

### PARA SU PUBLICACIÓN INMEDIATA

#### COMUNICADO DE PRENSA: BILL CLINTON, GERHARD SCHRÖDER, LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA Y JOSEPH ESTRADA TODOS GANARON USANDO LA MISMA ESTRATEGIA DE CAMPAÑA, DICE UN NUEVO LIBRO.

[Zurich, Suiza] - [15 de agosto del 2012] – ¿Cómo pueden los candidatos desafiantes superar lo que se llama a menudo la ventaja de los puestos ocupados en una campaña electoral? En un nuevo libro, el científico político y consultor suizo Dr. Louis Perron, responde a esta pregunta mediante la comparación de cuatro candidatos de oposición exitosos de cuatro países totalmente diferentes: Bill Clinton (EE.UU., 1992), Gerhard Schröder (Alemania, 1998), Luiz Inácio Lula da Silva (Brasil, 2002) y Joseph Estrada (Filipinas, 1998). Aunque los candidatos intervinieron en sistemas políticos completamente diferentes, de hecho los cuatro candidatos desafiantes de oposición resultaran ganadores comparten una serie de estrategias respecto al mensaje de la campaña, al posicionamiento, a la planificación, a la preparación y gestión de campañas. El libro titulado *How to Overcome the Power of Incumbency in Election Campaigns* fue publicado por la editorial alemana Nomos.

En los últimos años, hubo una explosión enorme de libros sobre las campañas electorales. La mayoría de ellos, sin embargo, son de un perfil estrictamente académico o se limitan a un caso o un país. Por primera vez, el nuevo libro adopta una perspectiva comparativa de una manera accesible. Se basa en numerosas entrevistas con consultores y estrategas políticos de alto perfil, incluyendo a James Carville (EE.UU.), Joseph Napolitan (EE.UU.), Matthias Machnig (Alemania), Reli German (Filipinas) y Duda Mendonça (Brasil). Al final, el libro tiene la intención de dar consejos prácticos a los candidatos y activistas en todo el mundo sobre las estrategias y tácticas de campaña necesarias para tener acceso a los puestos de poder.

Es cierto que los presidentes o primeros ministros titulares, que se presentan a la reelección, tienen una serie de ventajas en comparación con los candidatos desafiantes. Ellos aprovechan de la conciencia universal, el fácil acceso a los medios de comunicación y la posibilidad de dominar la agenda. Si por ley se permite postularse para la reelección, son, por definición, candidatos legítimos. Entonces, ¿Cómo pueden los candidatos desafiantes superar lo que se llama a menudo la ventaja de los puestos ocupados? En su nuevo libro, el consultor político suizo, Dr. Louis Perron, responde a esta pregunta comparando sistemáticamente cuatro desafíos exitosos de cuatro países totalmente diferentes.

Bill Clinton, Gerhard Schröder, Joseph Estrada y Luiz Inácio Lula da Silva eran capaces de explotar la debilidad de sus respectivos titulares y los pusieron a la defensiva. Todos ellos tenían un mensaje muy coherente y atractivo durante su campaña e incluso mucho tiempo antes de la campaña. También tenían un plan de comunicación listo y cumplido para llegar a los electores indecisos del centro. En este sentido, compensaron su petición de cambio, con representar los valores de la corriente principal y se posicionaron estratégicamente en el centro político.



## **Perron Campaigns**

Political Marketing - Political Communication - Qualitative and Quantitative Research

Los cuatro desafíos mencionados empezaron los preparativos estratégicos años antes de la elección. Esto parece obvio, pero en realidad los políticos tienen un montón de justificaciones para retrasar los preparativos. Ellos asumen que el efecto de una pre-campaña anticipada podría ser olvidado, se abstienen de gastar dinero temprano o están capturados en los asuntos cotidianos. No sucedió así con Clinton, Lula, Schröder y Estrada.

Por último, los cuatro aspirantes tenían considerables habilidades de campaña. La literatura científica a menudo utiliza el término "calidad de desafiante" a este respecto. Esto se compone de varios puntos tales como el carisma, la popularidad, la expresión oral, la capacidad de comunicarse a través de medios de comunicación de masas y la capacidad de quedarse con el mensaje. Aparte de las habilidades de campaña, los cuatro también tenían gran capacidades de gestión, lo que les permitió crear una disciplina importante dentro de una operación frecuentemente caótica.

Para obtener más información sobre el Dr. Louis Perron, o *How to Overcome the Power of Incumbency in Election Campaigns* por favor ingrese a [www.perroncampaigns.com/book.php](http://www.perroncampaigns.com/book.php) o [www.perroncampaigns.com](http://www.perroncampaigns.com).

### **Sobre el autor**

Dr. Louis Perron es un científico político y consultor con sede en Suiza. Durante los últimos años, ha ganado más de una docena de campañas electorales. Ha trabajado en su patria Suiza, así como en Alemania, Gran Bretaña, Rumanía, Lituania, Malasia y las Filipinas. Los clientes incluyen a dos presidentes, un vicepresidente, así como numerosos senadores, diputados, gobernadores y alcaldes de gran ciudades.

### **Información de contacto:**

Perron Campaigns  
Dr. Louis Perron  
Seefeldstr. 69  
8008 Zurich  
Suiza

Teléfono: ++41 43 488 37 20  
Fax: ++41 43 488 35 00

[lperron@perroncampaigns.com](mailto:lperron@perroncampaigns.com)  
[www.perroncampaigns.com](http://www.perroncampaigns.com)  
[www.campaignanalysis.com](http://www.campaignanalysis.com)

