Para conectar con el votante hay que conectar con sus problemas

Tiempo de lectura: 2 min.

Daniel Eskibel

Mar, 04/12/2018 - 06:17

Mira a tu alrededor.

Observa.

¿En qué están pensando las personas que ves?

¿Qué ocupa la mente de quienes caminan por la calle ahora mismo?

¿Y la de quienes viajan en el transporte público?

¿Y la de los que están trabajando? ¿Y viajando, estudiando, vendiendo, comprando o simplemente matando el tiempo?

Todos ellos son posibles votantes. Actuales o futuros, vaya a saber.

Si estás vinculado a una campaña electoral, entonces, deberías interesarte en saber qué piensan.

¿Qué es lo que pone a andar sus neuronas? ¿Cual es el motor que activa sus cerebros? ¿Dónde está el click que los pone en acción? ¿Cual es el abracadabra que les impulsa y motiva?

Si supieras ésto, tendrías una brújula muy precisa para orientar tu campaña electoral. Sabrías exactamente a dónde apuntar, ni más ni menos. y tendrías por lo tanto una puntería que seguramente te ahorraría mucho dinero. En pocas palabras: con tal información tu comunicación política sería mucho más efectiva y mucho más eficiente.

Pues bien, tengo una respuesta. Simple, pero de incalculables consecuencias si se explota adecuadamente.

Problemas.

Reitero: problemas.

Lo que activa el cerebro humano son los problemas.

Cada uno piensa en los suyos. Busca y espera soluciones a esos problemas.

Y destina la mayor parte de sus energías mentales a buscar soluciones para esos problemas.

Al fin y al cabo el cerebro es eso: una compleja maquinaria biológica diseñada para resolver problemas. Si no fuera así, nuestra especie ni siquiera habría logrado sobrevivir.

Es como si tuviéramos un radar que detecta los problemas, enciende enseguida la luz roja y activa de inmediato todos los mecanismos para buscar soluciones.

Para conectar con el votante, entonces, hay que conectar con sus problemas. Con los suyos, no con los del político. Con los que vive la persona común. Esos problemas que le ponen obstáculos, que le dificultan la vida, que le hacen pensar y preocuparse.

Esa es la conexión vital.

Cuando el votante percibe que el candidato está conectado con su problema. Que es lo mismo que percibir que el cerebro del político tiene cierta conexión profunda con el suyo propio.

Cuando tal cosa ocurre, el elector está en el umbral del voto hacia ese candidato.

Pensar en base a problemas es la primera y más simple receta de cualquier campaña politica.

¿Cómo hacerlo?

Bueno, ese es otro problema. Ya sabes: sobre esa base construyo mi consultoría…

Maquiavelo&Freud

https://maquiaveloyfreud.com/problemas/

ver PDF
Copied to clipboard