

El político y su identidad más allá del marketing



Tiempo de lectura: 3 min.

[Daniel Eskibel](#)

Mar, 04/09/2018 - 16:43

El 12 de junio de 2005, en la ceremonia de graduación de la Universidad de Stanford, Steve Jobs brindó uno de los discursos más memorables de las últimas décadas. Allí contó 3 historias, la primera de las cuales es conocida como conectar los puntos.

En esa parte del discurso Jobs repasa varios puntos de su recorrido vital:

Madre soltera que lo da en adopción

Padres adoptivos que lo envían a la universidad

Abandono de la universidad por parte del confundido Steve

Asistencia irregular a unas pocas clases que le parecían interesantes

Entusiasmo por la caligrafía

Mientras transitaba por esos puntos de su vida, aquel joven no percibía que esos puntos estuvieran conectados y tampoco imaginaba que lo condujeran hacia alguna parte. Pero 10 años después, mientras diseñaba la primera computadora Macintosh, ahí por fin todos los puntos se conectaron y todo tuvo sentido para él.

No pueden conectar los puntos mirando hacia el futuro -explica Steve Jobs a los flamantes graduados de la Universidad de Stanford. Solamente pueden conectarlos mirando hacia el pasado. Por lo tanto, tienen que confiar en que los puntos de alguna manera se conectarán en su futuro.”

Unir los puntos.

De eso se trata.

La enseñanza es aplicable a la vida profesional, a la vida personal, a la vida política y a todos los terrenos donde te desempeñas.

Piensa por ejemplo en la compleja y enmarañada red de puntos que se van conectando silenciosamente para que un joven activista político se convierta años más tarde en Presidente de su país.

Porque no todo es marketing en el mundo político.

Recuerda siempre que antes, durante y después del marketing está la identidad.

Identidad, sí. Política y humana.

Identidad más allá del marketing político

La identidad de cada político es una compleja red de puntos que van construyendo una trayectoria y un conjunto de significaciones.

Algunos de los puntos más relevantes son:

Sus ideas políticas y su mayor o menor consistencia y sistematicidad

Sus acciones políticas a lo largo de su recorrido por el mundo político

Su gestión pública, si la tuviera

Su desempeño en los diversos ámbitos de la sociedad

Su biografía y los eventos culminantes de la misma

Los rasgos de su personalidad

Su estilo de comunicación

Sus valores y estilo de vida

La leyenda negra del marketing político dice que los expertos en esta disciplina se ocupan de sustituir la identidad del político por un producto superficial de marketing.

Algunos lo hacen, por cierto.

Pero también se puede concebir el marketing político de otra manera. En contacto con la identidad.

Conectando los puntos desde el marketing

¿Marketing político trabajando desde la identidad de los protagonistas de la política?

¿Marketing a favor de la política, los contenidos y las ideas?

¿Marketing con significados políticos más profundos?

Sí.

3 veces sí.

Por 2 razones:

Por ética profesional. En todas las actividades hay buenos y malos profesionales. Quienes actúan por fuera de los marcos éticos lo hacen con independencia de a qué se dedican. Pueden ser políticos, sacerdotes, obreros, carpinteros, médicos, diputados, presidentes, amas de casa o especialistas en marketing. Si se trabaja con conocimiento, seriedad y profesionalismo, por supuesto que se puede hacer un marketing político con la más estricta ética profesional.

Porque es más efectivo. La política es una carrera de largo aliento. Y no se puede engañar a todos todo el tiempo. Tal vez puede hacerse en el corto plazo de una campaña electoral, pero no mucho más allá. Y la identidad rinde dividendos políticos, la identidad genera confianza, la identidad despierta simpatías. Para alcanzar tus objetivos políticos no debes renunciar a ser quien eres sino, por el contrario, ser más tú mismo que nunca.

El consultor descubre y pone en valor la identidad

El trabajo del consultor político no es elegir el color de la corbata del candidato. Tampoco es convertir la política en papeles de colores, música reiterativa, consignas vacías y muchas superficialidades que solo dejan humo.

Más bien es como el trabajo del escultor.

Decía el genial Miguel Ángel que la escultura se encuentra escondida dentro del bloque de piedra y que el trabajo del escultor consiste simplemente en descubrirla y luego quitar lo que sobra.

Así es el trabajo del consultor político.

Tiene que conocer en profundidad al candidato. Y luego ayudarlo a conectar los puntos de su identidad política. Para finalmente poner en valor esa identidad usando las herramientas de marketing disponibles.

Conectar los puntos, diría Steve Jobs.

Maquiavelo&Freud

<https://maquiavelofreud.com/politico-identidad-marketing/>

[ver PDF](#)

Copied to clipboard