



Комитет по политическим  
технологиям  
РАСО

# ИСКУССТВО ВЫБОРОВ В ЛАТИНСКОЙ АМЕРИКЕ

Материалы круглого стола

21 июля 2015 г.,  
отель «Метрополь», Москва

[www.politteh.ru](http://www.politteh.ru)



### **Основные спикеры:**

**Паоло Маура, Бразилия.** *Политический консультант, президент компании Exata Inteligência (Бразилия).*

*15 лет работы в политическом консультировании, более 50 кампаний в Бразилии, Аргентине, Панаме, Чили, Франции, Великобритании. Консультировал кандидата в президенты Луиса Лулу да Силву (президент Бразилии в 2003-2011 гг.), участвовал в успешной президентской кампании Николя Саркози (2007 год).*

*Специалист по политическому маркетингу и нейромаркетингу. Входит в топ политических стратегов мира по версии журнала Campaigns & Elections.*

*Четырежды лауреат престижной международной премии в сфере политического маркетинга Reed Award.*

**Жизель Перезблаз, Мексика.** *Эксперт по политической стратегии и взаимодействию со СМИ, телеведущая.*

*Руководитель компании Auguro Estrategia y Comunicación (Мексика).*

*Начала свою карьеру как руководитель службы новостей телекомпании. С 2005 года приняла участие в более чем 40 успешных избирательных общенациональных и региональных кампаниях в Мексике и за ее пределами. В 2013 г. получила приз журнала Campaigns & Elections как “восходящая звезда политического консультирования” (первая женщина из Латинской Америки, удостоенная этой награды).*

### **Участники дискуссии (содокладчики):**

**Висенте Барриентос,** директор Института Иberoамерики;

**Глеб Кузнецов,** политолог, заместитель директора НИРСИ (Национального Института Развития Современной Идеологии);

**Сергей Толмачев,** директор агентства социальных коммуникаций «Вертикаль», председатель комиссии по безопасности жизнедеятельности и экологии Красноярского городского Совета депутатов, автор книги “Десять шагов по вертикали”.

### **Модератор дискуссии:**

**Евгений Минченко,** председатель комитета по политическим технологиям РАСО, генеральный директор холдинга «Минченко консалтинг», автор монографий «Как стать и остаться губернатором» (Лучшая работа по теории PR в России 2001 года), «Универсальные избирательные технологии и страновая специфика: опыт российских политических консультантов» (2005).



## Выступление Пауло Мауры (Бразилия)



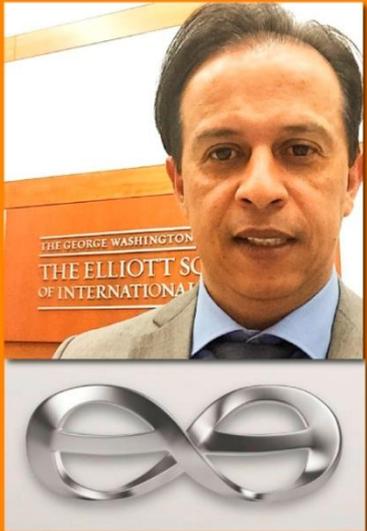
**Евгений Минченко:** Мы постараемся обсудить предвыборные кампании в странах Латинской Америки. Общественностью и нашими СМИ, к сожалению, электоральные сюжеты почти не востребованы. При этом многие коллеги считают, что по ментальности избиратели стран Латинской Америки как никто другой близки к россиянам. Мы попробуем выяснить, так ли это.

**Пауло Маура (Бразилия):** Здравствуйте. Очень приятно впервые находить ся в России, впервые выступать в России перед столь искушенной публикой. Надеюсь, что смогу поделиться с вами своим опытом и своим видением с помощью небольшой интерактивной презентации о выборах в Латинской Америке, которую я подготовил специально для выступления в Москве. Первый слайд посвящен нашей компании, нашим скромным достижениям.

**PAULO MOURA**  
*Political Strategist and CEO of Exata Inteligência*  
Graduate and Postgraduate degrees in Political Marketing  
Specialization at the University of Harvard (USA)  
Working in the field for more than 10 years  
Specialized in Political Marketing, Communication and Strategy  
Active member of The American Association of Political Consultants (AAPC) and International Association of Political Consultants (IAPC)  
Reed Award winner, the Oscar of Political Marketing, four times running, in the years 2009, 2011, 2013 and 2015

**EXATA INTELIGÊNCIA**  
Operating both in Brazil and internationally

Strategic diagnosis | Image assessment | Image and political positioning  
Communication planning | Strategic planning and campaign coordination  
Design and central theme of campaigns and mandates  
Strategies and development of digital campaigns | Repositioning of public image  
Monitoring and impact assessment of communication initiatives  
Planning and analysis of surveys | Government communication | Neuropolitics  
Exclusive partnership for the USA and Europe with The Mind Lab, UK, a leading organization in neuromarketing  
Multidisciplinary Team  
Over 50 campaignings  
6 defeats





Первая вещь, которую вам необходимо знать о проведении предвыборных кампаний в Бразилии, – голосование для всех граждан страны носит обязательный характер. Процессы электронной коммуникации очень развиты в Бразилии, поэтому голосование проводится в один день, избирательные участки открыты с 8 утра до 4 пополудни, а уже к 6 вечера мы имеем официальные результаты голосования.

Выборы (разного уровня) проходят каждые 2 года или каждый четный год. В настоящее время в Бразилии почти 150 млн. избирателей. В 2014 году у нас было почти 143 млн. избирателей. Официальная избирательная кампания, когда вы можете размещать свою политическую рекламу на телевидении, проводить массовые мероприятия и т.д., длится 90 дней. Однако есть и кампания, предшествующая официальной, мы называем ее предкампанией, она также длится 90 дней. Всего в Бразилии 32 политические партии, но многие столь незначительны, что даже политтехнологам не обязательно знать их все поименно.

**CAMPAIGNING IN BRAZIL**

- Compulsory voting
- Electronic process
- Elections takes place in every two years
- Always in even-numbered years
- 142,8** million voters in 2014
- 90** days of official campaigning
- 32** political parties

Source: Electoral Superior Tribunal

The infographic includes three images: a hand pressing a green 'CONFIRMA' button on a voting machine, a man shaking hands with a child, and a large crowd of people at a campaign event.

Я в своей практике работал с 8 различными политическими партиями. Но для Бразилии это исключение из правил. Как правило, однажды выбрав сторону, политтехнологи привязаны к одной политической силе и разделяют идеологию своих заказчиков. Я просто считаю себя удачливым человеком, потому что у меня есть возможность работать с различными политическими силами, не имея жестких ограничений.

Ниже на слайде вы видите основные цифры по президентской кампании 2014 года в Бразилии. 11 кандидатов. \$1,62 млрд. затраченных средств, что является серьезной суммой для Бразилии. Победитель, по официальным данным, потратила чуть более \$101,5 млн., мои клиенты Марина Силва и Эдуардо Кампос – чуть меньше, \$20 млн. Вы можете видеть Эдуардо на средней картинке, мы познакомились с ним 10 лет назад, когда он был начинающим политиком. К сожалению, во время кампании он погиб в авиакатастрофе. Сам я чудом не оказался в тот момент вместе с ним – застрял в пробке и не успел к вылету.



## PRESIDENTIAL CAMPAIGN

**11** Candidates in **2014**

**US\$ 1,62** billion spent in the whole election

Dilma Rousseff: **US\$ 101,5** million

Aécio Neves: **US\$ 69,2** million

Marina Silva / Eduardo Campos:  
**US\$ 19,8** million

*Source: Electoral Superior Tribunal*



Я покажу вам образцы политической рекламы в Бразилии. Ниже представлен коллаж из политической рекламы кандидатов в президенты Бразилии. Небольшая часть населения Бразилии не умеет читать, поэтому цифры кандидатов в бюллетенях являются важным элементом предвыборного языка. Так у Марины и Эдуардо, для которых рекламу делал я, был номер 40.



Также абсолютно необходимыми для кампаний в Бразилии являются джинглы кандидатов. Бразильцы очень музыкальная нация, они любят петь и танцевать, и нам важно, чтобы наши кандидаты ассоциировались с правильной мелодией. Это большая статья расходов кандидатов. Последняя из наших работ для Эдуардо, ее можно назвать полноценным клипом, была создана на основе ритма традиционной самбы с добавлением речетатива в стиле хип-хоп и также отражала общую идею смелости, храбрости кандидата, готового изменить Бразилию. Главная задача джингла: засесть в голове, приклеится к языку. Джинглы - простой и эффективный способ коммуникации. Люди хорошо запоминают ключевое сообщение, в данном случае смелость, чтобы изменить Бразилию.

Вернемся к ключевым цифрам, на последних выборах у нас было более 6 тысяч кандидатов на посты федеральных представителей (депутатов). Накал борьбы за 513 мест был очень серьезным. На слайде ниже представлен уровень политической конкуренции в Бразилии на различных уровнях. Вы можете сами оценить интенсивность нашей политической жизни, которая не исчерпывается выборами президента. Мы избираем более, чем пять с половиной тысяч мэров городов. Все картинки с правой стороны нижеследующего слайда взяты из реальных кампаний. Вы можете видеть, что в Бразилии постоянно используются флаги, это часть эффективных кампаний.

Самой дорогой кампанией среди мэрских была кампания по выборам мэра Сан-Паулу, ее выиграл кандидат от правящей партии Трудящихся (РТ), я вел кандидата от другой партии и он проиграл, но кампанию все равно можно назвать удачной.



## CAMPAIGNING IN BRAZIL Statistics

Last campaigning: 2014

**513** Federal representatives elected | **6.178** Candidates

**1.059** State representatives | **15.861** Candidates

**27** Governors | **166** Candidate

**27** Senators\* | **172** Candidates\*

*\*In 2010: 54 senators were elect (2 per state) from 272 candidates*

In 2016 will be elected in Brazil:

**5.570** Mayors

**56.810** City councilors

In 2012: **US\$ 395,4** million spent in campaignings for **26** capital's mayors

Source: Electoral Superior Tribunal



Политические дебаты играют в Бразилии решающую роль в ходе кампании. Почему? Мне кажется, ответ в том, что люди оценивают и хотят оценивать шоу. После дебатов люди всегда говорят о них, оценивают их ход, спорят, кто победил. Но больше всего их интересует шоу. Как выступил кандидат на дебатах? Были ли у него эмоциональная искренность? Вот почему особенно важно готовить не только контент, но и самого кандидата, тренировать его перед дебатами. Мы начали готовить Эдуардо к дебатам за 2 года, и он сам также, конечно, участвовал в этом, целенаправленно готовился. Дебаты это также площадка столкновения, кандидаты эмоционально вовлекаются в дискуссии и это то, что нравится публике. Обсуждение прошедших дебатов носит общенациональный характер.

## THE DEBATES

*Historical importance*

*Presence of several candidates*

*Sometimes Controversial*

*Always a place of confrontation*

*Wide repercussion in the nation*





называет «ла болета» и он всегда содержит имена всех кандидатов в партии или блоке партий (альянсе). В Аргентине вы всегда голосуете за список партии.



На нижеследующем слайде представлена небольшая электоральная статистика по Аргентине, следующие президентские выборы пройдут через несколько месяцев – в октябре 2015 года.



Также вы можете посмотреть постеры кандидатов, образцы политической рекламы в Аргентине.



Теперь я хочу показать вам несколько аспектов проведения избирательных кампаний в Чили, которые проходят каждые 4 года. Голосование не является обязательным. В настоящее время в Чили проходит реформа избирательной системы. С 2017 года в Чили будет 155 депутатов и 50 сенаторов.

**CAMPAIGNING IN CHILE**  
*The Election Process*

Presidential election in every 4 years  
**13,5 million voters**  
Non-compulsory voting

Recent changes were approved in electoral legislation  
End of binominal system  
Different years of election and different lengths of mandate (**4 to 8 years**) by region

From 2017 it will be:  
**155 parliamentarians**  
**50 senators**

Source: Electoral Service

Ниже представлены образцы политической рекламы, в т.ч. с образом действующего президента страны – Мишель.



Если мы технически сравним визуальную составляющую кампаний в Латинской Америке, то мы сможем увидеть разницу. В Чили постеры гораздо более лаконичны, более «чистые», чем в Аргентине или Мексике, сообщение более четкое и короткое. В Аргентине же на постерах очень много информации, они буквально ею набиты. Я не хочу сказать, что Аргентина что-то делает неправильно, я хочу сказать, что они по-разному получают и доставляют «меседж».

Рынок политтехнологий в Латинской Америке огромен. Вы можете перемещаться и каждый год где-то проходят важные выборы. Давайте посмотрим на календарь выборов в центральной части континента.

## CAMPAIGNING IN CENTRAL AMERICA & CARIBBEAN

*Next elections:*

**2015:** Guatemala, Haiti and Trinidad Tobago

**2016:** St. Lucia, Jamaica, Dominican Republic and Nicaragua

**2017:** Belize, Honduras and Bahamas

**2018:** Grenada, Barbados and Costa Rica

**2019:** El Salvador, Antigua and Barbuda and Dominica

Source: International Institute for Democracy and Electoral Assistance





Особенно интересной и затратной представляется политическая борьба в Панаме, где в прошлом году я работал. Интересно, что в Панаме принято правило, что любой район, достигший уровня в 40 тысяч жителей, формирует избирательный округ.

**CAMPAIGNING IN PANAMA**  
*Electoral System*

*Each district with more than **40,000** inhabitants forms a constituency*

***71** members of the National Assembly*

***26** were elected in single-member constituencies*

***45** by proportional representation in multi-member constituencies*

***1,88** million total voters*

Source: Election Tribunal

Проведение политических кампаний в Панаме очень и очень дорого ( в пересчете на затраты на получение одного голоса избирателя) в сравнении с другими странами Латинской Америки



Я также очень коротко хочу показать вам случай Мексики, особенности ее политических коммуникаций с точки зрения Бразилии. Качество продюсирования и режиссуры роликов (фильмов) является в Мексике весьма высоким. Затраты на производство короткой политической рекламы с точки зрения выбора мест съемок и операторской работы иногда просто поражают.



Спасибо большое за внимание. Готов ответить на возникшие вопросы.



## Выступление Жизель Перезблаз (Мексика)



Всем добрый день. Мой приезд сюда был сопряжен со множеством сложных обстоятельств. Тем не менее, я здесь, в Москве.

Моя презентация будет в основном посвящена кризисам и тому, как ими управлять в ходе избирательной или любой другой медийной кампании. Сразу отмечу, что управление путем молчания было бы самой худшей ошибкой в кризисе.

Для меня очень важно рассказать вам о том, как проходят коммуникационные кампании в Латинской Америке. Во-первых, нужно отметить, что мы чрезвычайно в этом смысле регионализованы. Для того, чтобы получить хорошее представление о том, как формировалась и зрела демократия в Латинской Америке, необходимо рассматривать не только институциональную базу политических партий. Крайне важным аспектом являются рациональные и иррациональные характеристики самих избирателей.

Избирательные кампании в Латинской Америке очень многосложны. Потому что и язык, и визуальные аспекты (эстетика) чрезвычайно сложны – во всей Латинской Америке. Я работала и в Гватемале, и в Венесуэле, и в США для латиноамериканских избирателей – везде это так. В этом смысле требуется понимать и ощущать эту эстетику. За последние полвека писатели из Мексики, Колумбии, Перу (Габриэль Гарсия Маркес, Хулио Кортасар и другие) пытались в своем творчестве это как-то отразить. Очень важно погружение в какие-то более глубокие аспекты нашей жизни, важно понимать этот контекст, потому что



именно в рамках такого контекста происходит коммуникация. Например, мы в Мексике боимся унижения более, чем чего-либо еще, и, исходя из этого, в обществе формируется определенное политическое поведение. Не зная этого, невозможно понять поведение мексиканцев в рамках избирательной кампании. Очень важно ощущать эмоциональную поддержку. Поэтому мы формируем стратегии, которые преследуют не только стратегическую цель, но и учитывают и территории, и отдельные социальные группы, которые участвуют в процессе.

В Латинской Америке нам нравится верить, питать себя надеждами, поэтому кампании проводятся именно на основе надежды на лучшее. Латинская Америка хочет подняться над ложью прошлого. Потому что ложь, конечно, – составляющая часть того, что мы из себя представляем. Когда вы продаете мне мое будущее и то, как мы можем его достигнуть, хорошо, если вы говорите мне то, что я хочу слышать. Таким образом вы выказываете мне уважение. В этом смысле вы можете рассчитывать на чувство благодарности и поддержки среди населения. Если говорить правду и только правду, развенчивать мои надежды, то очень важно понимать, что это может полностью поменять контекст коммуникации.

Очень важно понимать происхождение общих тенденций, которые в Латинской Америке существуют, исходя из истории самого региона, с его наследием колониализма, при котором существовала власть крупных землевладельцев, – это любовь, но при этом умолчание своих настоящих чувств и намерений. Во время избирательной кампании вы носите маску. Например, я беру вашу футболку с вашим логотипом. Допустим, мне нравится то, что на ней нарисовано, но вы при этом не знаете, как я буду голосовать. Сегодня я могу взять вашу футболку и показывать тем самым, что верю в то, что вы преподнесете. Но это не значит, что я буду за вас голосовать. Это просто большое шоу, где вся страна – это сцена в течение 9 месяцев, пока проводится избирательная кампания.

Теперь я покажу вам некоторые цифры. Мы – эксперты в области кризисного управления. Это непосредственная моя специализация, начиная от катастроф и заканчивая политическими скандалами. Я обожаю свою работу, поскольку каждый год что-то подобное у нас происходит. Например, в прошлом году было 32 скандала, один за одним. Это может формировать эмоциональное поле гнева. Но мы боремся с этим посредством юмора и сатиры, что позволяет нам преобразовывать негатив.

Мне нравится пример в древнегреческой мифологии образ химеры, которая терроризировала регион Малой Азии, оставляя за собой полное разрушение. Она имела тело козы, задняя часть змеи, а голова была как у дракона или льва. Все описания согласуются в том, что это чудовище изрыгало пламя. Наконец, химеру победил Беллерофонт – герой, который смог одолеть ее, потому что покрыл острие своего копья свинцом, который расплавился тогда, когда химера попыталась обжечь героя. Видимо, свинец попал во внутренние органы химеры и привел к интоксикации этого существа, что и привело к его гибели.

Таким образом, кризис – это химера. Все очень просто. Мы в большинстве ситуаций переживаем кризис. Когда мы начинаем работать с кандидатом, то начинаем выводить его из кризиса. В этом смысле мы должны вывести его из этого состояния химеры и передать ему человеческие черты, чувства, превратить его в обычного человека. Во всех прочих странах возникает некий субъективный катарсис с точки зрения допущений, верований и общественных ожиданий. Есть объективный катарсис, который образуется в результате реальных действий, ситуаций, реальных измеряемых событий. Вторая позиция – осознание



кризисов с точки зрения формирования выходов с помощью коммуникации. Третий элемент – медийный аспект участия.

Сегодня в Латинской Америке все наоборот: 90% того, что происходит в кризисе и политической коммуникации, зависит от субъективной составляющей, от ощущений, а не от того, что происходит в реальности. Это очень важный момент. Когда вы пытаетесь оперировать фактами, это ведет к коллапсу. Поэтому имеет значение не то, как правительство работает в моей стране, а то, что вы говорите о моем будущем. Т.е. материальное против воображаемого. В этом смысле существует разница между консультантом и стратегом, потому что консультант в состоянии продемонстрировать, прежде всего, конкретный путь, а стратег в первую очередь обращается к воображаемому – к тому, что может быть или будет, что требуется для того, чтобы добиться желаемого.

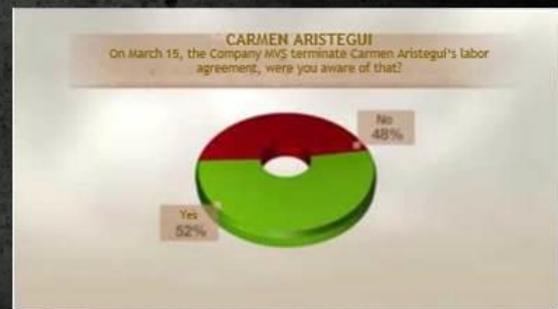
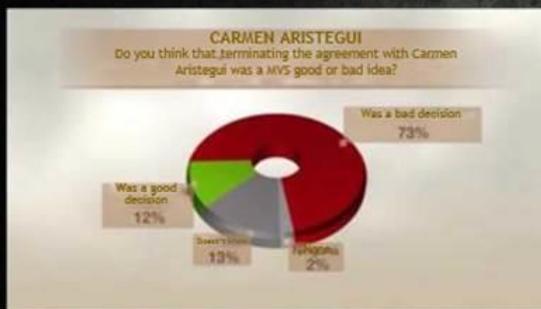
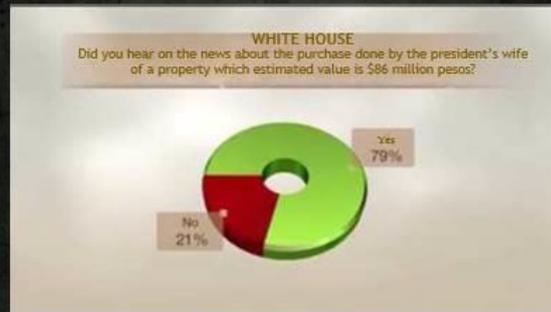
Контроль над разрушением – это распространение, скорость, общественное мнение и восприятие. Мы полагаемся на СМИ, чтобы через них передавать новости. Это первый путь, медленный. Второй – быстрый путь — это слухи. Существуют разные скорости распространения информации, необходимо учитывать этот аспект, так как мы не всегда в состоянии эффективно управлять этим процессом и тут нужно прилагать дополнительные усилия.

Это – оборонительная стратегия, которая очень плохо показывает себя в большинстве стран Латинской Америки, потому что они начинают коммуницировать посредством институтов, а это не работает. Необходимо действовать и коммуницировать именно через человеческие ощущения и чувства, и уже далее регулировать стратегию.

На следующем слайде я покажу несколько типов скандалов, очень крупных для Мексики политических скандалов.



The political scandal (*scandalometer*) to dilute networks and audiences coverage.



AGURO

Невозможно представить более крупных скандалов, чем эти три, представленные выше схематично. Тем не менее, только 79% населения отреагировало положительно: что да, они будут помнить об этих скандалах. Слышали ли вы в новостях о том, какую покупку совершила супруга президента, которая потратила 83 миллиона песо (примерно \$10 млн.)? Только 79% говорят, что она сумасшедшая, раз это обсуждалось даже на улице. Это – причина, по которой можно коммуникации организовывать посредством эфира. Поскольку есть 89 миллионов избирателей – вы иначе не сможете до них добраться. Необходимо проводить все в т.н. полевых условиях.

Второй случай (внизу) – скандал с увольнением журналиста. 73% отметили это событие и среагировали на него. Это была не избирательная кампания, а только выражение мнения людей через медийные каналы.

Например, о нашем президенте распространяются анекдоты в интернете. Можно оценить креативность, с которой мексиканцы изображают его. Такое невозможно произвести через официальные институты и организации. Скандал в интернете, который был креативно создан, формирует общественное мнение.



## LA REACCIÓN EN EL ESCANDALO

El problema esencial con los escándalos es que deben analizarse en 3 distintos contextos: el mediático, el social y el político.

La estrategia actual para desgastar al ejecutivo esta concebida para presionar al limite al presidente y cada error comunicacional da municiones para crecer escándalos, pero ese no es el objetivo final.



AGÜRO

Мексиканский министр Дэвид Коренфельд использовал вертолет, чтобы избежать пробок, когда уезжал с семьей в отпуск. Если запустить такую новость в интернете, что происходит с избирателями? Они попросту выходят из себя и начинают активно обсуждать. 73% человек не знают, что этот человек представляет из себя, чем он занимается. Это, прежде всего, возможность людей реагировать посредством чувств, нежели реагировать на чьи-то конкретные ошибки. Не важно, знают они его или нет. В Латинской Америке люди предпочитают доверять не легитимности, законности, а сильной руке, поэтому готовы даже мириться с отклонениями от законных норм.

В Мексике невозможно коммуницировать со всеми одинаково. Необходимо адаптировать аспекты коммуникации к каждому конкретному региону. Каждый штат в Мексике отличается серьезным образом от другого. Если все делать одинаково, то просто проиграешь. Всего в Мексике 70 штатов, и нам пришлось по каждому из них формировать коммуникацию по-разному. Благодаря этому, удалось добиться практически 80% голосов избирателей.

Это – другая избирательная кампания, которая проводилась по-другому. На нее были потрачены очень большие суммы. Здесь мы обращались к электорату из бедных слоев населения. Каждый раз, когда кто-то из других кандидатов пытался напасть на этого кандидата, ему благодаря таким нападкам удавалось набирать дополнительные очки. Т.е. кампания была построена на таком антагонизме, на скандалах. Это как раз тот политик, которого мексиканцы и хотели бы видеть. Но он из Уругвая.



АУГУРО

(Слоганы:) Я не бедный, я – честный. Жизнь – это роскошь. Я живу по справедливости – с тем, чтобы не лишать себя самого насущного.

Это такой моральный пример Латинской Америке.

Для контркампании необходимо обращаться к каким-то неправильным действиям и преобразовывать их в анекдот или в шутки. Изначально были сделаны постеры, потом стикеры, которые приклеивают на машинах. Людям такое нравится всегда.



El ingenio del pueblo está en sus chistes, el genio en sus chismes y el temperamento en sus escándalos. Si quiere conocer a un pueblo no puede perderse ninguno de los tres.

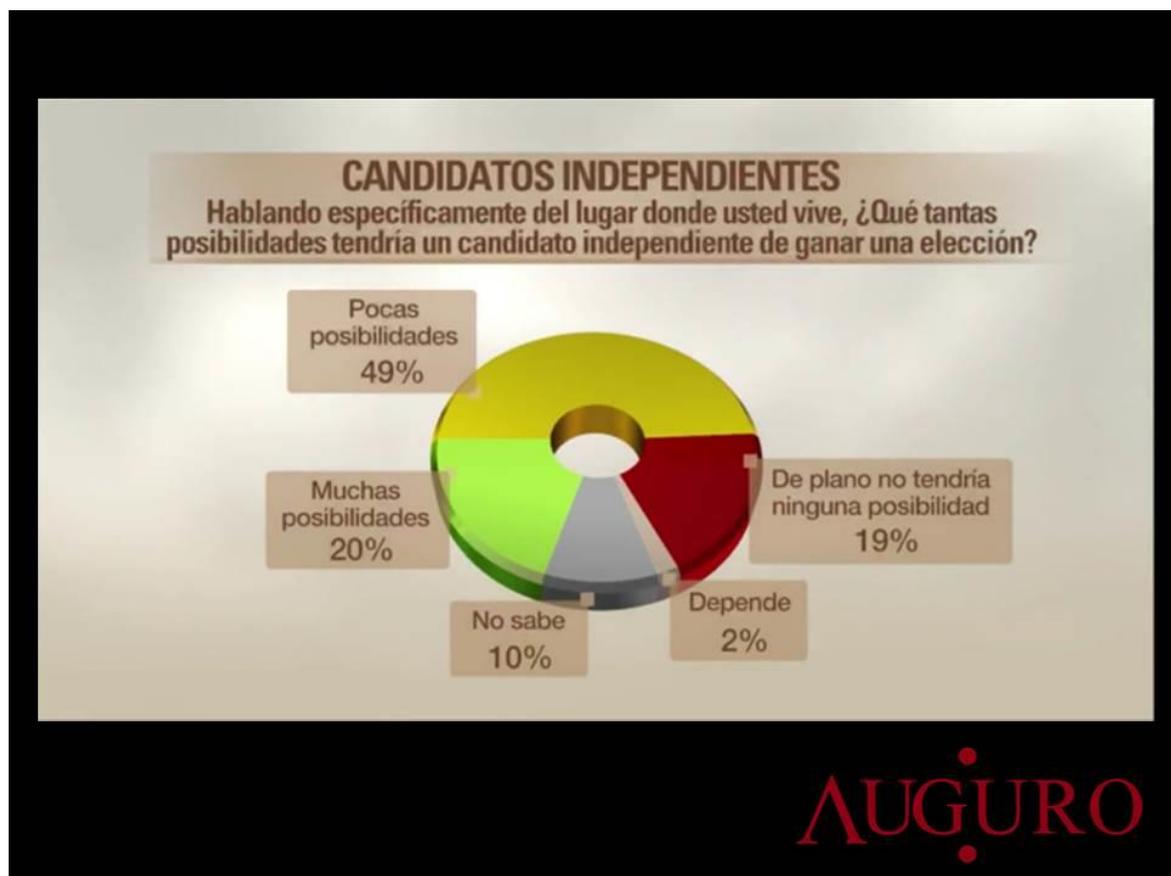


Soy prole ctura

librerías  
**penanieto**  
www.penanieto.com.mx

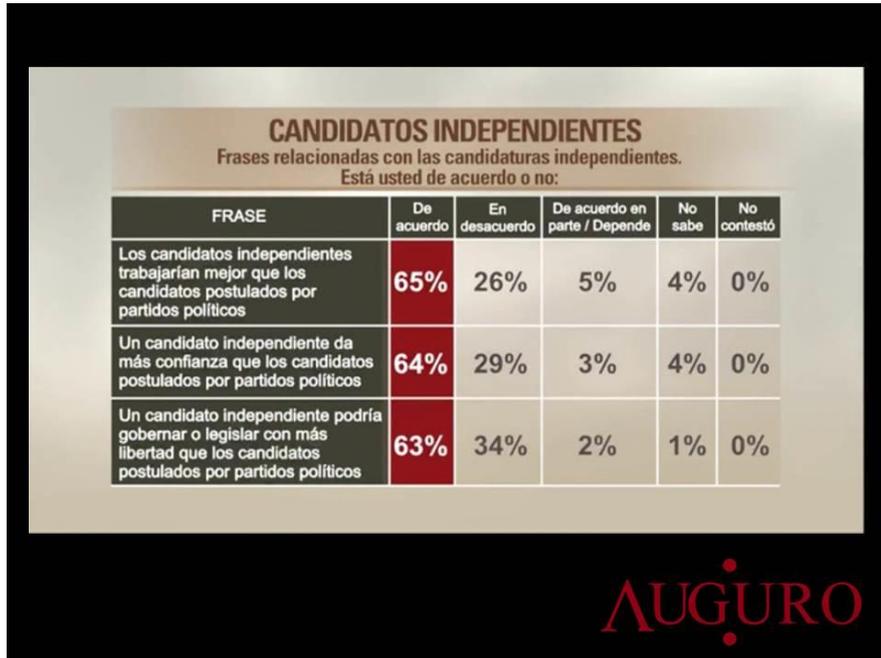
Вот точка перелома, характеризующая нашу партийную систему. В 2015 году закон впервые позволил нам выбирать независимых кандидатов, и это стало реальной проблемой для традиционных партий. Это можно представить на примере гонки автомобилей, где пилот должен быть мастером. Но важен еще и болид, на котором он едет. В этом смысле независимые кандидаты доказали: если вы являетесь замечательным водителем, тогда граждане, то есть автомобиль, на котором вам можно будет ехать, достанется вам. В Мексике сегодня 49% жителей говорят, что будут голосовать именно за независимых кандидатов. Не важно, кто они и откуда. Они будут голосовать только на том лишь основании, что кандидат является независимым.

Людям задавали вопрос: будете ли вы голосовать за независимого кандидата? 49% сказали «да», 19% сказали «нет».



Второй по важности город в Мексике. Там губернатор, который победил на выборах, был независимым кандидатом. Он выступал и стал говорить правду. Одному – ты вор, еще что-то и т.д. В итоге около 49% избирателей отдали свои голоса за него.

Поэтому эти цифры сейчас меняются. 90% верят в то, что независимый кандидат может выиграть. Фразы, которые относятся к независимым кандидатам: 65% считают, что они лучше работают, 64% считают, что им можно больше доверять. Также большой процент респондентов считает, что они лучшие администраторы, управляющие, несмотря на то, что за ними не стоит партия.



Это поворотный момент в сознании избирателя в Мексике. Вы – замечательный водитель. Если вам требуется моя политическая поддержка, то я могу легко как избиратель, как гражданин вам ее предоставить.

Вот, к примеру, один из кандидатов, с которым я работала. Я называю его «бык», потому что у него такая фамилия, говоря по-русски, Быков.



Здесь – отсюда и вот до той точки (см. иллюстрацию выше) – люди, которые пришли на заседание поселкового совета, чтобы сказать, что они хотят выбрать его в качестве мэра. Это было все чрезвычайно спонтанно. В Латинской Америке такое происходит, когда люди вам доверяют.

Вот это как раз тот, кто поменял нашу политическую систему. Раньше он принадлежал к конкретной партии, но разорвал с нею отношения. Он заявил: я знаю, что могу победить на выборах. Я обещал Богу и своему сыну в своем сердце. Когда он был мэром, то его сына похитили представители наркокартеля. Он начал с ними бороться, стал благодаря этому известным и победил на выборах. Он стал известен как человек, который смог победить картель. Это была самая дорогостоящая избирательная кампания на моей памяти и в моей профессиональной жизни.

Вот здесь видите, что написано? Люди стали брать эти майки и стали менять название на его прозвище.



Он потратил деньги на то, чтобы его таким образом прорекламовали. Т.е. взяли майку какого-то кандидата и поменяли то, что было написано. Вот почему его противники были повержены. Во-первых, тебя узнают, потом над тобой смеются, потом тебя начинают ненавидеть, и в результате ты побеждаешь.

Это как раз – уличное искусство, которое у нас в более бедных районах очень заметно. Так что, когда я говорю о графическом дизайне, то, прежде всего, о такого рода примерах.



Например, мы делаем такой перформанс, который я называю «герой каждого дня». Это избирательная кампания, которая проводилась среди детей Мехико.



## ASPECTOS QUE GENERAN IMAGEN



Вот это – выборы мэра. Если бы я его одела в костюм, то все, он бы умер как кандидат. Здесь надо было взять его как личность и создать какое-то движение. Суть именно в том, как приходится в самом большом городе мира. Все находится в мобильности, в движении. Это создавало основу для его восприятия в качестве политического кандидата.



Затем – вездесущность кандидата. Поскольку нам приходится перемещаться по большой территории, то приходится учитывать это. Кандидата там нет, но она там как будто присутствует (см. иллюстрацию ниже ивент с ростовыми фигурами кандидата). Надо, что называется, находиться повсюду и, таким образом, формировать восприятие кандидата.



Безусловно, кампания при этом должна еще служить местному сообществу. Вы должны не только продвигать своего кандидата, но представлять актуальные идеи, а также организовывать все так, чтобы оставалось ощущение какого-то праздника. Это важно, чтобы потом это преобразование было использовано в связи с данным кандидатом.



## Campaña al servicio de la comunidad



Здесь мусорная свалка. 120 тонн мусора удалось вывезти с улицы. 62% непосредственно голосующих проживало именно в этом районе. Их удалось организовать на уборку. Конечно, они меня после этого ненавидели, но недолго.



АУГУРО



АУГУРО

Добираясь от вашего дома до места работы, вы проходите мимо многих мест. Вы не ожидаете увидеть визуальные образы какой-то избирательной кампании. Этим надо пользоваться, чтобы люди видели.





Представленный ниже кандидат создает социальные программы, которые привязаны к желаниям, а не к потребностям. Например, кто-то желает какой-то статус приобрести, какие-то развлечения получить. И он пытается это продать – не себя, а, по сути, посредством себя стремится продать вам ваши собственные желания и мечты (конкурс красоты).



## Propuestas basadas en deseabilidad vs necesidades



Мы в Латинской Америке сейчас пытаемся менять такое положение вещей. Всегда есть официальная версия, и есть то, что непосредственно происходит в конкретной территории. Они серьезно отличаются по содержанию. Потому что мы не пытаемся строить свое будущее на какой-то коллективной мечте, а именно учитывать чаяния каждого отдельного человека и гражданина.

Например, я готовила это для кандидата Веракрус. Первый этап ее избирательной кампании был привязан только к образу музы города, а уже после этого мы ввели в это образное поле самого кандидата. Основной замысел сводится к тематическому выбору: женщина, розы и т.д. Сама партия маленькая, но в данном случае не важен политический бренд. Когда коммуницируешь тематически, можно обращать на себя внимание людей. Допустим, тех, кто в обычной ситуации никакого внимания к политике не проявляет.



На угловом стенде (см. иллюстрацию ниже) написано: «Устал от одного и того же?». Завернешь за угол – увидишь надпись «Перемены в твоих руках!» и имя кандидата. Если бы повесили просто его фотографию, никто бы за него не голосовал. Я вот эти следы помещала прямо на тротуаре рядом со слоганом, их можно водой смыть. Во время избирательной кампании необходимо быть везде – и на стенах, и на тротуаре. Нужно использовать и неожиданные места. Да, можно просто разместить привлекательную графику, но в данном случае мы говорим об изменениях для прохожих, и это можно обыграть. Допустим, кто-то ищет валютный обменник. Обменник – изменения. Перемены – обмена валюты на валюту? А тут – перемены политического характера.



Помните, что я говорила про гордость? Это – Тихуана, пограничная зона. Хочет ли кто-то из тамошних жителей переехать в Сан-Диего? Нет. Эти люди чтят свои корни, поэтому мы поставили там вот такой билборд.



Я замечала, что по истечении двух недель проходит первый этап кампании, и необходимо менять тональность и содержание. В течение кампании необходимо около шести раз менять тональность.

Вот это – традиционные образы:



А это – нетрадиционные в медийной части. Тут сенатор и кандидат в правительство одного из самых влиятельных штатов Мексики. Мы делаем его тут более человечным, поскольку люди думают так: я не буду слушать то, что вы говорите, если я вам не доверяю.



Это – уличное искусство. Студент, который бросает учебником в президента.



Ниже на слайде показано, как мы формируем человеческий облик кандидата. Мне кажется, что это – самый лучший способ добиться желаемого результата, т.е. вы уже не чопорный в черном костюме и белой рубашке, стоящий на подиуме где-то.



LUGURO

Это – мэр третьего по важности города в Мексике. Посмотрите на лица сограждан. Очень трудно добиться такого выражения на лицах политической речью.







Еще один пример – постер, который может сказать больше, чем можно сказать словами.



ЛУГУРО

Хочу подчеркнуть, что у нас действительно очень сложная избирательная система. Я коснулась только медийного аспекта. Можно победить на выборах посредством этого инструмента. Можно победить в коммуникационной борьбе. Но, чтобы защитить свои голоса, нужно учитывать, какова структура политических партий. У нас есть избирательные округа. В таком округе ты должен сформировать сеть территориальных агентов или связных. Здесь – женщины, далее молодежь, потом пожилые люди, далее гражданские служащие, далее – какие-то неправительственные организации. Каждая составляющая должна способствовать процессу и гарантировать, что в день голосования люди пойдут и будут голосовать, как надо. Посредством этого формируются личные связи между группами. Очень важно все учитывать тут с точки зрения цифр и номеров, по которым ты их распределяешь, чтобы таким образом прогнозировать, какое количество голосов ты можешь ожидать. Тратить соответствующие средства, чтобы такого рода результат был гарантирован.

Аспект территориальности очень сложен. Нам приходится людей, которые составляет основу избирательной команды, постоянно перемещать, чтобы те могли призывать людей не лениться и идти голосовать. Как было сказано, примерно 200 тысяч долларов из бюджета кампании уходит на организацию этого процесса. Это официальная цифра. В большинстве случаев в наших избирательных кампаниях нам необходимо учитывать это вдвойне. Потому что у нас есть 2 миллиона мексиканцев, которые находятся



в США и голосуют там. Поэтому большинство территориальных кампаний, которые мы проводим, должны также еще соответствовать законодательству США и самой Мексики. Спасибо!



## Дискуссия



### **Евгений Минченко:**

- Предлагаю сделать следующие выступления по 10 минут.



**Глеб Кузнецов:**



- Хочу поблагодарить Евгения за то, что он здесь нас всех собрал. Очень интересно знать, как происходят избирательные кампании в других странах. Но я позволю себе коротко поговорить не о выборах, не об избирательных технологиях, а о самой политической системе Бразилии, которая не очень хорошо знакома здесь собравшимся.

Важно понимать, что Бразилия как демократия существует примерно с 1984 года. Т.е. нынешнее поколение политиков имеет опыт существования при диктатурах. Это оказывает на них существенное влияние. Нынешняя президент жила в тогдашних политических реалиях, она была жертвой политических репрессий. С одной стороны, это является хорошим предохранителем, чтобы такое больше не повторялось. С другой стороны, формирует другое отношение к жизни. Человек попроще смотрит на некоторые условности, на то же общественное мнение.

Что произошло, когда она стала демократической страной? Бразилия столкнулась с проблемой, что значительное количество населения было неграмотным. По разным оценкам, от 20 до 30% населения. При этом выборы были устроены следующим образом, что нужно было прийти и вписать фамилию кандидата. В стране, где 25% населения неграмотно, это создает определенные условия для манипулирования голосами избирателей.

Однако Бразилия двигалась вперед. Если не ошибаюсь, это чуть ли не одно из первых государств, где голосование переведено в электронную форму.

Сама система начала формироваться давно. К ней сейчас есть определенные вопросы, потому что это фактически «черный ящик». Гарантий того, что все будут голосовать за ту или иную партию, нет никаких. Центральное правительство начало бороться с тем, что практически разлагало демократию в Бразилии, – а именно с региональными силами и способами борьбы. В Бразилии каждый региональный штат контролировали определенные семьи. К этим семьям можно отнести семью одного из первых президентов Бразилии Сарнели. Но центральное бразильское правительство решило эту систему побороть. Борьба ведется достаточно серьезная. Так, в 2009 году



четверть из избранных губернаторов были отстранены от власти потому, что они допускали нарушения при своих пере выборах. Это были т.н. наследственные губернаторы.

Но при том можем ли мы говорить о том, что бразильская система является хорошим образцом для подражания? Я думаю, что нет. Потому что на смену одним формам коррупции, как например семья Сарнели была отстранена от власти, когда у первого президента нашли в коробке из-под ксерокса большую сумму денег. На сегодняшний день основную сумму вложений в избирательные фонды составляют те, что дают крупные жертвователи, – компании, связанные с получением государственных заказов. Те люди, которые имеют государственные подряды на строительство для чемпионата по футболу, являются крупнейшими инвесторами в избирательные кампании, вполне официально и открыто.

Хорошо это или плохо? Вопрос не в этом, а в том, что в других странах голосуют не деньги, а политическая власть позволяет решать спорные вопросы. В этом важное отличие выборов в Бразилии от тех же выборов в Португалии, которые здесь стоят на несколько порядков ниже, потому что в Португалии политическая власть за собой никакой экономики не имеет. Мы сейчас видим, например, кампанию в Португалии, и ничего похожего на то, что показывал Пауло, ни по качеству, ни по экспрессивности, ни по идеям там не наблюдаем.

Итак, федеральное правительство Бразилии победило своих баронов по штатам, оно нормализовало ситуацию с черным налогом. Компании, которые раньше вносили средства неофициально, теперь делают это «в белую». Но федеральному правительству надо как-то продолжать избираться. В Бразилии есть большая традиция голосования против действующей власти. Первым президентом Бразилии, выбранным на второй срок, стал Кардозу не так давно. Даже военные диктаторы там менялись каждые пять лет, как и подобает демократической стране.

Спорный тезис: решают на выборах не ролики, а специальные программы бедным в обмен на то, что они выполняют определенные действия. Они отправляют детей в школу или делают им прививки, за это они получают деньги. Неофициально все понимают: основная политическая дискуссия идет насчет того, насколько больше нужно платить людям денег. Т.е. фактически, если следить за динамикой движения партий, то мы увидим, что партии среднего класса сегодня потеряли в численности. Сегодня продолжается движение партий влево. Это создает колоссальную проблему в Бразилии между богатым Югом и бедным Севером. Потому что плательщики социальных выплат – это южане, а получатели – это северяне.

Позволю себе следующий вывод. Как бы мы ни оценивали себе качество избирательных кампаний, качество роликов (которые на самом деле превосходны), эмоциональный характер голосования в Латинской Америке и т.д. и т.п., но нынешняя модель демократии, централизация власти от регионов в центре неизбежна. Мексики я не касаюсь, потому что она не похожа на другие страны, но то, что находится южнее Мексики, – это ведет все более и более к появлению чавистских режимов. Когда голосование на выборах не прямо, но опосредовано связано с получением в итоге государственной помощи, – на каждом новом электоральном этапе бедные все более дисциплинированно голосуют именно за тех кандидатов, которые являются получателями этой помощи.

Гениальная электоральная система была создана в Венесуэле, когда Уго Чавес ее построил на коренном населении, на жителях бедных районов. Сейчас наступает период, когда, прежде всего, в южных латиноамериканских странах эта система имплементируется



на новом историческом этапе. Поэтому чавистским режимам политтехнологи не нужны. Лучшим политтехнологом является сумма социальной помощи, которую получают жители бедных кварталов.

Уважаемые коллеги, я считаю, что как сообщество людей, которые заинтересованы и нацелены на демократию, мы должны понимать опасность чавизма, опасность прямого левого режима, как в Венесуэле, – мы видим его результаты, – так и в перспективе для других латиноамериканских стран. Прежде всего, Бразилии, Аргентины и т.д. Спасибо.

**Евгений Минченко:**

- Спасибо. Раз уж зашла речь о Венесуэле, то предлагаю Сергею Толмачеву рассказать о том, как он с коллегами мониторил президентские выборы в Венесуэле.



**Сергей Толмачев:**



- Спасибо. У меня есть опыт наблюдения за кампанией, которая была достаточно давно и в которой Чавесу противостоял такой кандидат, как Росалес, если вы помните. Была очень интересная кампания. Мы тогда собрали с друзьями небольшую съемочную группу и поехали в Венесуэлу. Причем нашей задачей было показать кампанию не сверху, не с точки зрения экспертов, политической системы, а посмотреть, как она происходит внизу, непосредственно на земле, в джунглях, в Маракайбо, в Каракасе, в других городах Венесуэлы.

Самое главное, что бросается в глаза, – та эмоциональность, с которой эти выборы проводятся. Эмоциональная составляющая на выборах в странах Латинской Америки, наверное, самая высокая в сравнении с остальными странами мира. Мне приходилось наблюдать выборы в европейских странах, в России. В Латинской Америки чувства и эмоции играют гораздо большую роль. Очень большую роль здесь играют различные акции, большие мероприятия, большие митинги. Мы называли их «выборы в стиле карнавал». Был такой момент: когда мы были в Каракасе, там был большой митинг Росалеса. Поскольку у него цвета были синие, то весь город был синим. На этом митинге, по разным оценкам, было от 700 тысяч до 1 миллиона человек. Причем, это было за 4 – 5 дней до конца предвыборной кампании. Честно говоря, мы были в шоке от такого большого митинга, поскольку не видели такого никогда. Мы ходили и говорили между собой, что, конечно же, победит Росалес, раз миллион человек сумел вывести на улицу. Надо сказать, что в Каракасе всего около 3 миллионов жителей.

А в это время по городу спокойно ходили люди в красном (цвета Чавеса) и говорили: «Это разве митинг? Вот митинг будет через два дня». И, действительно, через 2 дня вышло около 3 миллионов человек на митинг Чавеса. Все были в красных футболках, у них были специальные бейсболки, большие фигуры Чавеса были на улицах. Больше всего нас тогда поразило, как был организован порядок на этом мероприятии. Там были дружинники – агитаторы, которые не давали возможности конфликту перерасти в открытое



противостояние. Потому что все прекрасно понимали, сколько сторонников у Росалеса, они же недавно сами выходили на улицы. Даже когда возникали дискуссии, то эти люди вставали между дискутировавшими, и они дискутировали, так сказать, через ряд этих людей.

Три миллиона – большое количество людей. Мне очень понравилась технология сравнения количества сторонников кандидатов, которые приходят на митинг. При этом используются снимки из космоса. Сидят эксперты, оценивают заполняемость площадей и сравнивают количество участников, которое было на одном митинге и на другом.

Мы были и в других территориях Венесуэлы, и везде все это сопровождается игрой в барабаны, танцами, специальными речевками, заранее подготовленными, что является большой отличительной чертой; и все очень вовлечены в процесс.

Например, во время большого митинга Чавеса у нас было две камеры. Я пошел с одной из камер брать интервью. Сам я не говорю по-испански, а наш переводчик пошел с другими оператором. Я просто подходил и спрашивал: Чавес или Росалес? Человек начинал что-то рассказывать, а я в ответ кивал, говорил «си». Ну слово «Sí» я знаю, это по-испански «да». Минуты через 3 – 4 человек начинал иссякать, и я, чтобы поддержать разговор, говорил «Порке?» (por qué) – и человек заряжался еще минут на 5, что-то рассказывая. Я продолжал кивать, говорить «си, си». А потом человек начинал что-то спрашивать меня, и тут выяснялось, что я по hablo español, ничего не понимаю. Человек очень удивлялся – как же так, ведь мы с вами говорим уже целых десять минут! То есть эмоциональная вовлеченность была такова, что достаточно было двух слов, чтобы человек дал тебе десятиминутное интервью.

На разных территориях, где мы были, видели большое количество расклеенных везде плакатов. У нас такие технологии использовались в начале 1990-х, площадные. Люди клеили свою агитацию на все, что попадет, безо всяких ограничений, которые есть у нас сейчас в России, – разрешенные места и т.д. Мы видели огромную визуальную составляющую: билборды, плакаты, листовки, сувенирная продукция, фигурки Чавеса или фигурки Росалеса, маленькие солдатики Чавеса. Куклы вуду я не видел, это же все-таки не Гаити. Тем не менее, визуальная сопровождающая там была очень большая.

Плюс ко всему, мы видели, как работали местные депутаты. Там есть партия «Движение за Пятую республику». Мы видели, как агитаторы от партии ходят и агитируют по домам. Вовлечение было большое. Где появлялись сторонники разных кандидатов, там везде начиналась дискуссия. Жаркая такая, латиноамериканская дискуссия, где все кричали, ссылались на США. Вплоть до того, кого США больше поддерживают из кандидатов. Была и такая там интересная вещь.

Хочу сказать, что мне очень сильно запомнилась одна маленькая, но очень интересная технология. Росалеса. Они сделали тогда пластиковую карточку, которая называлась «Mi Negro». Была такая игра слов – моя черная, моя негрятючка. Всю нефтяную ренту Росалес предлагал зачислять на эту карточку. Причем, он даже высчитывал, сколько это будет составлять в месяц. На этом строилась его кампания. По всем городам были развернуты палатки, где раздавались прототипы этой карточки. Т.е. в будущем можно ее будет поменять на настоящую карточку. Когда я приехал обратно, то предлагал такое сделать некоторым российским партиям, но никто так из них и не рискнул. Мы бы могли сделать такую «карточку справедливости».



Скажу, что Росалес в публичном плане намного более слабый политик, чем Уго Чавес. Чавес как пламенный трибун мог выступать много часов без перерыва. Росалес быстрее срывал голос, хуже говорил. Тем не менее, он взял 38%.

День голосования нас тоже сильно впечатлил. С самого раннего утра люди шли на избирательные участки. Если говорить о том, чтобы что-то подписывать, то там была более простая система: нужно было окунуть палец в чернила и поставить в графе напротив кандидата. Поэтому очень легко определить, кто голосовал. Все люди после выборов ходят и показывают этот чернильный палец. Потом проходила высокая партийная мобилизация, когда партии мобилизуют своих членов. Не было никакого принуждения. Люди спокойно потом подходили и говорили, что наша партия отголосовалась.

Тем не менее, хочу сказать, что все технологии, которые мы знаем, на тех выборах использовались. Конечно, использовался личный ресурс кандидата. Использовались вот такие интересные технологии, как карточка «Mi Negro». Использовались расклейки, визуальная составляющая и т.д.

Хорошо, что мы здесь сегодня собрались, что приглашаем специалистов из разных стран, которые рассказывают о том, как у них выборы проходят. Потому что возможность окунуться в другую среду, в другую атмосферу, позволяет потом, когда ты проводишь выборы уже в нашей стране, смотреть по-другому, использовать какие-то новые ходы. Например, как можно воздействовать на рациональную составляющую, – этому мы можем поучиться у немцев, англичан, американцев. А как воздействовать на эмоциональную составляющую, – здесь в первую очередь нужно уже использовать опыт латиноамериканских стран. Спасибо.

#### **Висенте Барриентос:**

- Добрый день, дамы и господа. Хотел бы сказать спасибо организаторам и коллегам за доклады. По сравнению с Латинской Америкой, находясь в Москве во время выборов, я не видел политической активности и пропаганды против кандидатов, агитации в транспорте. Поэтому, возможно, латиноамериканские технологии эмоционального вовлечения избирателя могли бы оказаться крайне полезными, даже игра на скандалах.

Хотел бы уточнить, что современной демократии в Бразилии около 30 лет.

Что касается выборов в Венесуэле и Аргентине, то ситуация там выглядит достаточно критично для текущей власти. Также выборы предстоят в Бразилии и в Боливийской республике. Поскольку я имел возможность присутствовать там, имел многочисленные контакты с представителями парламентов, то считаю, что возможно будут внесены некоторые изменения в Конституцию, чтобы позволить Эво Моралесу избираться неограниченное количество раз. Что касается Бразилии, то по оценкам экспертов у Лула да Силва нет возможности быть избранным третий раз, внести изменения в Конституцию будет невозможно. Реванш противников правящей партии РТ все-таки есть.

#### **Жизель Перезблас:**

- Хотела бы добавить несколько слов о технологических аспектах выборного процесса. У каждого мексиканца есть карточка избирателя, это вопрос безопасности. Она является единственным документом (ID) для избирателей.

Это – наш национальный идентификатор с фотографией.



Если у вас ее нет, то вы даже не можете чек в магазине обменять. Это – во-первых.

Во-вторых, в этом году эта карточка приобретает особую важность, потому что у нас впервые в нашей истории нет региональных избирательных институтов. Избирается только одна централизованная комиссия, которая контролирует весь избирательный процесс, хотя есть 2000 избирательных участков. На оборотной стороне карточке есть штрих-код, который может сканироваться. Таким образом, эту карточку невозможно передать никому другому.

Кроме того, гарантируется еще тайна или конфиденциальность для голосующего тем, что это все сканируется не в одном устройстве автомате. Есть президентские выборы, есть парламентские выборы. Для них существуют различные считывающие устройства. Там есть специальный код, который является определенной мерой безопасности. Тем самым невозможно переходить из одной территории в другую. Этой карточкой вы можете голосовать только в определенных участках.

У нас существует 120 различных проблем, связанных именно с аспектами безопасности. Один из моих клиентов, который работает в институте национальных выборов, - мы с ним часто общаемся и смогли вычислить 3000 различных способов нарушения законодательства. Такие технологии являются не обязательными для проведения выборов в Латинской Америке, во-первых, из-за денег, разумности их траты. Если они потрачены на плохие действия, то это – кошмар. Но вопрос безопасности: поскольку у нас электронная карточка голосования с кодировкой, то теперь нет возможности, как раньше, пересчитывать вручную. Я теперь прохожу, моя карточка сканируется, и таким образом мой голос засчитан. Вот почему через два часа после того, как завершился процесс голосования, результаты выборов уже становятся известны. Таким способом гораздо легче обрабатывать голоса.

Но в этом году у нас вышел новый закон, новое очень важное правило. Если я могу доказать, что вы потратили больше денег на избирательную кампанию, чем это разрешено по закону, то в Мексике впервые становится возможным аннулировать результаты голосования и объявить кандидата не прошедшим. В этом году такое уже случилось, когда результаты выборной кампании 62 человек были полностью аннулированы, хотя там было превышение всего на 6 долларов. Так что в этом году, наверное, будет меняться порог суммы.



Тем не менее, что касается технологии подсчета голосов, то у нас это работает таким образом. Но при этом у нас интернет-кампании никак не регулируются, и там все проходит свободно. Можешь делать все, что хочешь, а на территориях физические действия все уже зарегулированы.

**Евгений Минченко:**

- Пользуясь правом ведущего, хотел бы задать первым вопросы. У меня их несколько. Они про технологии. Просьба к коллегам задавать вопросы практического свойства.

Первый вопрос. Интересно, насколько влияет совмещение выборов губернаторов и региональных законодательных собраний на результаты кампаний, насколько это широко используется? Особенно в те годы, когда совмещаются эти выборы.

Второй вопрос. Как работает система штрафов за неучастие в голосовании? (В Бразилии участие в выборах является обязательным).

Третий вопрос. Есть разные модели выборов президента в странах Латинской Америки. В Аргентине в первом туре надо набрать 45% голосов избирателей или 40%, если разрыв составляет более 10%. В Бразилии надо набрать более 50% голосов, иначе будет второй тур. В Мексике и Венесуэле нужно простое большинство голосов набрать. Насколько это влияет на устойчивость политической системы?

В 2006 году у вас в Мексике была волна массовых акций протеста и попытка опротестовать результаты выборов президента. Вопрос, который в России многих волнует: как удалось справиться с этой ситуацией, не допустить государственного переворота и признать легитимной кампанию с учетом того, что на улицы вышло тогда много миллионов людей? Спасибо.

**Пауло Маура**

- Мне кажется, что комментарии были очень интересными. Я хотел бы ответить. Первый комментарий касался системы переизбрания и голосования для неграмотных, риска коррупционности в связи с этим в Бразилии. Это сторона, на которую я хочу обратить ваше внимание. Там были люди, которые помогали голосовать. Каждый кандидат был ассоциирован с каким-то числом. У политической партии там стояла первая буква ее названия. Допустим, если вы принадлежали к партии, с которой я работал, то там было 4-0. О, а дальше остальная часть числа. Поэтому избиратели четко понимали по числу, что кандидат, за которого они голосуют, принадлежит он к той или к иной политической партии. Поэтому тут никто не пытался злоупотреблять неграмотностью людей.

Другой момент касается бывшего президента, который был губернатором, и его семья управляла одним из штатов. Но, на самом деле, это – штат, с которым я недавно начал сотрудничать. Меня радует, что вы упомянули его. Когда нас туда пригласили, а именно он нас туда впервые пригласил, то мы там провели анализ. Опросы показали, что их кандидат там не сможет победить. Мы сказали ему об этом. Он ответил: хорошо, но я должен обратиться к тебе с просьбой не работать с человеком, который будет на выборах нашим противником, и ни в коем случае соглашаться работать с другим штатом.

Поэтому такого рода комментарий четко указывает вам на то, что можно было ожидать. На самом деле, мы его советами не воспользовались. Мы работали с другим кандидатом, он победил, и теперь этот штат серьезно преобразуется.



Другой комментарий касался важности видеоматериалов политических партий – левых, правых и центристских. В Бразилии люди голосуют не за политические партии, а за конкретного кандидата. Не важно, левый, правый он или центрист. Потому что я видел, что люди, исповедовавшие правые взгляды, имели отличную точку зрения. Люди в Бразилии уже понимают и разбираются в том, что политическая партия, как таковая, не обладает возможностью влиять на то, что может поменяться в действиях губернатора.

Тут был еще упомянут один момент о бедном Севере и богатом Юге. Краткая справка: есть штат на северо-востоке Бразилии, где показатель роста ВВП на 2 пункта превышал все остальные штаты страны. Он был назван городом лучшим по качеству жизни.

Был еще момент важный, касающийся голосования. Много лет назад многие исследования указывали на то, что голосование – это рациональный момент. В моей компании мы работали много над проектами по управлению рисками. Итак, мы говорили о новых тенденциях и новых технологиях в политических избирательных кампаниях. Совершенно передовая вещь – нейромаркетинг или нейрополитика. Именно понимание того, как работает человеческий мозг. Мы начали такую работу в нашей компании 8 лет назад, поэтому являемся ведущими в понимании функционирования человеческого мозга. Результаты получены фантастические. Их суть заключается в следующем.

Решение не является рациональным. Процесс принятия решения обусловлен большим влиянием эмоциональных моментов. Не важно, кто вы и где вы. Коль скоро у вас есть мозг, и он функционирует, и мы это наблюдали в разных странах. Конечно, есть культурный аспект, который, вне сомнения, берется в зачет. Но в момент, когда человек решает, каким образом позиционировать себя, то и мозг действует также. Тут важно то, что решение не является только рациональным. Тут таким же важным по значимости становится эмоциональный аспект. Поэтому понимание и изучение этого, всю динамику коммуникационной кампании важно, потому что все меняется и позволяет достигать большей эффективности и большей точности с точки зрения достижения результата.

Теперь – по поводу вопросов, который задал наш коллега. Первое – он спрашивал, есть ли штраф в Бразилии, если вы не голосуете? Да, есть. Голосование – обязательный процесс. Но сам штраф настолько смехотворен по сумме, составляет 1 доллар или 50 центов. Это практически ничто. Но вам все равно придется его оплатить. Потому что, если вы не заплатите, то вам не обновят паспорт, не позволят открыть счет в банке и т.д. Сколько по статистике людей не ходит голосовать? На последние выборы меньше 10% не пришли голосовать.

Получается, что вы должны голосовать там, где прописаны, зарегистрированы. Если вы уезжаете в другое место, то заранее можете об этом оповестить и получить открепительный талон. Например, я живу в Ресифе (штат Пернамбуку) и еду в Рио. Тогда захожу в участок и говорю, что мне придется проголосовать там. Вот мой ID. Нет проблем. Пожалуйста. Мне просто распечатывают потом справку, что я проголосовал, поэтому не должен ничего платить.

Другой момент, который тут был упомянут, - на счет совмещения должность депутата, министра и губернатора. Если вы выиграли во всех трех избирательных компаниях, вы можете занять только один пост. Допустим, мэра. Выборы в Бразилии происходят каждые три года, но на различных уровнях. Например, в 2016 году будут выборы мэров и председателей горсоветов. Если парламентарий федерального уровня или сенатор хочет быть избран мэром, после того, как его выберут мэром, должен решить для себя: он хочет остаться федеральным парламентарием или стать мэром. Т.е. совмещать эти



должности нельзя. Однако, можно участвовать в выборах на любую должность, но потом только одну должность можно занимать.

Про фавелы (бедные кварталы) – очень важный момент. Потому что наркоторговцы – большинство из них живут в фавелах. Но я всегда говорю: те, кто там живут, все-таки не наркодилеры, разница существует. У меня были клиенты, которые имели там отношение к власти. Я спрашивал их: почему пошли во власть, ведь можно с жизнью расстаться в фавелах. Или человек не живет там, но говорит, что прочитает про фавелы, потом выступит, все. Мой клиент сказал, что в этом кроется ошибка. Нельзя понять бедность, читая про нее. Можно разобраться в бедности, только прожив ее или проживая в ней. Невозможно получить голоса избирателей, просто устанавливая с ними контакт. Можно добиваться этих голосов, если ты демонстрируешь вовлеченность в их жизнь.

Это был один из вызовов и удачных примеров в моей работе. Сейчас там идут серьезные изменения. Я всегда говорил, что раньше это было государство в государстве, которое устанавливало там свои правила жизни. Но очень многие жители фавел не являлись наркодилерами и рассчитывали на более качественный уровень жизни, что они будут решать, чтобы жизнь улучшилась. Случилось так, что правительство слабее, чем местное сообщество. Мы такой пример наблюдаем и на северо-востоке Бразилии, и в других регионах страны.

Поэтому я продолжаю питать надежду и всячески сподвигаю своих клиентов на то, что не нужно отворачиваться от бедности. Наоборот, нужно вступать с ней во взаимодействие. Не так, чтобы похлопывать людей просто по плечу, а приходиться туда, устанавливать там связи. Только тогда можно поменять общество.

Насколько можно голосование в Бразилии считать безопасным? У нас электронное голосование, есть считывающие устройства, так что мы идем и голосуем. В Мексике есть пластиковый идентификатор, сегодня все в цифровом формате. Показываете свой ID. После того, как проголосовали, уже не можете пойти голосовать куда-то еще. На последних выборах 55% голосующих использовали цифровой формат. На следующих выборах уже 99,9% всех подаваемых голосов будет осуществляться в цифровом формате. Это не позволит голосовать дважды или украсть у кого-то идентификатор личности. Так что сегодня все гораздо более безопасно, и результатам голосования можно доверять.

После выборов, на которых Марина Силва (кандидат в вице-президенты Бразилии и экс-министр защиты окружающей среды в Правительстве президента Лулы) после потери Эдуардо Кампоса (кандидат в президенты Бразилии, который погиб в авиакатастрофе, прямо во время избирательной кампании) стала кандидатом и заняла третье место, получив 19% голосов, обозначилось отсутствие ярких претендентов на следующих выборах в Бразилии. Отсутствие новых идей, попытки насытить ими новую повестку. Но у нас происходит борьба между двумя ведущими партиями. Одна из них – Партия Трудящихся (РТ), которую представляют Президенты Лула да Силва и Дилма Русеф. Другая Партия бразильской социал-демократии (PSDB) – там, где господин Кардозу. Последние четыре избирательные кампании самое острое противоборство возникает между этими двумя партиями. Эдуардо и Марина из Бразильской социалистической партии были третьей силой.

Прогнозы на следующие президентские выборы указывают на то, что невозможно точно сказать, что их выиграет. Поскольку в правящей Партии Трудящихся есть серьезные проблемы, есть случаи коррупции. С другой стороны, человек, который работал по-



старому, как в PSDB. У них есть там группа молодых людей. Но все-таки они не в состоянии дальше работать и взаимодействовать так, как они это делали в прошлом.

Теперь перейдем к вопросу голосования за депутатов и их заместителей. В Бразилии территориальная избирательная система такова, что вы голосуете по конкретным кандидатам, напрямую отдаете за низ свои голоса. Но иногда те, за кого было подано большинство голосов, не избираются. Это зависит от размеров политической партии. У них есть средний показатель голосов, поданных за партии. В этом смысле вас могут избрать. По какой-то причине вы перестанете соответствовать. Тот, кто занимал второе место, тут же будет на ваше место определен.

Допустим, идут выборы в государственную ассамблею. Одновременно происходят выборы мэра. Вы победили как мэр. Человек, который вторым пришел, не выиграл. Мэр может вас пригласить и назначить городским секретарем. В этом смысле вы не являетесь членом горсовета, а городским секретарем. Человек, который вторым пришел при голосовании на выборах в горсовет, - он занимает ваше место. Иногда люди говорят: я голосовал за то, чтобы он был в горсовете, а не городским секретарем. Вот почему некоторые политики, как только их приглашают губернатор или президент, или мэр, не принимают такого рода приглашения. Потому что на следующих выборах кто-то может сказать: я за вас раньше голосовал, но вы не стали тогда меня представлять, а поменяли место работы.

### **Жизель Перезблас:**

- У нас это тоже, и это – распространенная ситуация, когда происходит смена правых, левых и центристов. Например, один кандидат решил, что не хочет больше работать со своей партией, и он переходит в другую. Когда такое происходит, люди таких политиков наказывают. Потому что, когда читают про вас, - человек в своем рекламном листке пишет, что я хочу, чтобы вы меня выбрали парламентарием. 3 года для мэра и 6 лет для конгрессмена. Бывают случаи, когда люди переходят с одной должности на другую, и в Мексике это очень не любят и ненавидят. Поэтому, если вы хотите побеждать в избирательной кампании, то в первую очередь должны четко убедить всех в том, что не уйдете после выборов куда-то еще.

Мы сейчас ведем обратный отсчет к президентским выборам 2016 года. Это – тяжелое время. Есть новые игроки в этом процессе, есть новые правила, и, безусловно, будут формироваться новые избирательные кампании. Ситуация будет нелегкой. Самый серьезный вызов – это вопросы безопасности. Потому что в этом году уже было 16 случаев похищений на 16 территориях, 6 кандидатов погибли в этом году в результате покушений на них. Это, на самом деле, не очень много. Основная проблема – в коррупции. Это – как во время войны.

На мой взгляд, об этом можно много говорить. Я могу выслать статистику о том, как работает наша политическая система. Но я для того, чтобы работать, должна контактировать с лидерами неформальных групп, в т.ч. занимающихся не совсем легальным бизнесом. Поэтому тут вопрос не сводится только к безопасности, а к тому, чтобы не принимать участие в каких-то неполитических процессах. Потому что, например, в очень сложном городке Герреро я должна была сидеть с руководителем такой группы и просить его не делать никаких действий в пользу или против каких-то кандидатов. Важно, чтобы люди сами решали. Он меня послушал, согласился со мной. Вот такого рода беседы



и разговоры нам необходимо начинать до того, как начинается избирательная кампания. Потому что иначе все может быть очень плохо.

Известно, что результаты выборов не всегда зависят от истории человека, его имиджа и от суммы денег, которую вложили в избирательную кампанию. Есть большая зависимость от удовлетворенности людей институтами власти. Вот, где вызовы для нас: напоминать людям о том, что вот этот гнев, неудовлетворенность. — от них можно избавиться за счет существующих институтов власти, а не в обход или без них.

У нас 89 миллионов зарегистрированных избирателей. Это – большая цифра. В том году 33% избирателей вышли на голосование.

Несмотря на существующие проблемы, прогресс в Мексике достигается. Существует еще риск того, что может возникнуть гражданское неповиновение. Поэтому выборы являются цивилизованным действием в демократическом обществе, посредством которых можно решать различные проблемы и претензии. Вот почему мы против нулевого голосования. Потому что люди выходят на участки и аннулируют свои бюллетени. Мы же стараемся это предотвратить, потому что наша система помогает развиваться партиям, позволяет им получать деньги на выборы.

Подчеркивание верховенства закона очень важно, потому что мы должны защищать наши избирательные институты. Мы входим в число 28 ведущих экономик мира. Так что деньги у нас есть. Проблема состоит в том, как правильно их использовать.

У нас выборы идут каждый год в разных штатах. Самый большой прогресс – когда идут президентские выборы. Я их называю «каскадо» — происходит эффект водопада, когда есть кандидат, который популярен. Причем, популярность эта соотносится с той партией, которую он представляет по сравнению с другими кандидатами этой партии, которые выдвигаются. Если этот имидж как-то серьезно подпорчен, то возникает обратный эффект. Это также влияет на ваш партийный бренд. Поэтому необходимо как-то отделять себя. По каждой кампании, которая нами проводилась, я всегда вела количественные измерения, качественные измерения. Если имидж партии становился крайне негативным, то я именно разделяла кандидата и партии, используя различные технологии.

В состав нижней палаты входит 500 представителей, все они обновляются каждые три года именно по персональным представительствам. Это – часть нашей политической системы, т.е. необходимо быть представителем, пропорциональность. Когда люди перестают голосовать, то в случае, если у вас есть деньги или место в парламенте, то вы всегда можете гарантировать себе представительство там. В политических партиях не могут состоять меньше, чем 300 членов. Если вы потеряли процент, то теряете право на представительство. За этим нужно очень серьезно следить. В общих местах должно быть так, чтобы ни одна политическая партия не достигала общего количества всех мест в парламенте, которое превосходит 8% от общенационального подсчета голосов. Если партия выигрывает более 55%, то она не может получить более 33% мест, или 250 из 560 мест парламента.

Что мы делаем, как партия? Мы своих самых влиятельных людей помещаем чисто номинально в списки. Они не выходят на выборы. Потом заводишь более популярных – тех, кто может победить. Вот почему конгресс в Мексике настолько влиятелен и силен. Потому что именно там концентрируется вся власть и влияние в стране. Даже больше, чем на уровне президента иногда.

Выборы парламентариев в нижнюю палату осуществляются по принципу мажоритарности. Скажу честно: регионы полностью контролируются губернаторами.



Невозможно победить в штате, не пользуясь поддержкой или не учитывая влияние губернатора. С этим надо считаться. Если ты выступаешь против губернатора, то это означает, что ты борешься со всей избирательной машиной всего штата. Это важно понимать. Иногда мы видим, что лучше, возможно, для президента даже потерять регион для своей партии, но при этом победить с кандидатом и уже тогда начать переговоры по изменению позиции влияния. Это имеет смысл для партии, чтобы добиться договоренностей в конкретном регионе.

У нас есть другая проблема – это участие женщин в политике. В этом году вышел закон, что 50% мест парламентариев должно быть занято женщинами. Мы привыкли к ситуации, когда женщин выдвигали кандидатами. Когда они выигрывали и проходили в парламент, то часто брали самоотвод и чаще всего в пользу мужчин. Был случай, когда 60 женщин одновременно взяли самоотвод. Поэтому и был принят такой закон о 50%. Это хорошо для развития, потому что такой системе люди больше доверяют, но это плохо для политической структуры, потому что женщины не так влиятельны.

**Евгений Минченко:**

- Есть у вас квота для ЛГБТ?

**Жизель Перезблаз:**

- Для геев и лесбиянок? Нет, такой нормы у нас нет. Дать представительство женщинам гораздо важнее. Почти 60% населения в Мексике составляют женщины. Но у нас есть партии, где есть представители ЛГБТ. Кроме того, у нас почти не были представлены этнические меньшинства, и это неправильно, конечно. Они должны быть. Мы хотим и работаем над тем, чтобы они вошли в парламент, имели своих представителей.

Еще мы не осветили вопрос про кризис президентских выборов 2006 года, как именно удалось справиться с ним? Это происходит каждый год. Почти каждые выборы так происходит. В 2006 году из-за одного человека, который был похож на Чавеса, все так взорвалось. Он радикализировал свои слова. Был слишком резкий набор слов в публичных его выступлениях. Что называется, он позволил себе полностью сойти с катушек. Такое себе позволять нельзя. Были допущены ошибки. Одновременно партия, которая была с ним, абсолютно по-другому считала. Необходимо помнить, что мы также чрезвычайно боимся диктаторства, поскольку на нашу долю выпало довольно много всего этого. Нам требуются лидеры. Например, В. Путина в Мексике воспринимают очень хорошо, потому что он формирует порядок. Но все немножко по-другому, когда такого рода лидерство ведет к хаосу. Эта ситуация тоже превратилась в хаос, что, само по себе, поразительно.

Как справляться и контролировать такую ситуацию на улицах? Легко - привлекая к этому граждан. Необходимо в кризис активизировать все сектора поддержки: предпринимателей, врачей и т.д. Чтобы решать социальные вопросы, нужно кооптировать в свою коалицию людей, которые наиболее представительны, лидеров мнений. В этом смысле очень хорошо использовать журналистов.



### **Сессия коротких вопросов:**

#### **Вопрос №1:**

- Расскажите о позиционировании кандидатов по международным вопросам на президентских выборах. Какие советы вы даете своим кандидатам в области внешней политики?

#### **Ответ:**

- Тут зависит от того, какая у них политическая платформа, какую цель они преследуют, какую приоритетность занимает для них такого рода вопрос. Если вы планируете быть избранным президентом, то именно международный аспект, работа страны в рамках Большой двадцатки будут значимы для такого человека, для его повестки, для его подготовки в дискуссиях. Если ты хочешь быть президентом, то должен уметь демонстрировать понимание, и это должно соответствовать ожиданиям его будущих избирателей о том, что кандидат в таких вопросах разбирается.

Нам, со своей стороны, приходится готовиться и вкладывать в руки такого кандидата соответствующее понимание, не оставлять размышления на эти тему в угоду интуиции.

Если говорить о целях кандидата быть избранным в горсовет или в парламент, то это уже не целый аспект, а какой-то отдельный вопрос. За что вы выступаете? Допустим, за равное представительство полов в избирательной системе. Либо представляете конкретную отрасль – спорт или игроков в футбол. Только на этой основе вы можете оказаться избранным. Что касается формата G20, то это можно учитывать. В том смысле, если клиент имеет тесную связь с этой концепцией. Если же нет, то тут не важно. Я не считаю, что нужно вкладывать такие вещи в сознание людей (двадцатка, ее предназначение и роль в глобальной экономике). Здесь все нужно сводить к каким-то упрощенным приоритетам

Проще говоря, в этом вопросе все зависит от вашей конкретной цели. Если вы хотите быть избраны губернатором, сенатором, президентом, то с этой точки зрения необходимо соотносить себя, нежели прочесть газету и решить, что надо в своем выступлении сегодня сослаться на ситуацию в Гондурасе. С тем, чтобы все слышали, что я разбираюсь в мировой политической обстановке. А для какого-то человека, мне кажется, это особой важности не представляет.

#### **Вопрос №2:**

- Является ли публичный анти-американизм важным залогом успешной карьеры, гарантией быть избранным в парламент и т.д.?

#### **Ответ Пауло:**

- Зависит от страны. В Бразилии необязательно. Если сравнить латиноамериканские страны друг с другом, например, Чили и Бразилию, то есть серьезная разница. Мексика, Венесуэла. В Бразилии анти-американизм никакого прироста голосов не дает. Если будете занимать сильно проамериканскую позицию, то это также ничего не даст. Почему? Потому что это не в повестке, это не какой-то насущный вопрос для избирателей. Основной вопрос – какова именно социальная повестка для общества, на которое вы работаете.

#### **Ответ Жизель:**

- Я не согласна. Может, для Бразилии это и верно. Но для очень многих стран в Латинской Америке характерен, не скажу, что антиамериканизм, но патриотизм. Поэтому, если тебя считают американской марионеткой, то это плохо для твоих шансов на избрание.

(Окончание заседания).



### **Справка**

*Комитет по политическим технологиям Российской Ассоциации по связям с общественностью (РАСО) был организован 02 июня 2015 г. согласно решению Исполнительного комитета РАСО.*

*Руководителем комитета избран Евгений Минченко. Ответственный секретарь – Евгения Стулова*

### **Комитет провел следующие мероприятия:**

*16.06. – круглый стол «Современные тенденции в политических технологиях» (совместно с ИСЭПИ).*

*Презентация доклада “Выборы в парламент Великобритании-2015”, выступления о промежуточных выборах в Конгресс США (2014), муниципальных референдумах в США, парламентских выборах в Турции, местных выборах во Франции, выборах президента Польши (стенограмма будет опубликована);*

*30.06 - организационное заседание комитета, обсуждение предвыборных технологий в США и Великобритании (при содействии Высшей Школы Экономики);*

*21.06 - круглый стол “Искусство выборов в Латинской Америке”;*

*22.07 - публичная лекция Пауло Мауры и Жизель Перезблаз «Будущее политических технологий», в Российской Академии Наук (совместно с Отделением общественных наук РАН и Факультетом мировой политики МГУ) (стенограмма будет опубликована);*

*22.07 – закрытое заседание комитета, дискуссия «Будущее политических технологий и кампании в Латинской Америке. Прямой разговор без самоцензуры» (стенограмма будет доступна членам комитета в закрытой группе);*

*23.07 – Совместный мозговой штурм латиноамериканских коллег с представителями Евразийской Экономической Комиссии;*

*28.07 - презентация комитета в рамках дня PR-специалиста.*



**Планируется:**

*17 августа 2015, 16-00, отель “Метрополь” – заседание комитета. Обсуждение образовательных стандартов, программ обучения, программ повышения квалификации узких специалистов в сфере политического консультирования;*

*Сентябрь 2015 - анализ итогов единого дня голосования в России. Меморандум по итогам;*

*- Круглый стол "Новые компьютерные технологии и Интернет-кампании". Обзор предвыборного софта, программ для управления полем, анализа баз данных, анализа и управления социальными сетями и т.д.;*

*Октябрь 2015 - круглый стол «Итоги парламентских выборов в Португалии и Польше»;*

*Ноябрь 2015 - обсуждение профессионального стандарта специалиста по политическим технологиям;*

*- дискуссия "Год до выборов президента США: тенденции, прогнозы";*

*- участие в конференции Международной Ассоциации политконсультантов в Мехико. Обсуждение итогов в рамках круглого стола;*

*Декабрь 2015 - круглый стол в рамках Дней PR (декабрь);*

*Январь 2016 - дискуссия "Начало нового политического сезона в России";*

*- круглый стол «Новые исследовательские технологии для политических кампаний» (совместно с научным советом ВЦИОМ);*

*Февраль 2016 - доклад "Рынок политических технологий на постсоветском пространстве: участники, тенденции, перспективы развития";*

*Май 2016 - участие в конференции Европейской Ассоциации политконсультантов в Копенгагене, обсуждение итогов;*

*- круглый стол “Старт кампании по выборам в Государственную Думу: стратегии и шансы основных игроков».*