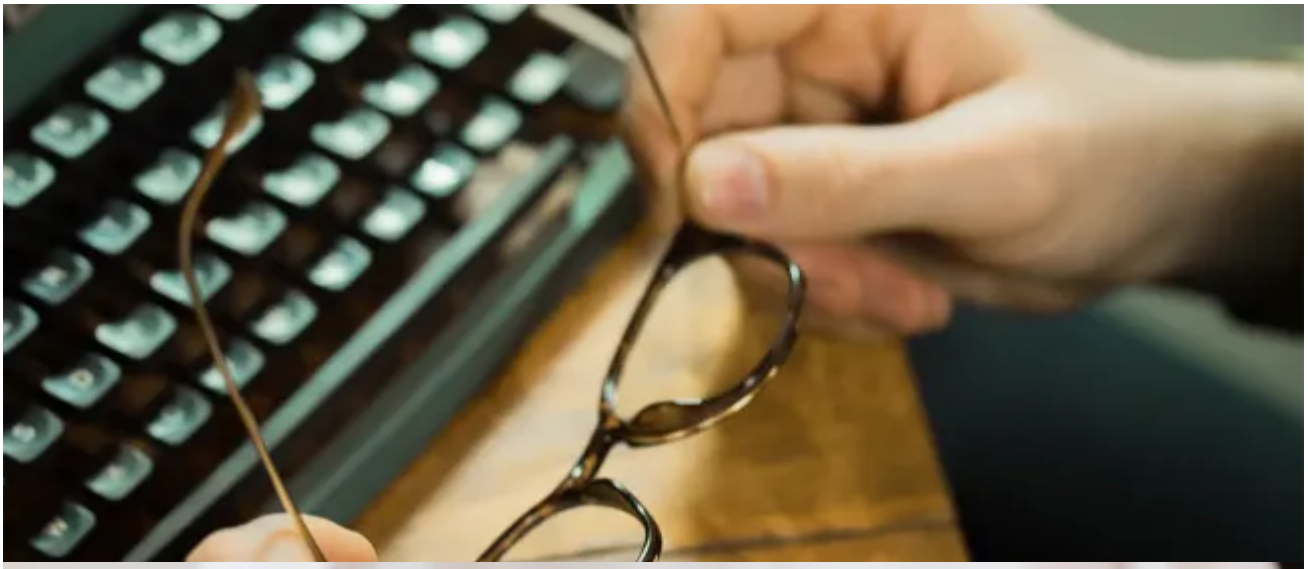

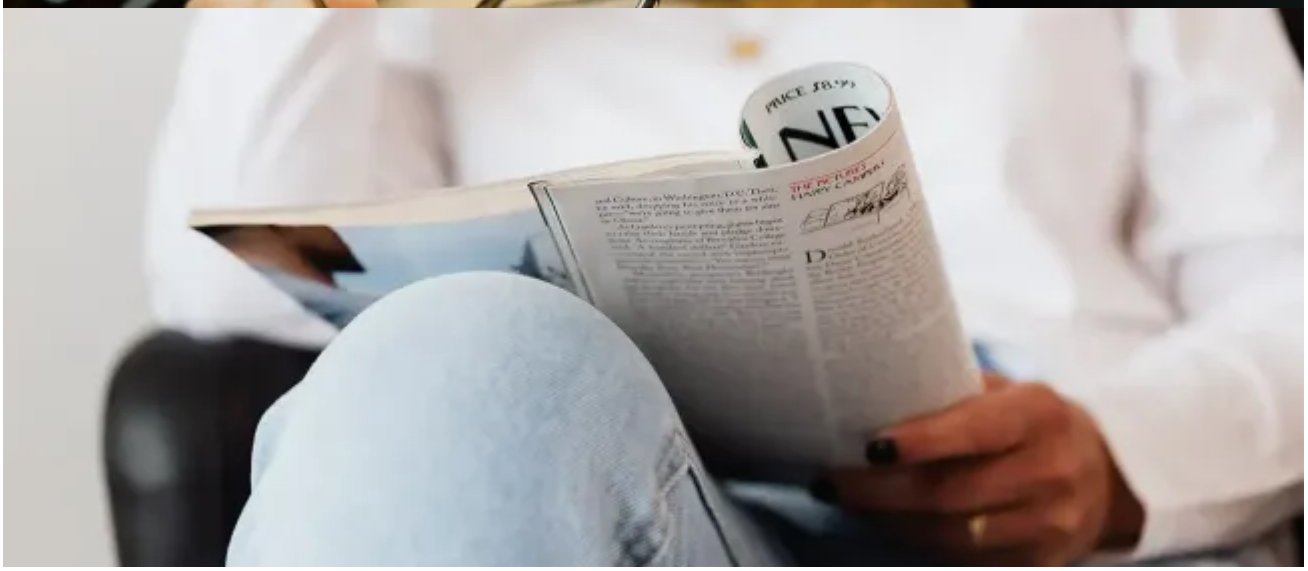

Tiempo de lectura: 3 min.

Marcos Hernández López

Mié, 15/09/2021 - 10:02

En tiempos electorales si pensamos en los ciudadanos como los protagonistas de las elecciones desde sus nodos y redes, se podría reducir la distancia y la incredulidad entre la clase política y los electores, apuntando construir unos métodos de debate que incluyan lo relevante para la mayoría y pongan en juego lo que es de trascendencia para la gente. Quizás logremos que los procesos electorales en el caso venezolano la participación del ciudadano en lo público sea otra vez significativo.

Las estrategias electorales empiezan en la biblioteca, es fuente de información, sobre todo en lo referente a los datos histórico político del país, región o ciudad que

se desea estudiar, de los propios manuales y estudios de elecciones, de los mapas electorales, de los resultados obtenidos en las anteriores elecciones o de encuestas. Candidatos o candidatas no olviden nunca que el diseño de las estrategias de su campaña electoral se inicia visitando las hemerotecas, elemento este muy significativo para que la memoria de los políticos, propios y extraños, no les juegue una mala pasada. Recordemos que uno es dueño de sus silencios y esclavo de sus palabras.

“No hay campaña sin estrategia, no hay estrategia sin estudio de opinión”. La estrategia es el componente fundamental de la organización de una campaña electoral. Saber qué hacer, dónde, cómo y con quien es el objetivo para desarrollar aquí. Estrategia es pensar, es construir ideas, no hacer. A eso le llaman táctica. La estrategia se concreta a través del Plan de Campaña, a veces conocido como manual de campaña. Éste es un documento escrito, no público y solo conocido por poca gente dentro del comando de campaña, creado para cumplir la misión de definir las estrategias que direccionan hacia el colectivo electoral.

Para explicar que es una estrategia de campaña, quisiera establecer analogías entre el concepto militar y las campañas políticas, esta última mucho más pacíficas, claro está, a pesar de que como dijo Winston Churchill: «La política es más peligrosa que la guerra, porque en la guerra sólo se muere una vez». Si vinculamos lo anterior con el proceso electoral del próximo 21N, las estrategias juegan un espacio significativo para la sobrevivencia política-electoral. En una campaña electoral todas las decisiones finales son y serán parte de las estrategias que se orientan a buscar únicamente votos, no importa el medio o la manera como se impongan.

En el mismo orden de ideas, la brecha y abstención se combaten simplemente con estrategias. Estos son dos escenarios complejos que todo comando de campaña debe tener presente si un aspirante está situado con una brecha muy significativa y estratégicamente juega a la abstención. Seguramente le estará dando jaque mate a su oponente. Ahora bien, si un candidato está perdiendo por una brecha importante y la abstención baja, estaremos hablando de probabilidades de una victoria no segura. En un momento electoral la brecha y la abstención son el tema fuerte o mejor dicho desafíos que deben resolver todos los jefes de campaña.

La tendencia histórica de la abstención de las elecciones regionales se mueve entre 45% y 47%. Un candidato a alcalde que tenga una brecha de hasta 10%, por el corto tiempo de la campaña pudiera proyectarse su triunfo; sin embargo, todo va a

depender de la naturaleza política del contexto electoral y la maquinaria política - electoral que tenga su comando. Es más fácil proyectar victorias en regiones con características urbanas a las que tengan aspectos rurales, el voto reflexivo mueve la brecha y muchas veces baja la abstención.

Brecha y abstención, la primera se ataca a través de estrategias y diversos análisis fácticos y científicos para localizar sus fisuras y la segunda se puede resolver con presupuestos epistemológicos de la psicología social y política que apunten a potenciar la motivación de ir a votar el próximo 21N.

Para los especialistas en materia electoral, la abstención se evita. Las respuestas, aunque parezcan retóricas, deberían de ser muy sencillas: a) volviendo a los electores protagonistas de la elección; b) acercando a la política y a los políticos con la gente; c) poniendo algo relevante en juego; d) entendiendo los nuevos paradigmas y formas de actuar de la sociedad.

Presidente Hercon Consultores

hernández hercon@gmail.com

Twitter: @Hercon44 / IG: @hercon44

10 de septiembre 2021

Hispano Post

https://hispanopost.com/palabras-claves-21n-brecha-vs-abstencion/

ver PDF
Copied to clipboard