

# Marketing Político 2.0

Ibiza Melián  
13 abril, 2010



Categoría: Marketing Político

Actualmente percibimos, por los múltiples comentarios vertidos en la red, que **el administrado** en general **está cada día más desencantado con la capacidad resolutive de los cargos públicos**. Agrandándose la brecha entre gobernantes y gobernados. Claro que el cierre de múltiples empresas, el aumento de las visitas a las colas del INEM, la dificultad para acceder a la financiación tanto para personas físicas como jurídicas, contribuye enormemente a ello.

Por lo que se vislumbra, si no cambian rápido las cosas, que a la clase política, hasta hace poco casi intocable, se le reclamarán tal aluvión de transformaciones, que marcarán un antes y un después en el modo de relacionarse con el ciudadano de a pie.

Un amigo mío me confesaba, durante la campaña de los últimos comicios al Ayuntamiento de su localidad, que era fiel seguidor del partido “x”. Así pues, con independencia del candidato al que presentaran, él siempre le votaría a su organización. Bueno, la frase concreta que empleó fue: *“si a un burro ponen, a un burro elegiré”*.

¿Qué quiere decir esto? Que en el antiguo entorno de marketing político unidireccional esto quizás fuera factible, con las perjudiciales consecuencias que de ello se desprenden; pero **en los vigentes contextos de la web 2.0.**, no sólo se muestra primitivo, sino poco probable. Ya que si el futurible Alcalde es incapaz de **contactar, ilusionar y dar credibilidad al electorado**, incluso esforzándose su equipo en empaquetarlo en un excelente envoltorio de técnicas de mercadotecnia bajo la batuta de una marca con solera, el residente terminará por captar la esencia del paquete, descubriendo fácilmente las mentiras. Y en un mundo donde el receptor desconfía habitualmente de los mensajes publicitarios, o las ideas transmitidas denotan **sinceridad, cercanía o humildad**, o mal lo tiene para obtener un acta, y menos aún para hacerse con el bastón de mando.

**El político del siglo XXI deberá estar tremendamente formado en las materias que pretenda gestionar, además de dominar las siguientes destrezas: saber escuchar; utilizar la inteligencia colectiva; intervenir lo mínimo en las fuerzas espontáneas del mercado, limitándose a canalizar las sinergias de todos los agentes que interactúan en la sociedad; aunque sin olvidarse de tender la mano a los más débiles. Su capacidad de empatía ha de primar en sus [conversaciones](#).** Porque es ahora, después de tanto tiempo, cuando verdaderamente se materializa el axioma de que el poder habita en el pueblo. Y ha tenido que llegar Internet para que estas facultades, reclamadas desde la Revolución Francesa e invocadas en infinidad de ocasiones por hábiles prestidigitadores, sean finalmente conferidas a la sociedad. Herramienta que bien puede lanzarte al estrellato, caso de Barack Obama, o desterrarte al averno.

**¿Crees que poseen nuestros dirigentes tales cualidades?**