia con el surgimiento de la democracia, toda vez que estos se extendieron hacia otros sectores sociales e involucraron tanto a los gobernantes como a los gobernados en una interacción bidireccional, conllevando a que las personas participaran masivamente en la toma de decisiones y adoptaran otro tipo de dinámica para elegir a sus mandatarios.

La transición entre un sistema de gobierno y otro no fue óbice para que los asesores políticos desaparecieran, por el contrario, cobraron mayor importancia en los procesos que antecedieron a la elección y posterior a la misma, fortaleciendo de esta manera su presencia en las campañas electorales y en la fase gubernamental, consolidando además, la asesoría estratégica en los distintos momentos dentro del ciclo político.

Hoy en día, se puede decir que la política al igual que cualquier proceso, exige un replanteamiento constante por parte de los actores involucrados. Es decir, las campañas políticas, como un ejercicio previo al establecimiento de un gobierno, deben cimentarse sobre los paradigmas y realidades sociales, culturales y económicas. Una campaña electoral no puede tener un lineamiento perpetuo ni la misma fórmula en cada periodo.

En este sentido, una campaña que no cuente con elementos gerenciales y de planeación estratégica está condenada al fracaso. No podemos seguir haciendo la política de la misma manera que una década atrás. Los cambios tecnológicos y culturales han influido de manera determinante para concebir nuestras campañas. Hoy contamos con un elector más informado, con mayores herramientas tecnológicas y con unos rasgos sociales diferentes. Esta dinámica nos plantea entonces la dicotomía entre seguir haciendo la política de forma tradicional y obsoleta, o darle un giro y retomar el quehacer político de una manera más profesional y con instrumentos idóneos para ello.

Una campaña electoral es un proceso oneroso que requiere asumir herramientas gerenciales tendientes a reducir la probabilidad de perder. Por consiguiente, es necesario y fundamental conocer las posibles amenazas o desviaciones que puedan torpedear el proceso, razón por la cual, la improvisación no tiene cabida dentro de ninguna de las etapas de la misma.

En este sentido, la gerencia estratégica es netamente necesaria dentro de los procesos electorales, es imperativo realizar el diagnóstico interno y externo que permita conocer de primera mano la realidad a la que nos enfrentamos con el único fin de tomar decisiones de manera oportuna; igualmente es fundamental y no menos importante, establecer un diálogo directo con el electorado, razón por la cual, la investigación es un requisito *sine qua non* del proceso, que no debe ser discrecional en su aplicación.

Cuatro pilares de una campaña electoral

Desde el inicio de una contienda política, se puede constatar cómo al interior de cada una de las campañas se ejecutan repetidamente las mismas acciones encaminadas a lograr una probable victoria en las urnas. La mayoría de candidatos y campañas comienzan con la proliferación de publicidad política, la agenda de visitas, la difusión de su programa de propuestas y el desarrollo del plan de medios de comunicación. Éstas, entre otras acciones, se convierten en el guion general de todas las organizaciones políticas.

Ahora bien, la planeación estratégica se caracteriza por ser escasa en la mayoría de campañas, toda vez que las mismas cometen similares errores y actúan de forma uniforme en virtud del guion establecido y referenciado en líneas anteriores. En este sentido, es necesario que el director general de la campaña tenga presente por lo menos los siguientes cuatro pilares, que le ayudarán a planear de una manera más estratégica la campaña y que a la postre, generarán mejores resultados:

1. Conocer al candidato
2. Conocer al adversario
3. Conocer al electorado
4. Conocer la elección

¿Qué implica conocer al candidato?

Se debe conocer exhaustivamente a nuestro candidato. Identificar rápidamente sus fortalezas y sus falencias nos permitirá diseñar un plan de contingencia frente a cualquier amenaza que provenga del área rival.

De igual manera, es preciso establecer las virtudes del mismo candidato para saber en qué momento se puede hacer uso de ellas y aprovechar las oportunidades que genera el contexto de la elección.

¿Qué significa conocer al adversario?

Al adversario lo debemos conocer mejor que a nosotros mismos. Es bien importante identificar frente a quién estamos luchando. Esto nos ayudará a formular la estrategia y replantear la táctica cuantas veces sea necesario.

¿Por qué debemos conocer al elector?

El elector es el personaje más importante de la elección. Es a quien cada candidato pretende enamorar y de quien aspira obtener su apoyo a través del voto. Por eso, es bien importante conocer su contexto, su forma de actuar, sus gustos, sus necesidades, sus problemáticas, su estilo de vida, entre otras.

¿Por qué es importante conocer la elección?

Cada elección es una nueva historia. Si bien se debe aprender de ejercicios anteriores, el gran error que se comete al interior de muchas campañas es establecer los mismos parámetros para todas las contiendas electorales. Por esta razón, no se deben utilizar fórmulas similares en todas las elecciones, toda vez que cada una proyecta esquemas de planeación diferentes.

Fundamentar nuestra campaña política bajo los anteriores cuatro pilares, no sólo marcará la diferencia frente a las demás campañas en cuanto al desarrollo de acciones estratégicas, sino que a su vez traerá resultados significativos frente al común denominador en las justas electorales.

En conclusión, las campañas políticas no deben omitir la implementación de la estrategia, toda vez que esta es el corazón del ciclo político, ni mucho menos descartar el acompañamiento de un personal idóneo y capacitado para coordinar cada una de las etapas dentro de la contienda. El quehacer político debe surgir hacia un campo cada vez más profesional y es responsabilidad del candidato, como dueño del proceso, brindarle tal importancia.

En este sentido, cobra gran trascendencia la premisa: “Dime qué campaña tienes y te diré que candidato eres”.