

TIK TOK, TIEMPO DE CAMPAÑAS

Resp. Hernán Terrazas E. Director de Asuntos Públicos
Contenido producido por Rodríguez & Baudoin,
gabinete estratégico de comunicación, líder en reputación institucional.

Tic, toc, el reloj avanza implacable hacia el 2025. Tik Tok, los candidatos se suben a las redes para mostrarse simpáticos, empáticos y populares. Si Samuel Doria Medina había sido uno de los primeros en utilizar el Tik Tok para promover una imagen más bien relajada, familiar e incluso cómica, ahora aparece Manfred Reyes Villa, formal y todavía sin la gimnasia de espontaneidad que demandan este tipo de espacios.

A ellos se suman también Evo Morales, muy cómodo en el escenario rural y cercano a la gente, el presidente Luis Arce, compartiendo butacas en estrenos cinematográficos, Rodrigo Paz en un afán más bien pedagógico e informativo, Tuto Quiroga de gira en foros internacionales o más recientemente explorando el ámbito universitario local, Carlos Mesa en clave de fotógrafo paisajista y algún otro debutante tentando el camino electoral.

Salvo Arce y Evo, enfrascados en una encarnizada disputa interna por definir la candidatura de su partido, el resto asegura que nada está dicho y que todavía es prematuro hablar de elecciones, aunque esa en realidad sea la forma que han elegido para hacer campaña. Donde se lee “es prematuro”, debe leerse “allá vamos” y donde dice “yo en realidad quiero que Bolivia tenga futuro”, debe entenderse “el futuro será conmigo o no será”

El Tik Tok así, no es la inocente ventana pública elegida para la exhibición de las habilidades y destrezas personales, sino el muy personal espacio para el lanzamiento de las candidaturas en la tercera década del siglo XXI, ya sin necesidad de las ruidosas caravanas, las masivas concentraciones públicas, los interminables viajes a los confines patrios, los apretones de manos, los recorridos en hombros de un pueblo que permanecerá siempre anónimo u otras formas en desuso de la vieja política.

Ahora la cosa es más simple. No es la campaña puerta a puerta, sino la administración precisa de los algoritmos lo que permite invadir la intimidad del votante e influir en su futura conducta. Y es que, a falta de verdadera renovación, el rejuvenecimiento viene a través del uso de las herramientas de actualidad. No seré joven, ni nuevo, pero qué tal este simpático guiño en la red de tu preferencia.

Las redes tienen una virtud adicional y es que la persona puede elegir a quién llegar y con qué “disfraz”. No se trata de mostrar lo que verdaderamente soy, el perfil auténtico, sino cómo quisiera ser o, más bien, cómo quieres tú que yo sea para que te sientas inclinado a votar por mí. La elección es en última instancia, un acto de premiación, como el Oscar o los Golden Globe, donde se premia la actuación y no al actor.

No importa quién seas en realidad, sino quien pretendes ser, porque a fin de cuentas los candidatos y las candidatas son eso, actores y actrices en busca del encuentro con el que suponen podría ser su público. Bajo esa lógica, los ritos electorales son muy distintos ahora y no tienen nada que ver con los cronogramas oficiales. La campaña está en marcha, aunque falte un tiempo más para el estreno.