

## **QUIENES NECESITAN CAPACITACION EN MKT POLITICO**

La capacitación en marketing político apunta a que la gente esté mejor: a través de una buena comunicación entre los políticos y el electorado, se logrará mayor bienestar para la ciudadanía en general.

De esta premisa sigue el siguiente objetivo de la capacitación, que es gobernar mejor. Un gobierno que sabe comunicar bien, que implementa un diálogo fluido con la gente, gozará de niveles de apoyo y aprobación para su gestión que un gobierno poco comunicativo no obtendrá. Hoy en día, la gente exige que sus gobernantes comuniquen sus proyectos y sus acciones, y no aceptan actitudes poco explícitas por parte de los mismos. Por este motivo, no se puede escindir de la comunicación de gestión, y decimos que "gobernar es comunicar".

Antes de llegar a gobernar, sin embargo, hay que ganar las elecciones. Y el éxito en una campaña electoral claramente requiere que los participantes de la misma estén capacitados en marketing político. Las campañas electorales son cada vez más competitivas y sofisticadas: ya no basta con seguir modelos convencionales de campaña para ganar, cuando los contrincantes están capacitándose en las nuevas técnicas de comunicación que se han desarrollado.

Nuestros seminarios, conferencias, escritos académicos u otros modelos de capacitación tienen como objetivo también delinear ciertos parámetros que enmarquen esta profesión. Asimismo, proveen a los participantes oportunidades de contacto personal.

Por otro lado, para los especialistas en esta área, la capacitación en marketing político tiene el objetivo de desarrollo profesional y de negocios. Esto no tiene por qué ser visto como algo negativo, sino que por el contrario, en la medida en que el área de capacitación gane mayor profesionalismo, los mayores beneficiados serán no sólo los políticos y los gobernantes, sino que los ciudadanos en general.

A continuación hacemos una descripción de las personas que deben ser capacitadas en MKT Político:

a) Gobernantes y sus equipos. Para lograr una buena gestión, basada en un diálogo fluido entre gobierno y ciudadanos, es fundamental que no sólo los que gobiernan y sus equipos de comunicación estén capacitados en marketing político, sino que sus equipos también tengan estos

conocimientos. Los ministros, secretarios, y voceros de las diferentes áreas de un gobierno deben saber cómo escuchar a la opinión pública y cómo responder adecuadamente a los pedidos de la gente, para lograr llevar a cabo gestiones exitosas. La capacitación interna, es decir, de los integrantes del gobierno, es fundamental para desarrollar una comunicación integral de parte del gobierno, para evitar incoherencias en versiones oficiales sobre un mismo tema hacia el público y de esta manera presentar un frente unido oficial. Cuando se logra esto último, el gobierno gana mucho liderazgo frente a la opinión pública, como también poder frente a diferentes organizaciones, lo que le permite hacer más.

b) Candidatos y sus equipos. Está claro que una campaña política /electoral es una campaña de comunicación por naturaleza. Y como se menciona arriba, el marketing político es una profesión en creciente profesionalización, que requiere de sus partícipes ciertas disciplinas y la incorporación de varias técnicas. Desde la oratoria hasta la publicidad, pasando por la prensa y los eventos de campaña, es muy aconsejable que los candidatos a cargos electivos y sus equipos tengan un conocimiento substancial de las áreas que hacen a la comunicación, y que se sientan cómodos en el manejo de las mismas. Abundan ejemplos de buenos candidatos, o sea, de candidatos con buenos antecedentes para gobernar, con buenas ideas y propuestas, pero cuya falta de capacitación en marketing político les impidió de llegar al cargo por el cual competían. En el contexto mediático en el cual se desenvuelven la gran parte de las sociedades hoy en día, no saber comunicar bien es el tendón de Aquiles de un candidato, como también de sus colaboradores.

c) Personas con experiencia que elaborar. El marketing político no es un área que cuente con muchos años de estudio e investigación, sino que es algo más bien de carácter experiencial. Generalmente quienes se capacitan lo hacen mayoritariamente en la práctica, en el transcurso de sus múltiples experiencias. Este es el caso tanto de políticos como de sus asesores. Sin embargo, es muy útil poder complementar estos conocimientos prácticos con estudios más teóricos a través de cursos y seminarios que enmarquen las diferentes áreas de una campaña en formatos más ordenados y estudiados. Los mismos les permiten a quienes tienen experiencia para elaborar sistematizar su know-how y sacarle mayor provecho en futuras campañas.

d) Periodistas/ Académicos/ Observadores. Aunque estos profesionales no participen directamente en campañas políticas o de comunicación de gobierno, es bueno que sí tengan un buen conocimiento sobre el

marketing político, ya que por su interés en el tema, las siguen de cerca, opinando sobre su desarrollo y/o estudiándolas.

e) Otros. En muchos casos, conocimientos sobre marketing político pueden ser de gran utilidad para personas del ambiente corporativo, o de organizaciones sin fines de lucro y otras no relacionadas directamente con la política. La capacitación en marketing político en estos casos puede brindarles a profesionales en áreas no políticas herramientas de comunicación alternativas a las que generalmente poseen. La política es un ámbito creativo y muy competitivo, que invita a la comparación con la guerra, y a los ejemplos de cómo se han logrado avances industriales acelerados durante las mismas, que luego se han puesto al servicio de fines pacíficos.

### **Quienes pueden capacitar**

a) Consultores. El consultor político capacita en las áreas más generales de marketing político, como la estrategia, la comunicación, la organización. Su conocimiento más amplio e integral le permite brindar un marco más global sobre los esquemas de comunicación política.

b) Técnicos. Dentro del marketing político se desempeñan una variedad de técnicos que se dedican a las áreas puntuales de una campaña. Estos profesionales comparten sus conocimientos sobre temas como investigación, publicidad, organización de eventos, manejo de crisis, uso de Internet, etc.

c) Políticos. El punto de vista de los propios políticos es muy útil en la capacitación de marketing político, pues ellos/as pueden aportar sus conocimientos y experiencias de primera mano que fueron acumulando a lo largo de varias campañas. Sobre todo, ellos le pueden dar sentido al tema.

d) Académicos. Los académicos que se dedican al estudio del marketing político aportan conocimientos de tipo teórico, los cuales sirven para reflexionar sobre la evolución del área en cuestión, para hacer análisis comparativos a lo largo del tiempo y entre diferentes partícipes de una misma campaña, para estudiar diferentes aspectos metodológicos desde un ángulo más formal, etc. Estos estudios son útiles para la capacitación pues son complementarios a los aportes que hacen los consultores, los técnicos y los políticos. Suelen ser enfoques más críticos, y por ende saludables.

## **Modelos de capacitación**

- a) En campaña. La manera más directa de capacitarse es la misma práctica, o sea, la participación en una campaña. Toda campaña arma su equipo para desarrollar la comunicación, y este sirve como modelo práctico de capacitación.
- b) En gobierno. Algo similar ocurre desde el gobierno. Por lo general, los gobiernos tienen voceros y secretarías de comunicación, y muchos ministerios también cuentan con sus propios equipos. Integrar estos equipos es una manera de capacitarse en la práctica en el área de marketing gubernamental.
- c) Partidos políticos. Los partidos tienen organizaciones permanentes que en si mismas ofrecen un modelo de capacitación de marketing político, pues de cierta manera podemos decir que están en campaña de manera constante.
- d) Fundaciones/ Organizaciones internacionales. Los organismos de esta naturaleza que se dedican a temas políticos también son un modelo de capacitación, con un esquema más estructurado, dependiendo del tipo de fundación u organización en cuestión. Las fundaciones generalmente potencian la capacitación de los partidos, ya que representan ciertas líneas políticas a nivel más internacional y consiguientemente, como parte de sus objetivos tienen la capacitación de los partidos que los integran, y tienden a seguir determinadas líneas ideológicas.
- e) Asociaciones profesionales. Las asociaciones profesionales como la WAPOR (World Association of Public Opinion Research) ofrecen oportunidades de capacitación más técnicas, ya que nuclean a organizaciones y empresas de determinadas áreas específicas del marketing político. Otras asociaciones de consultores ofrecen oportunidades de capacitación menos técnicas, pero más amplias, al permitir el intercambio de experiencias. Estas incluyen ALACOP (Asociación Latino Americana de Consultores Políticos), IAPC (International Association of Political Consultants).
- f) Consultoras y centros. Consultoras políticas y centros de consultoría política organizan seminarios de capacitación, de corta duración y



"Cuestión de Talento en las Decisiones"

características técnicas, agrupando una variedad de profesionales que actúan en marketing político. Su objetivo, además de brindar capacitación, es hacer negocios, algo que en sí mismo no suscita objeción alguna desde el punto de vista de la calidad de la capacitación, o del modelo. Este modelo tiene la ventaja de ser pluripartidario, lo que ofrece una interesante oportunidad de analizar la comunicación separada de la ideología.

- g) Academia. Los académicos, ya sean en las clases que dictan o a través de sus publicaciones, ofrecen otro tipo de modelo de capacitación. Un punto a remarcar aquí es la importancia que reside en lograr un consenso acerca de la diferencia entre los conocimientos teóricos de un académico y los conocimientos prácticos de un consultor, quien tiene experiencia directa en el campo de acción, y acerca de los riesgos de confundir los roles.

Si deseas tener mas información sobre nuestros cursos, seminarios u otros eventos de capacitación escríbenos a: [capacitacion@ovispo.com](mailto:capacitacion@ovispo.com)