

XIV CONGRESO ESPAÑOL DE CIENCIA POLÍTICA Y DE LA ADMINISTRACIÓN



Salamanca, 10-12 de julio de 2019



Asociación Española
de Ciencia Política y de
la Administración

UNIVERSIDAD
DE SALAMANCA



cpa centro de ciencia
política y de la
administración

INTELIGENCIA EMOCIONAL DEL POLÍTICO

Conferencista:

WIDNEY ERNESTO ROSARIO MEREJO

ÍNDICE

EMOCIÓN POLÍTICA PARA LIDERAR

Liderazgo emocional

5 elemento de la inteligencia emocional en el líder

- La conciencia de sí mismo
- La autorregulación
- La motivación
- La empatía
- Las habilidades sociales

Inteligencia emocional en la política

Mercadeo emocional

Emociones en comunicación política

Desarrolla tu inteligencia emocional como candidato

La política emocional

Emociones políticas para el liderazgo

Neuronas con intención de voto

El discurso emocional

La campaña emocional

La inteligencia emocional: una poderosa herramienta para el líder político

EMOCIÓN POLÍTICA PARA LIDERAR

Es evidente que cuando la política es solo pasión y emoción, la probabilidad de que la tensión social aparezca y el invento de la convivencia democrática quede hecha añicos es muy elevada. Pero pretender, consciente o inconscientemente, que la política esté despojada de pasión y emoción es poner las bases para un proceso de liquidación social de la política.

LIDERAZGO EMOCIONAL

La base del liderazgo emocional se trata en estimular todas las emociones existentes para influenciar a la persona y así, liderarla. Sin embargo, es necesario medirse; la mayoría de las personas reaccionamos de manera similar a ciertos estímulos, entonces, es preciso tener en cuenta dos aspectos de la inteligencia emocional e interpersonal que te permitirá liderar con mucha más rapidez y efectividad: la empatía y la habilidad social. Por un lado, la empatía es la habilidad para entender las necesidades, sentimientos y dificultades de otras personas, el poder ponerse en el lugar de los demás; poder escuchar y entender sus problemas y responder cortésmente a sus reacciones emocionales. Por el otro, la competencia social, es decir, la habilidad para relacionarse socialmente es un factor primordial para un líder. Se trata de saber influenciar y de esa forma poder persuadir a los demás. Las personas que poseen habilidades sociales son excelentes negociadores, tienen una gran capacidad para encabezar grupos y dirigir cambios.

5 ELEMENTO DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL EN EL LIDER

Daniel Goleman, psicólogo norteamericano que contribuyó a popularizar la inteligencia emocional, señala que esta tiene cinco elementos principales:

La conciencia de sí mismo:

Si un líder es consciente de sí mismo y siempre sabe cómo se siente, sabrá cómo sus emociones y sus acciones pueden afectar a las personas que le rodean. El líder político que es consciente de sí mismo sabrá asumir su posición en la organización que lidera y en el escenario político en el que participa. Esto implica tener claridad de sus fortalezas y debilidades.

La autorregulación:

El líder político que se autorregula eficazmente no suele atacar verbalmente a sus adversarios, ni toma decisiones apresuradas o emocionales. La autorregulación ayuda a mantener el control y el líder que se autorregula suele admitir sus errores; e incluso en situaciones extremas de victoria o derrota, el líder sabe mostrar serenidad.

La motivación:

El líder político tiene como motivación el participar en política para contribuir al bien común. Esto lo impulsa a trabajar en forma persistente y constante. Esta motivación

debe ser transmitida a sus colaboradores, tanto en tiempos de campaña electoral como cuando no hay elecciones a la vista.

La empatía:

Un liderazgo sin empatía es vacío. Los líderes con empatía son capaces de ponerse en el lugar de otra persona y saben escuchar las necesidades de la gente. La empatía es fundamental tanto para llegar a la propia militancia como para llegar a la opinión pública y lograr que esta haga suyos los mensajes y propuestas del líder.

Las habilidades sociales:

En el liderazgo político, el dominio de las habilidades sociales de la inteligencia emocional se traduce en la capacidad de comunicación. Un líder político debe ser un gran comunicador. Las habilidades sociales también tienen que ver con la capacidad resolver de conflictos y de gestionar el cambio.

Cuanta mayor capacidad tenga el líder para administrar cada uno de estos elementos, mayor será su inteligencia emocional. Un buen manejo de los cinco elementos de la inteligencia emocional permitirá construir una imagen positiva y sólida del líder político. Por el contrario, un líder que responde mal a las preguntas de los periodistas, o que reacciona desahogado ante una determinada circunstancia, verá su imagen deteriorada.

INTELIGENCIA EMOCIONAL EN LA POLITICA

Actualmente se tiene un marcado interés por las emociones y los sentimientos como elementos centrales de la comunicación política. Más allá de la vanidad ideológica, de la prepotencia programática, de los gestos envalentonados y desafiantes, de los rostros duros de los candidatos, los votantes prefieren ver y escuchar expresiones que despierten emociones y sentimientos positivos; quieren sentir a los candidatos como personas compasivas, altruistas, corteses, humanas, tiernas, amistosas, cordiales; que apelen a lo mejor que llevamos dentro y nos inviten a crecer como individuos y como sociedad en vez de líderes que juegan con nuestros miedos y nuestras necesidades.

MERCADEO EMOCIONAL

La mercadotecnia de las emociones que sirve de base a la política de las emociones enfatiza que quienes deciden participar en política orientan su decisión de voto en sus emociones y sentimientos. La política implica la movilización de emociones a favor o en contra de un partido o un candidato. El candidato o partido que triunfa en los comicios no necesariamente es el mejor, es el que es percibido como el mejor por la mayoría de los electores que acuden a votar.

EMOCIONES EN COMUNICACIÓN POLÍTICA

Las emociones en comunicación política son el primer elemento que hay que tener en cuenta a la hora de comunicar ya que, por nuestra naturaleza y por la naturaleza

de nuestro cerebro, aquello que verdaderamente nos emociona es lo que seremos capaces de recordar. Solo aquello que hace sentir, que causa un determinado impacto, es susceptible de almacenarse en el recuerdo. Se habla de emociones en comunicación política desde el preciso instante en el que se niega ignorar que el cerebro político es emocional. El estudio de las emociones incide en las campañas electorales y en los gobiernos y se parte de la base de que la mayoría de las personas son fieles a un partido, más allá de las razones para votar. La política es emoción, sensación, identidad, conexión, empatía, y no solo debate sobre programas y propuestas detalladas.

Bien es cierto que la política en general tiene un gran desconocimiento de cómo funciona el cerebro. Este desconocimiento conduce a determinados prejuicios, como pensar que la política únicamente son razones y que las emociones distorsionan, alteran, de alguna manera y condicionan el auténtico núcleo de la política, que son las ideas, las propuestas, las ideologías. Pero lo cierto es que el cerebro funciona de otra manera más natural, más... humana. Acabamos pensando lo que sentimos. Y no saberlo, no entender hasta qué punto la cerradura de la puerta de la razón es la cerradura emocional, que es por la aprehensión emocional por donde entran las ideas, es un gravísimo error.

DESARROLLA TU INTELIGENCIA EMOCIONAL COMO CANDIDATO

La inteligencia emocional de un candidato es su capacidad para identificar, entender y gestionar tanto sus emociones como las de aquellas personas que le están entrevistando. Tiene el objetivo de poder generar un impacto positivo en los entrevistadores, haciendo que así pueda tener más probabilidades de ser seleccionado.

LA POLÍTICA EMOCIONAL

La política igual que un maratón, despierta una mezcla de amor-odio. Por todas las partes implicadas. Cualquier político que se precie ha experimentado deslealtad, impotencia, engaño, agotamiento, indiferencia o traición. La política es superación. Superación diaria. A ser político se aprende y se entrena.

Se puede ser un buen político sin una carrera universitaria, la respuesta es sí. Se puede ser un buen político sin muchas otras competencias, sí. Sin embargo, no se puede ser un buen político cuando uno no tiene el afán de aprender, la actitud de avanzar y la humildad de aceptar.

Aquí las emociones del candidato toman un papel importante, ya que influyen en sus decisiones y como consecuencia en sus acciones. Y hay que aprender a gestionarlas.

EMOCIONES POLÍTICAS PARA EL LIDERAZGO

En julio de 2007 (25 años después de la primera victoria socialista después de la Transición), Felipe González, expresidente del Gobierno español entre 1982 y 1996, explicaba ante el auditorio del XXIII Congreso de las Juventudes Socialistas de España (JSE) las claves para ejercer el liderazgo político: «El socialismo es, sobre todo, un sentimiento, y no es y no debe ser una construcción ideológica. Para liderar el cambio es imprescindible hacerse cargo del estado de ánimo de los otros». Y continuaba: «El liderazgo consiste en estar con la gente, con su sufrimiento, abriéndoles horizontes, pero hay que tenerlos claros».

Emocionarse y emocionar. Esta es la clave. Emocionarse por el cambio social, por las nuevas ideas y por los retos. Solo así es posible emocionar. «Es evidente que cuando la política es sólo pasión y emoción, la probabilidad de que la tensión social aparezca y el invento de la convivencia democrática quede hecha añicos es muy elevada. Pero pretender, consciente o inconscientemente, que la política esté despojada de pasión y emoción es poner las bases para un proceso de liquidación social de la política» (Jordi Sánchez, septiembre de 2007). La capacidad que tengan los progresistas para transmitir pasión por los cambios, entusiasmo por las ideas e ilusión por los retos se convertirá en la llave emocional que les permitirá conectar con los ciudadanos. Éstos quieren soluciones, pero también horizontes, sueños, proyectos. Medios y largos plazos para comprender el corto y asumir sus costes y sus sacrificios.

NEURONAS CON INTENCIÓN DE VOTO

La revista británica Nature Neuroscience divulgó, en septiembre de 2007, un estudio que relaciona las visiones políticas con los estilos cognitivos. Así, los conservadores tienden a buscar el orden y la coherencia, mientras los liberales (los progresistas) son más tolerantes con la ambigüedad y la complejidad, favoreciendo su capacidad de adaptación a los cambios.

El politólogo David Amodio, de la Universidad de Nueva York, junto a varios colegas decidieron dar un paso más y averiguar cómo reaccionaba un grupo de personas que se habían autocalificado como progresistas o conservadoras ante situaciones imprevistas y qué estímulos neuronales se accionaban ante tales circunstancias. El objetivo era averiguar si reaccionaban neuronalmente de forma parecida los individuos de un mismo grupo «ideológico».

Con la ayuda de electroencefalogramas, que miden impulsos neuronales, estudiaron la parte del cerebro humano (el córtex cingulado anterior) vinculada al proceso de autoregulación del control del conflicto. Los autodenominados liberales mostraron mayor actividad neuronal relacionada con el conflicto, cuando la hipótesis del experimento les instaba a una situación de alteración de la rutina, planteada alrededor de un cambio de dirección y de acera en el camino habitual de una calle recientemente en obras. Los conservadores eran menos flexibles y se negaban a

cambiar viejos hábitos, con un razonamiento estructurado y persistente, a pesar de las señales evidentes de que era necesario.

Frank J. Sulloway, investigador del Instituto de Personalidad e Investigación Social de Berkeley, afirma que el estudio ha servido para «demostrar que las diferencias individuales entre liberales y conservadores están fuertemente relacionadas con la actividad del cerebro». El director del estudio, David Amodio, matizó en Los Angeles Times: «El voto no está determinado sólo por la actividad neuronal. Influyen mucho los factores educacionales, culturales y ambientales». Pero también afirmó que «al envejecer se experimentan cambios en el córtex frontal del cerebro y, lógicamente, esto podría afectar a nuestra manera de pensar», favoreciendo así posiciones más conservadoras con la edad, al disminuir la capacidad de la parte del cerebro capaz de gestionar los conflictos. No pasa lo mismo con la capacidad de amar o de emocionarse que no se pierde con la edad, como nos demuestra la neurobiología.

Palabras que generan percepciones, emociones que guían a nuestras neuronas. Este escenario tan químico y epidérmico... ¿es una dificultad o una oportunidad para los progresistas?, ¿es una oportunidad para la razón?

EL DISCURSO EMOCIONAL

Los socialistas franceses han asumido, tras el resultado electoral de de las presidenciales que llevó a Nicolás Sarkozy a la Presidencia de la República, que no supieron como contrarrestar su «discurso emocional» ante los cambios sociales como «la fragmentación del mundo del trabajo o la individualización de los comportamientos» y esto fue así porque les «faltó claridad». Este es el diagnóstico, pero quizás es insuficiente para comprender lo que pasó.

En abril de 2007, Nicolás Sarkozy afirmaba sin rubor en Le Figaro que había hecho suyo el análisis marxista de Gramsci sobre que «el poder se gana con las ideas». Aunque no sean las tuyas. Acto seguido se lanzó a una ofensiva de captación hacia las personalidades más lúcidas y brillantes de la izquierda francesa, que ha dejado al Partido Socialista desarbolado y con tics autoritarios en su intento de frenar y retener el talento progresista entre las débiles paredes orgánicas.

Sarkozy sigue la estrategia de la «triangulación» formulada por Dick Morris. Consiste en solucionar problemas que animan y que motivan a los votantes de tu adversario con el objetivo de desmovilizar a sus bases electorales o captarlas sin perder tu apoyo. La «triangulación» pretende solucionar los retos del adversario, con soluciones integradoras, mixtas entre las dos grandes fuerzas y cohesionar y centrar la atención de la agenda pública y mediática en los temas tradicionales de tu oferta.

En Italia, Walter Veltroni, nuevo líder del centro izquierda y depositario de una gran expectación renovadora, proclama que su país necesita «una fuerza reformadora, libre de ideologías». Veltroni afirma, sin complejos ni tuteladas, que «la seguridad no

es de derechas ni de izquierdas», coincidiendo con algunos de los postulados eclécticos del presidente francés.

Sarkozy aplica un tratamiento de shock estético, emocional y mediático a la sociedad francesa, que ve en el hiperactivismo de su presidente un remedio ante la incertidumbre y ante la pérdida de la grandeur. Una dejación de la responsabilidad colectiva para abrazarse al protector, padre y guía. Un conjunto de sutiles emociones se destila en la agenda del presidente, alimentando el subconsciente colectivo del superhombre en quien delegar toda nuestra confianza. Pretende que lo «pienses» y, de entrada, te lo hace «sentir».

LA CAMPAÑA EMOCIONAL

El estudio empírico del papel de las emociones para calibrar los efectos de la propaganda política en el comportamiento electoral se centra en dos emociones básicas: el miedo y el entusiasmo. Esta divisoria alude a un eje central sobre el cual se va a dirimir nuestra campaña electoral basado en la distinción continuidad/cambio. El entusiasmo por un candidato siempre se vincula a un marco de cambio. No es casual que tanto partidos emergentes como el propio Partido Socialista estén en pugna por ganar hegemonía dentro de este marco del cambio; el “cambio y no recambio” de Pablo Iglesias, el “cambio sensato” de Albert Rivera, y “el cambio que une” de Pedro Sánchez, son eslóganes bastante elocuentes a este respecto. Frente a ello, el Partido Popular apuesta por la experiencia, por la capacidad para resolver problemas y “no vender humo”. Estas palabras, como sostiene Lakoff, crean metáforas que anidan en las mentes de las personas en forma de miedo hacia lo desconocido, o de esperanza vinculada con un cambio que se desea.

Todo dependerá de la habilidad de los candidatos para activar una u otra, y de cómo sepan aprovechar las circunstancias. En relación a ello, posiblemente una de las claves que explican el éxito de C’s es que ha sabido transitar muy bien por ambos marcos aprovechando la crisis de Cataluña. Por un lado, C’s se ha situado como partido de vanguardia, de la nueva política, sacando ventaja en gran medida del camino discursivo que preparó Podemos con temas como la regeneración democrática, nueva política, etc. Pero por otro lado, la formación de Rivera ha sabido granjearse una imagen de “partido de orden”, altamente eficaz y responsable en el mantenimiento del status quo gracias a la articulación cristalina de una postura unionista, que al mismo tiempo se conecta con un proyecto de modernización del país. La solución de la crisis de Cataluña pasa por un proyecto de modernización de España. La defensa del unionismo (marco conservador) pasa por una renovación profunda de España (marco de cambio).

La gestión de esta crisis lo sigue disparando en las encuestas y muestra que hoy más que nunca las campañas electorales son plataformas fundamentales de movilización política. El problema de todo esto estriba en que la aceleración de la comunicación en ellas favorece aún más su emocionalización, algo que hemos comprobado estos días con el impacto que han provocado los atentados de París

sobre nuestro contexto político activando fundamentalmente la emoción del miedo. Sin embargo, todos sabemos que la racionalidad sólo es posible allí donde no hay velocidad. Para pensar hay que detenerse, salirse del ruido. Stop and think, que diría Hannah Arendt.

LA INTELIGENCIA EMOCIONAL: UNA PODEROSA HERRAMIENTA PARA EL LÍDER POLÍTICO

El líder político que administre adecuadamente los elementos de la inteligencia emocional podrá construir una imagen sólida en la opinión pública.

La inteligencia emocional es la capacidad de comprender y controlar las propias emociones, y de interpretar y manejar las emociones de las personas que nos rodean. Quienes tienen un alto grado de inteligencia emocional conocen bien sus sentimientos y emociones, y son conscientes de cómo sus reacciones pueden afectar a otras personas.

Para ejercer el liderazgo de una organización -o un equipo de trabajo- es un factor esencial poseer inteligencia emocional. Siempre tendrá más éxito un líder que en una situación de estrés sabe controlarse y dirigirse apropiadamente a sus colaboradores, que un jefe que pierde la compostura frente a su equipo.

Esto también es válido en el ámbito de la política. El terreno de acción del líder político va más allá de su propia organización pues se dirige principalmente hacia la opinión pública. El líder político debe saber comunicarse con sus electores, como también debe saber interpretar los sentimientos de estos para así elaborar mensajes adecuados.