

El discurso del líder deberá huir de abstracciones e ir a lo concreto. La gente solo atenderá a aquellos líderes que tengan planes realistas y sean percibidos por los ciudadanos como realizables.

De igual modo deberá erigirse defensor de aquellos proyectos cuya utilidad y necesidad estén demostradas. Los ciudadanos son los que mejor conocen sus carencias. Hay que escuchar a la gente y asumir sus metas, al menos las razonables, combinando los intereses de grupos con los de la sociedad en general, siempre y cuando no vayan en detrimento del bien general o hipotequen a las generaciones futuras.

El líder no solo debe rodearse de un núcleo duro de votantes fieles sino que su discurso debe llegar a toda la sociedad, superando la barrera ideológica, debe sumar votos, no restar. Al asumir las necesidades de los ciudadanos se convertirá en su defensor y el ciudadano medio, más allá de su color político, lo identificará como el que mejor defiende los intereses de personas como él, o el que mejor defiende a su municipio, su autonomía o al conjunto del país.

Al iniciarse la segunda década del siglo XXI la juventud ya no es una ventaja ni la madurez un lastre para erigirse en líder, tampoco beneficia ni perjudica ser hombre o mujer. Todas estas pretendidas ventajas o desventajas comparativas han quedado atrás. El único requisito es estar comprometido con su sociedad

El atractivo político del líder también debe ser potenciado entre ciudadanos/as no comprometidos/as políticamente y/o que no tienen previsto votar o no suelen hacerlo.

Ante este colectivo también debemos presentarnos, apelaremos a él con un perfil político más bajo con objeto de ganarnos su simpatía. El líder mostrará su calidad humana ante este colectivo para conseguir su voto.