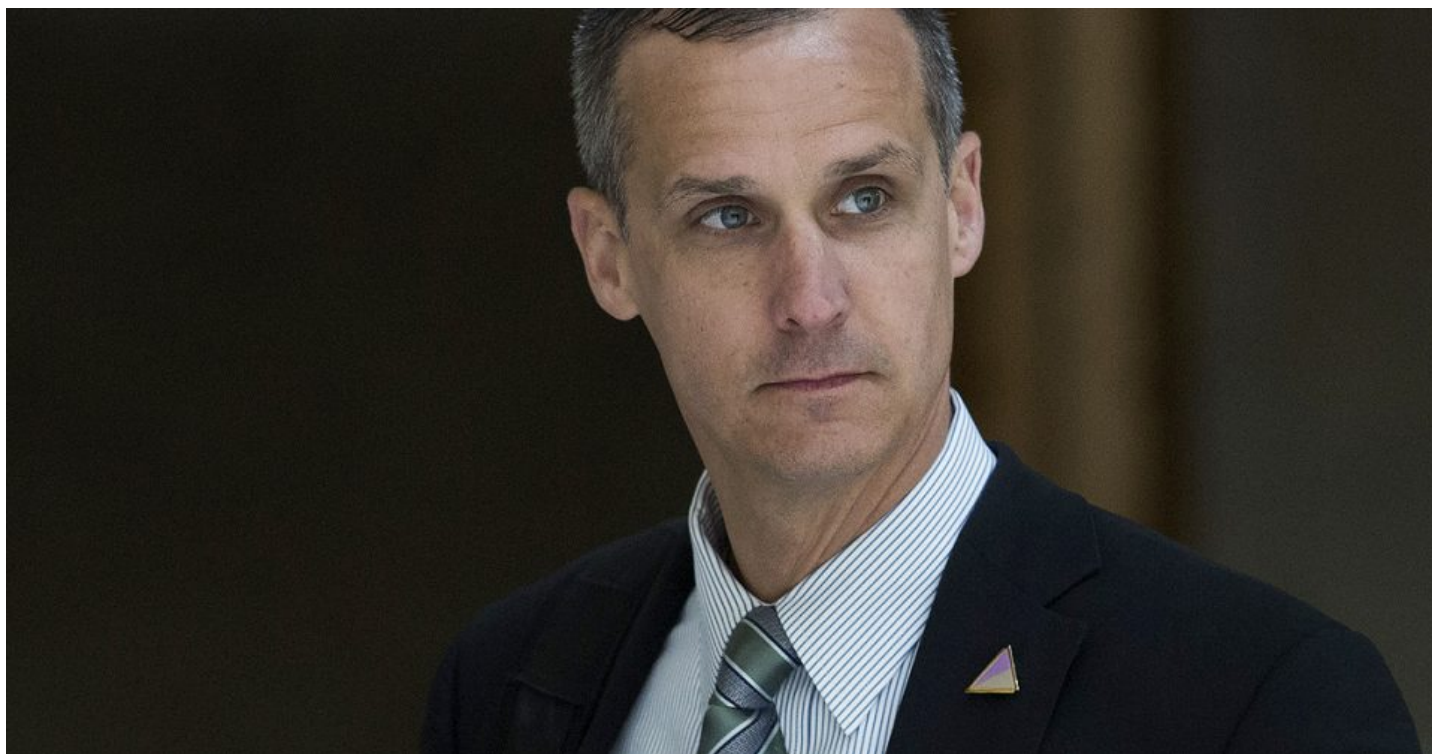


## Corey Lewandowski: pupet master de la campaña de Trump



Drew Angerer/Bloomberg via Getty Images



### SPIN Taller de Comunicación Política

SPIN-Taller de Comunicación Política está conformado por un equipo de estrategas con un sólido respaldo académico, una cercana relación con los medios de comunicación y una probada experiencia en el servicio público. Somos especialistas en confeccionar estrategias de comunicación que crean contexto, posicionan y preparan para reaccionar oportunamente a la coyuntura. En SPIN-TCP nos caracterizamos por un riguroso trabajo de investigación y por el acopio sistemático de conocimientos e información.

mayo 25 2016 06:40 #luisestrada\_



FONDEA el periodismo independiente

Por: Paola Cicero Arenas (@PaoCiceroA)

Para quienes seguimos el proceso electoral de Estados Unidos de este año ha resultado una sorpresa el desempeño de Donald Trump como candidato, quien a pesar de su estridencia y desplantes no sólo ha asegurado el voto de muchos republicanos, sino que ha conquistado la atención de los medios de comunicación. Dado que Trump no tiene una extensa carrera política que lo respalde, es natural preguntarse quién es el cerebro detrás de la campaña que lo ha llevado a su posición actual en la carrera por la presidencia.

Concord, New Hampshire, fue el escenario del primer encuentro entre Donald Trump y **Corey Lewandowski**, que más adelante resultaría en un equipo de campaña que pondría en jaque al Partido Republicano. Se conocieron en abril del 2014, en el primer evento de potenciales candidatos a la elección presidencial de 2016 denominado “Cumbre de la Libertad”, organizado por la asociación *Americans for Prosperity* (AFP). El encuentro no fue extraordinario, pues en aquel entonces Lewandowski trabajaba para la AFP, patrocinada principalmente por los hermanos Carlos y David Koch, conocidos en el ámbito político como los multimillonarios conservadores que financian campañas y son un elemento determinante en la vida política de Estados Unidos.

Más adelante, en febrero de 2015, Trump exploró con mayor seriedad la integración de un equipo de campaña y se enfrentó, contrario a lo que podría pensarse, a que no había precisamente una larga fila de expertos ansiosos por sumarse a su proyecto, quizá porque usualmente los equipos de campaña surgen de las filas del partido, en este caso del Partido Republicano.

PUBLICIDAD

Por ejemplo, **Matt Rhoades**, coordinador de campaña de Mitt Romney en la elección del 2012, fue director de comunicaciones de la campaña del propio Romney en 2008, director de investigación para el Comité Nacional Republicano en 2006, así como integrante destacado de la campaña de George W. Bush en 2004. Steve Schmidt, por su parte, coordinador de campaña de John McCain en la elección del 2008, fue el estratega de la Casa Blanca responsable de la nominación de los ministros Samuel Alito y John Roberts en la administración de George W. Bush, además de haber ocupado el cargo de vocero del Comité Nacional Republicano.

Trump, al ser un candidato ajeno al Partido Republicano y cuyo proyecto no era considerado como serio por muchos en aquel momento, tuvo que explorar otras fuentes. Así fue como encontró a Corey Lewandowski, quien tampoco posee una sólida carrera en el liderazgo republicano, pero que se ganó a Trump al asegurarle que era mejor y que trabajaba más duro que cualquier otro prospecto. Fiel a su estilo en los negocios, de guiarse en buena medida por corazonadas, Trump lo sumó a su equipo como coordinador de campaña en junio del 2015. Al parecer, Lewandowski tenía poco que perder, pues de cualquier manera su relación con el Partido Republicano era, por lo menos, endeble y a cambio obtendría un salario mensual de cerca de 20 mil dólares y la oportunidad de destacar en el escenario político “con un candidato excepcionalmente bien conocido, con un éxito sin precedentes en todo lo que ha intentado llevar a cabo [y que] tiene un mensaje que está resonando”<sup>[1]</sup>.

De 42 años y originario de Lowell, Massachusetts, Lewandowski es politólogo de la Universidad de Massachusetts y tiene una maestría en ciencia política por la *American University*. Fue becario del senador demócrata Steven C. Panagiotakos y en 2001 trabajó brevemente en el Comité Nacional Republicano como director político-legislativo.

En 2002 tuvo una controversial participación en la campaña para la reelección del senador disidente Robert C. Smith, de New Hampshire, quien al igual que Trump tuvo una relación complicada con el Partido Republicano e incluso se postuló brevemente como candidato presidencial independiente en el año 2000.

Después de su fallida participación en dicha campaña, y de romper lazos con el *establishment* republicano como resultado de su alianza con Robert Smith, fue director de la asociación *New England Seafood Producers Association*, del 2003 al 2004 y, posteriormente, trabajó como lobista en la firma Schwartz MSL hasta el año 2012. Paralelamente incursionó como oficial de policía de New Hampshire e inició su carrera como director en New Hampshire de *Americans for Prosperity* hasta convertirse en director nacional de registro de votantes, puesto en el que permaneció hasta principios del 2015.

Su trabajo en *Americans for Prosperity* profundizó la distancia entre Lewandowski y el Partido Republicano, pues la asociación tenía la capacidad de invertir más recursos que los candidatos en los procesos electorales locales de New Hampshire, por lo que se convirtió en un factor importante en las primarias republicanas de este estado y, con ello, Lewandowski fue nuevamente la piedra en el zapato de la agenda del Partido Republicano.

En *Americans for Prosperity* Lewandowski también demostró su capacidad para atraer la atención de los medios de comunicación con estrategias un tanto disparatadas, precisamente como lo hace ahora en la campaña de Trump. Por ejemplo, en 2010, en el evento por el Día de los Impuestos, Lewandowski colocó una figura de cartón del gobernador demócrata John Lynch en la escalinata del Capitolio en New Hampshire y comenzó a debatir con él, captando la atención de la multitud y de los medios.

Se sabe poco de la vida privada de Lewandowski, pero un dato que destaca entre la prensa del corazón es que conoció a su actual esposa, Allison, en la secundaria, pero ella estuvo casada con su mejor amigo hasta el año 2001, cuando murió en el vuelo de *United Airlines* durante los ataques terroristas del 11 de septiembre. Cuatro años después, Lewandowski se casó con Allison con quien actualmente tiene cuatro hijos y vive en Windham, New Hampshire.

Lewandowski no es egresado de una universidad *Ivy league* ni tiene la experiencia de múltiples campañas exitosas relevantes, pero desde el inicio entendió la clave para tener mensajes simples, cobertura mediática ilimitada y, por tanto, llegar a los votantes, sin invertir cuantiosos recursos: “dejar a Trump ser Trump”[2]. En palabras del propio Trump, Lewandowski le parece fantástico porque “lo deja en paz pero sabe cuándo hacerse presente”[3].

Normalmente, el equipo de campaña -en particular el coordinador- tiene épicas batallas con el candidato no sólo para convencerlo de expresar determinados mensajes sino para hacerlo de cierta forma, teniendo siempre como guía ejercicios como encuestas o *focus group*. En contraste, Lewandowski tiene una filosofía diferente para manejar una campaña. En una entrevista para *The Washington Post* dijo que veía a Trump como a American Pharoah, el caballo que hace un año ganó la Triple Corona en las carreras de caballos. “Cuando tienes un caballo así tienes que dejarlo hacer su magia. Dejarlo correr su carrera. Cualquiera que piense que puede decirle al Sr. Trump lo que debe o no debe hacer no entiende el éxito incomparable que ha tenido a lo largo de su vida”[4].

Si bien Lewandowski ha tenido éxito con Trump, a pesar de que carece del perfil tradicional de los coordinadores de campaña de otros candidatos, también es cierto que conforme se acercan la Convención Nacional Republicana y la elección general, Trump parece haber entrado en una segunda fase de selección de su equipo cercano, apegándose más a los cánones republicanos. Por

ejemplo, en marzo pasado, Trump contrató a Paul Manafort, quien ha trabajado en la política desde 1976 como asesor de múltiples candidatos republicanos. Recientemente, Trump dejó atrás su visión sobre la inutilidad de las encuestas y contrató a Tony Fabrizio, uno de los encuestadores más importantes empleados por el Partido Republicano.

Veremos si la apuesta inicial por un perfil no convencional y los ajustes en el equipo de campaña de Trump dan resultados positivos para la nominación republicana y, eventualmente, en una elección general que pinta para erigirse en una batalla política inédita.

\* Paola Cicero Arenas es licenciada en Derecho por el ITAM y Maestra en Derecho por NYU.

[1] Phillips, Amber, “Meet the man behind Donald Trump’s presidential Campaign”, *The Washington Post*, sección: The Fix, 23 de julio de 2015. Disponible [aquí](#).

[2] Langley, Monica, “Meet the man who helps Trump be Trump”, *The Wall Street Journal*, sección: Elección 2016, 10 de febrero de 2016. Disponible [aquí](#).

[2] Haberman, Maggie, “For His Unconventional Campaign, Donald Trump Looks to an Unorthodox Manager”, *The New York Times*, sección: Elección 2016, 3 de septiembre 2015. Disponible [aquí](#).

[4] Phillips, Amber, *op. cit.*