



ARE YOU IN THE OPPOSITION?
TAKE ADVANTAGE AND BECOME A LEADER

¿ESTÁS EN LA OPOSICIÓN? APROVÉCHALO Y CONVIÉRTETE EN UN LÍDER

Álvaro Marchante

Resumen

La oposición tiene una ventaja estratégica sobre los gobernantes: el uso del tiempo. No necesitan dedicar tanto tiempo a la gestión de gobierno y pueden desarrollar estrategias para acercarse al ciudadano y posicionarse como los defensores del pueblo. Pero para hacerlo deben seguir una serie de pasos para construir su imagen, reposicionarse y ser aceptados como líderes políticos.

Palabras clave: candidatos; oposición; gobierno; estrategia; líder; ciudadanos; imagen; posicionamiento; partidos políticos.

Abstract

The use of time is the advantage that the challenger has over the incumbent. The time spends in government management is not necessary for those that develop strategies for getting engagement with the citizen and position themselves as people's defenders. However for doing that they have to follow some steps that could aid to create their public image, reposition themselves and be accepted as political leaders.

Keywords: candidates; challenger; incumbent; government; strategy; leader; citizens; public image; positioning; political parties.

La oposición cada vez lo tiene más fácil para posicionarse en la mente de la ciudadanía como los “verdaderos” líderes que el país necesita, en esencia por el gran descrédito que tienen los gobernantes al no poder cumplir sus promesas de campaña y al tener que afrontar una difícil toma de decisiones. Pero para que la oposición cambie la percepción que tiene la gente debe cambiar su forma de actuar.

Como siempre se dice en campaña electoral (algo que parece olvidado en el tiempo entre campañas), lo importante es el ciudadano. El ciudadano (no el parlamento, el partido o los medios de comunicación) debe ser el centro de atención de la clase política y la principal actividad diaria en cualquier agenda de todo político. Aquí la oposición (si quiere, claro está) parte con una ventaja diferencial: tiene más “tiempo libre”. Al no tener que gobernar (más allá de alguna votación)¹, la oposición puede hacer un uso del tiempo más centrado en sus objetivos. Así, se puede centrar en los debates en los Ayuntamientos o Parlamentos (cuyo interés para la ciudadanía es nulo, no les interesa la política); puede aparecer en tertulias mediáticas (que sólo interesan a las personas más politizadas, una minoría en extinción); o puede acercarse a los ciudadanos, *face to face*, y conversar con ellos, escucharles, saber lo que piensan, bajarse del pedestal político que nada aporta y ser un ciudadano más.

Mauricio Macri, cuando era alcalde de Buenos Aires y se estaba preparando como principal líder de la oposición para la campaña que le llevaría a ser Presidente de Argentina, creó un sistema de voluntariado, de llamadas telefónicas y de puerta a puerta que le acercó a la ciudadanía. En esa campaña rompió los estándares (¡al fin!) de lo que se debe hacer en un proceso electoral. Renunció a tener sedes del partido por todos sitios, a los carteles grandes (¡enormes!) que les encanta poner a todos los políticos en todas las calles posibles... Macri se centró en el ciudadano y les llamaba a través de grabaciones o directamente él mismo a sus casas y hablaba con ellos, algunos le insultaban, pero no desistió. Con el tiempo también comenzó a ir a sus casas y tenía hasta lista de espera. La gente quería hablar con él, transmitirle sus problemas, sentir que era real y no un “mito” como todos los demás políticos.

Como los representantes de los ciudadanos (también votaron por los opositores, aunque ellos no ganasen), la oposición debe escuchar al pueblo y representarles en los Ayuntamientos o en los Parlamentos; salirse de

1 En los sistemas parlamentaristas se eligen personas de unas listas y generalmente el primero de la lista más votada pasa a ser alcalde, prefecto, gobernador, presidente, etc. En los sistemas presidencialistas concejales o asambleístas se eligen por un lado, y alcaldes, prefectos, gobernadores o presidentes por otro.

la “casta”, de la “politiquería” y ejercer control. Cambiar los intereses de los partidos por los intereses de los ciudadanos y mantenerse con esta visión durante el tiempo entre campañas.

Son demasiados los partidos que surgen queriendo cambiar las cosas, simulando en campaña que son cercanos y que escuchan, pero tras la campaña se acomodan en su sillón (que cada vez los hacen más cómodos, también hay que entender esto) y se olvidan de todos los que confiaron en ellos. Aquí comienza el principio de su fin y sólo contribuyen a que la gente odie más a los políticos.

El éxito de Macri fue crear una estructura social. Se acercó a los ciudadanos, confiaron en él y le apoyaron como voluntarios (llegó a contar con más de un millón de voluntarios). Pero cuando ganó, no se olvidó de ellos. En numerosas ocasiones a quienes le ayudaron les invita a la Casa Rosada (residencia presidencial), les visita, les llama... Evidentemente, como gobernante no tiene la misma disponibilidad de tiempo que antes, pero eso la gente también lo sabe. Hace no mucho, por ejemplo, volvió a visitar a una mujer a su casa que cuando la conoció previamente en campaña estaba embarazada. Macri pasaba por el barrio y decidió pasar a conocer a su hijo. Fue él sólo, sin medios, ni redes y se hizo público y viral porque ella lo contó. Toda Argentina escuchó la historia. Tal vez por cosas como esta puede seguir en el poder un político tan cuestionado.

En definitiva, si piensas ser candidato o candidata trabaja con tiempo. Esto no se consigue en semanas o en un par de meses. Investiga cómo es la gente allá donde piensas lanzarte y busca aliados en cada barrio; personas que te permitan llegar a más (*The Influentials* de Keller y Berry, 2015), que te abran puertas y te relacionen. Aprende a escuchar activamente a los ciudadanos, ellos no quieren oírte a ti, sino que tú les escuches. Ve a las casas, llama a sus teléfonos. Ve construyendo una red ciudadana de apoyo a tu causa. Cuando vayas a hablar en público, primero habla con la gente y luego durante tu discurso recoge sus preocupaciones con nombres y apellidos. Siempre sé cercano y accesible (si pueden llegar a ti con cierta facilidad, les facilitarás la decisión de votar por ti). Y, lo más importante, no cambies demasiado al llegar al poder.



Álvaro Marchante

Consultor en estrategia política, de redes sociales y en mecanismos de big data en España, México y Ecuador. Actualmente es el CEO de Comunicaliza.

✉ alvaro@comunicaliza.com