

DE LA AGENDA DE CAMPAÑA A LA AGENDA DEL NUEVO GOBIERNO

Javier Sánchez Galicia

Resumen

¿Qué debe hacer un candidato triunfador para ser un alcalde o gobernador exitoso en el contexto actual? Este artículo es una guía de comunicación gubernamental en el periodo de transición para los candidatos recién electos. Hacer campaña no es lo mismo que hacer gobierno. Por ello, es necesario que el nuevo gobierno diseñe un plan de comunicación con visión estratégica, planeación táctica; contando con un portafolio de inversión política y elaborando un programa de 100 días.

Palabras clave: Comunicación gubernamental; comunicación; gobierno; transición.

Abstract

What should do a successful candidate for becoming a successful president or government nowadays? This article is government communication guide for new selected candidates into transition period. To do campaign is not the same to do government, therefore it is needed to design a communication plan with strategic vision, tactical planning, having a portafolio of investment policy and develop a 100 days plan.

Keywords: Government communication; communication; government; transition.

I. LA COMUNICACIÓN GUBERNAMENTAL

Hacer campaña no es lo mismo que hacer gobierno. Se suele decir que no necesariamente un buen candidato tiende a ser un buen gobernante. Lo cierto es que los tiempos, las formas, la estructura y la toma de decisiones son diferentes. El pensamiento estratégico y la agenda pública tiene que ajustarse a las nuevas responsabilidades.

En primer lugar, una vez que un candidato a un puesto de elección popular ha obtenido el apoyo de los ciudadanos en las urnas, deberá construir un modelo de transición que le permita ganar tiempo, sobre todo en elecciones locales, como México, cuyas gestiones duran 3 ó 6 años. Es por ello que al concluir el proceso y al tomar posesión un candidato electo debe plantearse el reto: ¿Qué debe hacer un candidato triunfador para ser un alcalde o gobernador exitoso en el contexto actual?

Las cualidades de un gobernante exitoso deben ser:

- » Visión estratégica por lo corto del periodo de gobierno.
- » Liderazgo para alinear el equipo a sus prioridades.
- » Capacidad de ejecución, para ganarle al día a día.
- » Habilidad para construir alianzas que permitan generar consenso.
- » Sensibilidad para la autocrítica, que permita corregir el rumbo.
- » Capacidad de respuesta, para administrar y resolver las crisis.
- » Y comunicar bien, para gobernar mejor.

Imagen 1. ¿Qué hacer durante la transición?

Festear el triunfo.
Descansar.
Ajustar cuentas.
Cubrir deudas.
Disputar cargos.

NO

SÍ

Construir alianzas.
Controlar los daños.
Vincular nuestras prioridades con las del Municipio.
Integrar y alinear el equipo.
Definir los primeros 100 días del Gobierno.

Imagen 2. Planeación táctica.



La planeación táctica debe enfocarse primero en asegurar que la visión del presidente municipal o gobernador electo reflejen las prioridades de desarrollo planteadas en la plataforma política, por la cual compitió y forman parte de su Plan Municipal o Estatal de Desarrollo.

II. LOS PRIMEROS 100 DÍAS DE GOBIERNO

El candidato electo y su equipo tienen dos caminos: 1) Festejar el triunfo, descansar, ajustar cuentas con los adversarios políticos, cubrir las deudas adquiridas en campaña y empezar a repartir los cargos; o 2) Construir alianzas, controlar los daños, vincular prioridades del candidato electo con las del estado o municipio, integrar y alinear el equipo de trabajo y, sobre todo, definir los primeros 100 días de Gobierno.

Los gobiernos locales, fundamentalmente los municipios, representan el nivel de gobierno más cercano a la ciudadanía y no pueden improvisarse. Para ello, ser reconocido como un gobierno electo, debe establecer un método de trabajo para instalarse y pasar “de la elección a la toma de posesión”.

III. MEDIR PARA GOBERNAR

Lo primero es contar con un diagnóstico completo de la situación en el municipio, que permita realizar la planeación estratégica. Asegurar que la visión del Pre-

Imagen III. Portafolio de Inversión Política.



Imagen IV. Programa de los 100 días.



sidente Municipal Electo o Gobernador empate con las metas de su gobierno, los compromisos de campaña, las fortalezas y debilidades del equipo, así como los factores claves de éxito para asegurar que la gestión inicie de manera correcta.

El segundo paso es elaborar un Portafolio de Inversión Política a partir de identificar el mapa de actores políticos y sociales. El propósito es ubicar los factores de poder político, económico y social para concretar alianzas que permita construir la gobernabilidad. Aquí es importante empezar a construir la agenda de transición que sirva de plataforma al gobernante electo para una administración efectiva.

Los primeros 100 días de gobierno son importantes porque muestran al líder con la capacidad para gestionar una transición. La primera acción para demostrar liderazgo es la conformación del equipo de trabajo, centrar el interés específico en los temas que fueron fortaleza en su campaña electoral: seguridad, empleo, servicios públicos, educación, etc. Fundamentalmente en el tema en que habrá de ser el eje de gobierno. La idea es orientar la atención de los ciudadanos en el fondo y en la forma en que habrá de conducir el gobierno. Eso se mostrará en los primeros días de gobierno. Los primeros 100 días son una excelente oportunidad para comunicar la esencia del gobierno y la

visión del gobernante. Son un producto de comunicación en sí mismos.

Es una verdad incuestionable. Los gobernantes requieren de buena aceptación y calificación, de estar siempre en el ánimo ciudadano. En caso de no tener aspiraciones políticas futuras les ayudará a mantener un gobierno con consensos y realizar un cierre de administración transparente e incuestionable. Pero si buscaran en el corto o mediano plazo un nuevo cargo de elección popular, les es imprescindible entregar buenos resultados, cumplir con las expectativas ciudadanas para que los logros de su gestión sean la mejor carta de presentación para su próxima postulación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Sosa Plata, J. A. (1998) en T. Miklos (coord): *Las Decisiones Políticas. De la Planeación a la Acción*. Siglo XXI Editores. 293.



Javier Sánchez Galicia
Consultor en Comunicación política para campañas electorales y gobiernos. Especialista en Comunicación de Crisis.
✉ kratos1@grupokratos.com