

Extrema personalización de las campañas políticas

Ibiza Melián
4 enero, 2011



Categoría: Marketing Político

Con la irrupción de la revolución industrial surgen los [partidos de masas](#), con el objetivo de dar cabida en sede parlamentaria a una nueva clase social, [el proletariado](#). Pasando así del inicial «[Estado Liberal de derecho](#)», tras la abolición del Antiguo Régimen, donde predominaban los partidos de notables o de cuadros,

al «[Estado democrático de derecho](#)». Derivando en postrera instancia en el actual «[Estado social y democrático de derecho](#)».

Los partidos de masas se fundamentarán en la captación masiva de afiliados, tendiendo a la burocratización y a la profesionalización de sus dirigentes, con el consiguiente distanciamiento de las bases. **Organizaciones que evolucionarían progresivamente a la vigente fórmula denominada “*atrapa-todo*”. Las cuales terminan por diluir sus [idearios](#) en pro de hacerse con el máximo número de votos, donde la figura del líder alcanza el papel estelar. Imagen potenciada y amplificada gracias al apoyo de los medios audiovisuales como la televisión.**

El candidato es el absoluto protagonista, debiendo exaltar sus virtudes y disimular sus defectos. Cuidando el máximo número de detalles: comunicación no verbal, timbre de voz, retórica, apariencia física, vestimenta,...Convirtiéndose en un actor que trata de [convencer](#) a sus adeptos por medio de la televisión. **Mas la estrategia a emplear variará dependiendo de si se encuentra en el periodo de campaña permanente** (el espacio de tiempo existente entre dos legislaturas y donde el electorado escoge mayormente su opción) **o [electoral](#)** (el corto periodo que precede a los comicios, en el que se busca apelar a los indecisos).

Los políticos utilizan la televisión con el fin de lograr notoriedad. Pero su presencia ya no se basa exclusivamente en informativos, tertulias o debates. Emergen con fuerza, imitando al formato norteamericano, el infoentretenimiento. Programas cómicos que tocan igualmente asuntos de la actualidad política. Un hecho, relativamente innovador en nuestro país, lo pudimos comprobar durante la campaña a las elecciones autonómicas de Cataluña, celebradas el 28 de Noviembre del 2010. Donde Artur Mas (CIU) ó José Montilla (PSOE), fueron entrevistados en el programa de “BuenaFuente” de la Sexta.

Otro tipo de espacio que adquiere considerable relevancia son aquellos donde el público interpela a los dirigentes invitados. No obstante, éstos han de prepararse con sumo cuidado para ello, pues una inadecuada respuesta puede denotar una excesiva lejanía con respecto a la ciudadanía. Todos recordaremos aquel *Tengo una pregunta para usted* de TVE, en el 2007, donde el presidente del Gobierno, José Luis Rodríguez Zapatero, no supo acertar el precio de un café,

quedándose muy por debajo de su valor estimado, lo que suscitó largos ríos de tinta.

Si bien la táctica utilizada varía en tanto en cuanto se mantengan por delante o detrás de las encuestas. Así en el caso de los debates suele pasar que el que va por delante se niegue a intervenir en el mismo, porque piensa que tiene poco que ganar y mucho que perder. Ocurrió en la campaña a las elecciones generales del 2004, donde el líder del PP, Mariano Rajoy, declinó participar, presumiblemente asumiendo una factible victoria que posteriormente se truncó.

También los roles, según se esté gobernando o en la oposición, son claramente dispares. Tratando, quien se encuentra en el último caso, de enfatizar en la diferenciación y en la necesidad de cambio. Sin embargo, jamás [el candidato](#) critica personalmente al adversario, ya que se identifica por parte de la opinión pública con un aspecto negativo. Transfiriendo este cometido a otros.

Y es que los políticos pretenden influir constantemente en la agenda de los medios, opinando sobre aquello que les conviene y haciendo caso omiso a lo que les importuna. Resultando habitual que en las ruedas de prensa ni siquiera se acepten preguntas, para no salirse ni un ápice de los planes de comunicación diseñados por los [asesores políticos](#) de las formaciones.