

Los hombres claves en la imagen de los candidatos



**Elecciones
2014**

Un brasileño, con Óscar Iván Zuluaga, y un hispanomexicano, con Juan Manuel Santos, son los responsables de las estrategias de publicidad.

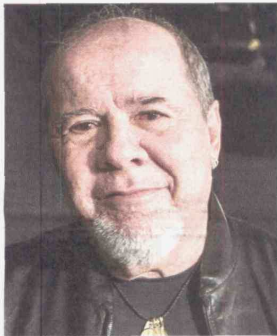
Eduardo Mendonça, el cerebro de la 'Z'

En la campaña presidencial del Centro Democrático nadie lo pone en duda. El trabajo del estratega brasileño Eduardo 'Duda' Mendonça ha sido clave para Óscar Iván Zuluaga.

Llegó a apoyar esa candidatura a finales de enero, cuando el candidato uribista aún no despejaba en las encuestas y su nivel de reconocimiento entre los colombianos era muy bajo.

Como bien lo dijo un directivo de esa campaña, "logró fabricar una marca política" en un minuto. Los uribistas admiten que buena parte del triunfo en las urnas el pasado domingo se debió a su trabajo.

Eduardo 'Duda' Mendonça estuvo tras la campaña que llevó a Lula a ganar en el 2002.



a Dilma Rousseff al poder en Brasil.

Aunque su nombre estuvo vinculado a escándalos en su país, tras ser acusado de evasión de divisas y lavado de dinero, fue absuelto.

Su apuesta es por la TV

Mendonça llegó a la campaña de Zuluaga para encargarse fundamentalmente de asesorar al candidato en estrategias de campaña, pero también para la creación de propagandas en televisión y radio.

Y esa gestión se notó. Fue el creador de la marca de la 'Z', con la que se comenzó a identificar la candidatura uribista, hasta el punto de que ahora estará en el tarjetón electoral.

Además, puso a Zuluaga a hablar de temas concretos, con énfasis en empleo, salud y educación. Y ahora en temas de paz. Planteó que la campaña debe centrar su propaganda en televisión.

"Es una persona muy responsable, muy seria, analítica y humana", dijo Germán Medina, otro de los estrategas de campaña del candidato uribista.

La fórmula vicepresidencial, Carlos Holmes Trujillo, definió al brasileño como "un gran profesional" y confirmó que "su trabajo ha sido de gran importancia en la campaña".

Mendonça permanece viajando entre Bogotá y Brasil, pero tiene a gente clave de su equipo en esta ciudad.

* Con información de Efe

Antonio Solá, el estratega general

El hispanomexicano Antonio Solá es el estratega general de la campaña reeleccionista del presidente Juan Manuel Santos.

Aprendió a hacer campañas políticas desde los 19 años con el Partido Popular de España. Según su perfil en Facebook, nació el 14 de enero de 1972.

Aunque está desde el año pasado en la campaña de Juan Manuel Santos, su papel protagonista se hizo evidente tras la renuncia del venezolano J. J. Rendón, el pasado 5 de mayo, quien tenía esas responsabilidades.

Solá es un estratega de grandes ligas. En el 2006 fue el encargado de la estrategia publicitaria que llevó a la presidencia de México a Felipe Calderón, del PAN (partido de derecha).

En el 2011 fue pieza clave para que Michel Martelly consiguiera la Presidencia de Haití. Un año después se anotó otro punto con la victoria de Otto Pérez Molina, en Guatemala.

Claro que durante el gobierno de José María Aznar (1996-2004) en España, en medios de ese país se le consideró como un asesor muy cercano al jefe de gobierno.

Incluso se ha hablado de que ha apoyado al actual mandatario español, Mariano Rajoy.

El estratega también ha asesorado a candidatos en Ecuador, Perú y Argentina. Igualmente ha dado cursos a dirigentes del Partido Popular español sobre comunicación política.

Precisamente por estar vinculado a campañas políticas, su nombre ha resultado envuelto en algunas polémicas, particularmente en México, donde se le ha cuestionado los fuertes mensajes con los que promueve las campañas.

A resaltar los resultados

En la campaña de Santos ha seguido con la línea que planteó el propio Santos, en el sentido de que el enfoque

tiene que ser en la paz, y que no se hable de ella como un fin sino como un medio.

Se ha centrado en ese tema y en reforzar ese mensaje para el Presidente candidato.

Igualmente hace énfasis en que debe haber más presencia regional del Jefe de Estado y en que se deben resaltar las ejecutorias de este gobierno durante estos cuatro años.

Roberto Prieto, gerente de la campaña reeleccionista, aseguró que Solá "ha hecho muy buen trabajo" en la contienda.

"El está totalmente metido en la campaña, es el estratega general. Se encarga también de revisar las investigaciones y las encuestas, y a partir de esos resultados evaluarlos y hacer recomendaciones", señaló Prieto.



Antonio Solá lideró el plan de publicidad que llevó, en 2006, a Felipe Calderón a la Presidencia de México.

Las figuras claves de las dos campañas para segunda vuelta



Duelo de expresidentes en segunda vuelta

Un aspecto característico de la segunda vuelta presidencial, que se celebrará el próximo 15 de junio, es el de que dos expresidentes de la República —de orillas ideológicas distintas— llevan en sus hombros el peso de las campañas que se disputan el solo de Bolívar.

Por el lado de la reelección de Juan Manuel Santos quedó empoderado el expresidente liberal César Gaviria para controlar todos los hilos de la campaña. De hecho, su arribo a las tóldas santistas marcó un cambio de tono y se encargó de librar los debates más álgidos con el uribismo.

Gaviria fue dos veces secretario general de la Organización de Estados Americanos (OEA), firmó la paz con el M-19 y lideró la Constituyente de 1991, lo que le da un enorme peso político para asumir el reto.

Incluso, en dos semanas de trabajo ordenó rediseñar la publicidad, pidió que funcionarios del Gobierno renunciaran para sumarse a la

campaña de la reelección y lideró acercamientos con todos los partidos para convencer a sus militantes de respaldar un segundo mandato de Santos con la premisa de defender la paz.

Juan David Velasco, cate-

drático de la Universidad Javeriana, aseguró que "Gaviria sabe cómo comprometer a los congresistas de la Unidad Nacional para que salgan a movilizar a los electores en la segunda vuelta presidencial".

Esto lo tiene tan claro Santos que le dio poderes plenipotenciarios para manejar su campaña en esta recta final. Y por los lados del uribismo, como ya es de conocimiento público, el jefe supremo de las tóldas del Centro Democrático y de la candidatura de Óscar Iván Zuluaga es el expresidente Álvaro Uribe Vélez.

El expresidente César Gaviria (1990-1994) lideró el rediseño de la campaña de la reelección.

Su pasión por los temas electorales es tal que, desde que salió del poder en el 2010, no ha parado un solo día de hacer política y lo logró llevar a su candidato hasta la segunda vuelta.

En la campaña zuluaquista es muy poco lo que se mueve sin el visto bueno de Uribe. Incluso, las líneas de acción las traza el exmandatario, que siempre está pendiente de que sus instrucciones se cumplan y den resultados. De hecho, su figura aparece en los logos de la campaña.

Javier Torres, de la Universidad Externado, afirmó que Uribe "es una carta de legitimidad y credibilidad en sus propias filas, lo que juega en favor de Zuluaga".

Gaviria y Uribe son contradictores públicos. Sus visiones de país son distintas y eso lo refleja la distancia que hay entre los candidatos que apoyan, por lo que el resultado del 15 de junio podrá ser un termómetro para saber qué tanto peso tienen sus tesis entre el electorado y cuáles están más arraigadas.

