

# QUINTO TULLIO CICERÓN

Y SUS APORTES A LA  
CONSULTORÍA POLÍTICA

Maricela  
Gastelú



**Maricela Gastelú** es socia mayoritaria de IMPERATORIA Victory Award 2017 y autora del libro *Oratoria Política Moderna*. (@marigastelu)

La política es un arte antiguo que con el paso del tiempo se ha ido perfeccionando, pero la esencia es la misma: “persuadir para convencer, convencer para obtener, obtener para ejercer”.

Los políticos, buscan persuadir mediante todo tipo de estrategias de comunicación política a fin de convencer a las personas para emitir su voto en favor de él o ella y con la mayoría de votos acceder al ejercicio del poder.

Y en esta búsqueda del poder, se ha investigado de todo, se ha escrito, se ha debatido y, aun así, no se ha terminado de investigar todo lo referente a la política como arte y actividad humana.

Quinto Tulio Cicerón fue un consultor visionario aún sin saberlo. Un hombre que nació y vivió a la sombra y a la luz de su hermano Marco Tulio Cicerón. A la sombra, porque habrá quien defienda que Marco fue mejor orador y mejor político. Y habrá quien sostenga que el verdadero artífice de los triunfos de su hermano fue Quinto Tulio Cicerón y que en la medida de los triunfos de uno también se justificaban y explicaban los triunfos del otro.

Lo cierto es, que Quinto Tulio Cicerón poseía una inteligencia distinta a la de su hermano, pero igualmente luminosa y distinguible.

Quinto Tulio fue el gran artífice de los triunfos de su hermano y nos legó para la posteridad doce sabios consejos políticos que, sin desperdicio alguno, incluso en aquellos que no pudiéramos estar de acuerdo, dejan grandes enseñanzas.

#### **Primer consejo: “Las apariencias deben estar por encima de lo real”**

Y esto, como todos sabemos, es el primer paso para arrancar un proceso electoral. Debemos lograr que la gente nos perciba como “el equipo ganador” con el que todos quieren estar. El candidato o candidata ideal, aunque no necesariamente lo sea. Pero basta con que los ciudadanos creen que están con el equipo que habrá de arrasar en las urnas. Y para lo anterior, se recomienda ser el primero en dar los pasos mediáticos.

Por ejemplo: nuestro candidato es el que debe marcar la agenda y obligar a que los otros contendientes le respondan o actúen conforme a lo que él marcó previamente. Así, la gente percibirá que la apariencia del candidato es la de quien marcha al frente.

Recuerdo una campaña donde el primer día de arranque, nuestro candidato inició sometiéndome a una prueba de sangre antidoping. Posteriormente, el mismo día, acudió a hacer pública su declaración de

bienes y a certificarla frente a notario público y ese mismo día por la tarde, se realizó la prueba del polígrafo o detector de mentiras con preguntas sobre su vida y su honorabilidad, que fueron preguntadas por la audiencia que seguía la transmisión en vivo.

Al segundo día de campaña, los otros candidatos trataron de ridiculizar sus acciones, pero el golpe “ya estaba dado”. Las apariencias mostraban a un candidato decidido, seguro y firme.

El triunfo fue cuestión de semanas.

### **El segundo consejo es: “Cuida tu núcleo interno y el de tus amigos”**

Las personas que nos rodean suelen ser quienes nos auxilian en un proceso electoral pero también pueden ser nuestro peor enemigo, si no sabemos rodearnos de profesionales.

Hace nueve años enfrentamos un proceso local con el mejor candidato que hayamos tenido. Era joven, guapo, inteligente, buen orador, extraordinario ser humano, carismático, dadivoso, sagaz y un largo etcétera.

Pocos días antes de la elección, su esposa decidió regalar juguetes a los niños de la calle que se detenían en las esquinas a pedir dinero. El problema fue que le indicó a su chófer, que estacionara su automóvil último modelo y de lujosa marca en un lugar para discapacitados ubicado en una farmacia y desde la ventana del auto, sin bajarse, pidió a los niños que hicieran una fila para recibir sus juguetes de manos de la señora que estaba sentada cómodamente en el interior del auto.

No había manera de negar los hechos, las fotos y los videos se viralizaron y, aunque en estricto sentido, no había sido el candidato quien cometió esos dos fatídicos errores, sí había sido su equipo cercano, sus familiares y colaboradores.

El triunfo se nos fue de las manos.

### **El tercer consejo es: “Ten cuidado con los apoyos inesperados”**

Cuando la gente percibe que vas a ganar, van a desear apoyarte. El problema surge que hay apoyos muy caros y que no necesariamente nos ayudan a ganar.

Recientemente en México, rumbo a las elecciones presidenciales del 2018, el Movimiento de Regeneración Nacional (MORENA) cuyo presidente es el excandidato Andrés Manuel López Obrador fue exhibido en un video que se hizo viral en pocas horas, donde se aprecia a una diputada federal de ese mismo partido, recibiendo una fuerte cantidad de dinero de procedencia dudosa.

En el video se habla de que aún vendrá más dinero en apoyo al candidato y se aprecia a la diputada recibirlo gustosamente y guardarlo en su bolsa.

La trampa había sido montada y los inocentes corderitos cayeron en ella. No pensaron en el adagio popular que señala “si el río suena, es porque agua lleva” y debieron haber dudado, porque también dicen los refranes que “no todo lo que brilla es oro” y al final de cuentas, “les salió más caro el caldo, que las albóndigas” porque nos sorprendió que “tuvieran tantos años de marqués y no supieran mover el abanico”.

Ese acto, por poco le cuesta la libertad a la representante popular y tuvo un golpe mediático muy fuerte sólo por haber confiado en los apoyos inesperados.

#### **El cuarto consejo se refiere a que: “No existe ningún hombre imposible de convencer”**

¡Y eso es totalmente cierto; Sólo hay que saber la fórmula: tiempo y espacio. Porque para todo hay un tiempo y en determinado espacio. Lo demás, es arte de persuasión y convencimiento. Pero hay que esperar los tiempos y saber manejar los espacios.

Por ejemplo: en la tercera semana de enero de 2018 una fiel seguidora del Partido Acción Nacional (PAN) en México, decidió renunciar a una militancia de más de veinte años para afiliarse a las filas de otro partido.

Lo anterior, no es bueno ni es malo. Es un ejemplo, de que todos tenemos un precio y no necesariamente económico. Pero cuando éste se descubre, entonces se ofrece y se demanda. La atención y el mimo que se le da a una persona pueden generar cambios incluso en el más reacio de sus votantes.

Nunca deje de tocar puertas, quizá al quinto llamado, se abra de par en par.

#### **El quinto consejo tiene que ver con: “La especial importancia de los indecisos”**

Las elecciones se ganan con un voto y ese voto puede estar en un nicho que casi no buscamos persuadir porque creemos erróneamente que no vota.

Pero las elecciones las gana quien más camina y quien menos se equivoca. Y puede que con estos dos ingredientes generemos percepción de cambio o deseo de revancha para con el otro rival en los votos indecisos.

Hay personas que votan por alguien, no porque sea la mejor opción, sino porque no quieren que gane el

otro. Esta figura en muchos países se conoce como el voto útil. Una buena estrategia es aquella que genera deseos de que triunfe nuestro candidato, pero también aberración porque gane el otro.

Y como uno nunca sabe cuándo despertaremos el ánimo de los indecisos, hay que estar siempre en campaña, ser siempre congruentes y nunca dejar de tocar puertas.

### **El sexto consejo habla sobre: “La importancia extraordinaria de los jóvenes”.**

Es innegable que los jóvenes son la fuerza política más difícil de convencer, porque mientras los adultos y personas mayores votan generalmente por el partido que siempre han votado, los jóvenes representan la rebeldía natural y el sentido de oposición natural. Por lo que convencerlos no es reto menor y no se reduce sólo a propuestas deportivas o académicas. El mundo cambia constantemente y los jóvenes lo siguen a pasos agigantados. No se les puede comprar con platos de lentejas porque dudan, razonan, exigen y piensan.

La única manera de persuadirlos es mostrándonos auténticos y renovados. Honestos y generosos, pero, sobre todo, congruentes y a prueba de actos de corrupción.

Ya nadie puede engañar a nadie en la era de la tecnología, pero mucho menos a los jóvenes.

Y los resultados hablan por sí solos, cada vez más jóvenes a nivel mundial ocupan cargos de elección popular, incluso en los máximos escaños, como las presidencias nacionales.

Eso habla de que más que querer opinar en política, los jóvenes quieren participar en ella.

### **El séptimo consejo habla sobre: “La importancia de la multitud y el séquito”**

Si partimos de la premisa de que los seres humanos somos animales sociales, nos será más fácil comprender que necesitamos rodearnos de otros para sentir que compartimos ideas comunes o causas iguales.

Por eso, la táctica de hacer acompañar al candidato de personas que influyan en la percepción es tan antigua como la política misma.

¿Quién habría de seguir a otro que nadie sigue?

Claro que el número de personas que van a acompañar al candidato depende del cargo de elección al que aspira, el número de votantes que habrá de persuadir y por supuesto, el respeto al grado jerárquico superior para no “brillar más que el jefe”.

Recuerdo una campaña por la alcaldía de un municipio de aproximadamente 500.000 habitantes. El primer círculo del candidato estaba compuesto siempre por siete personas que cabían perfectamente en una camioneta grande: candidato, chófer, secretario particular, dos escoltas de seguridad, un fotógrafo y el experto en redes sociales.

Aunado a este primer grupo, lo acompañaban siempre tres camionetas más de avanzada con siete personas más cada una. Dando un total de 28 personas de logística que “vestían” con su sola presencia cualquier evento. Eran ojos, manos y oídos del candidato, que estaba enterado de todo lo que sucedía en el mitin y prácticamente todos los que se acercaban al candidato recibían una atención personalizada por parte de alguien del equipo.

A los sapiens nos gusta ser parte de la manada. Procure que su manada sea atractiva.

### **El octavo consejo es de los más importantes: “Un breve retrato de los enemigos”.**

Quinto los resume en 3 grupos de enemigos:

- 1.- Los que se han visto perjudicados por ti.
- 2.- Los que sin motivo alguno no te aprecian.
- 3.- Y los amigos de tus competidores.

Pero inmediatamente aborda el noveno consejo y propone: “**¿Cómo convencer a un enemigo?**”

Y esta es, definitivamente, la parte más importante de todo el texto. Porque da soluciones a problemas concretos.

Al primer grupo de enemigos, a los que se han visto perjudicados por ti, debes buscarlos y congraciarte con ellos, quizá ofreciendo disculpas por algo que sin darte cuenta o involuntariamente pudiste llegar a ofenderlos y hazles saber que si te apoyan pueden recibir grandes beneficios. (Lo que en el argot político se conoce como “operación cicatriz”).

A los que sin motivo alguno no te aprecian, procura ganarte su carisma haciéndoles algún favor que sea preciado o necesario para ellos.

Y a los que son amigos de tus enemigos, procura ganarte su favor aun cuando eso incluya dar un poco de afecto a tus propios enemigos.

Pero es por mucho, el capítulo más sustancioso de todo el libro, porque de acuerdo a la teoría de los

enemigos, “cada quien elige las batallas y los enemigos con los que habrá de encararse”.

### **El décimo consejo habla sobre: “¿Cómo ganar el favor del pueblo?”**

Y admitámoslo... ¡todos queremos tener el favor del pueblo! Pero, aunque suena bastante sencillo en teoría, en la praxis es una tarea titánica, porque cada día que pasa, la clase política es odiada con renovado fervor.

Sin embargo, para tratar de reducir estos ánimos coléricos y deseos de venganza. Quinto le recomienda a su hermano:

- Conoce al pueblo, conoce a los ciudadanos y busca halagarlos con actos y palabras.
- Sé generoso en todo momento.
- Mantén una buena imagen ante la opinión pública (procura ser “el bueno”)
- Esfuérzate por conocer a los ciudadanos y sus necesidades.
- Disimula las habilidades que no posees y exhibe las que sí tienes.
- Procura ser accesible día y noche.
- Abre las puertas de tu casa y también las de tu alma.

Y es precisamente, el último consejo el más bello de todos, porque un candidato desnudo ante los ojos de todos, es un candidato que nada esconde, y el que nada esconde, tampoco nada teme.

### **El onceavo consejo señala: “Maneja el arte de la adulación”**

Y es aquí donde empezamos a tener pequeñas diferencias con Quinto. Porque, aunque él defiende la adulación como la capacidad de generar vínculos afectivos, entraríamos en un error de interpretación por la definición misma de la palabra actualmente.

Escuchar que una persona nos adula, nos obliga a levantar todo tipo de sospechas en una sociedad moderna donde el que te adula es porque planea sacarte algo. Como aquella frase popular que señala “El hombre acaricia al caballo antes de domarlo”.

Y aunque en aquellos años pudo haber sido una gran táctica para obtener un fin, lo cierto es que hoy en día, las condiciones sociales han cambiado. La gente vive con miedo e inseguridad y la adulación más allá de darnos certezas y tranquilidad, activa todos nuestros sensores de defensa.

Y en su último consejo nos recomienda: **“Prometer incluso cuando no podamos cumplir”**

Y en este punto tenemos que disentir del todo con Quinto (que en paz descansa), porque en la era de la tecnología que nos ha tocado vivir, donde toda nuestra vida es pública y siempre hay una cámara grabando o un micrófono encendido, la gente ya no puede mentir.

Y no sólo el político: el estudiante, el maestro, el doctor, el trabajador, el empleado, el esposo y la esposa. Porque aun cuando logren colocar una mentira, ésta no durará mucho. Porque todo está expuesto y a la vista.

Por eso es mejor prometer sólo lo que se puede cumplir y por muy tentador que sea: no mentir, no mentir y no mentir.

Sólo la congruencia nos vuelve políticos profesionales. Porque los ciudadanos de hoy pueden perdonar el error, pero nunca la mentira.

Si Quinto pudiera vivir en nuestros tiempos, muy probablemente enmendaría sus últimos dos consejos y seguiría defendiendo la actualidad, vigencia y validez de los diez primeros.