

## ‘Gestionar las emociones políticas’

Por: Antoni Gutiérrez-Rubí. 10/02/2021

infoLibre publica un extracto de [Gestionar las emociones políticas](#), de Antoni Gutiérrez-Rubí, editado por Gedisa y disponible en las librerías el próximo 21 de octubre. El asesor de comunicación y consultor político cuestiona la **demonización del uso de emociones en política** y señala las limitaciones del discurso factual. Gutiérrez-Rubí considera que las emociones son parte natural del discurso público y que saber entenderlas, poniendo el foco en la recepción del mensaje y no solo en su emisión, es fundamental para quienes quieran cambiar la realidad social.

El libro forma parte de la colección de títulos breves y divulgativos llamada [Más democracia](#), que se propone explicar de manera accesible algunas de las **claves del sistema representativo** y está dirigida por la politóloga —y colaboradora de infoLibre— Cristina Monge y el catedrático en Filosofía del Derecho Jorge Urdániz. La serie incluye ya los títulos *Comprender la democracia*, de Daniel Innerarity; *Reformar el sistema electoral*, de Urdániz y Enrique del Olmo; *Desprivatizar los partidos*, de José Antonio Gómez Yáñez y Joan Navarro; *Combatir la corrupción*, de Manuel Villoria; *Votar en tiempos de la Gran Recesión*, de Pablo Simón; *Examinar la democracia en España*, de Bernardo Bayona Aznar, y *Hackear la política*, de Monge y Raúl Oliván.

*Gestionar las emociones políticas* se presenta en Madrid el próximo 29 de octubre, a las 19.00 en la librería Marcial Pons (plaza del Conde del Valle de Súchil, 8). Gutiérrez-Rubí estará acompañado por los periodistas Lucía Méndez y Enric Juliana.

---

### Introducción

Gestionar las emociones políticas, de Antoni Gutiérrez-Rubí.

La desafección y el descrédito de la política crecen en todo el mundo. Esta desconfianza, junto a miedos diversos (por el presente, por el futuro), tiene consecuencias políticas y electorales. Algunas tendencias de comportamiento electoral se repiten en todas partes: disminuye la fidelidad de voto, aumentan la fragilidad, la fragmentación y la indecisión o el retraso en la decisión. Y la irrupción de los *outsiders*, religiosos, empresarios, cómicos o deportistas, es reflejo de una

sintomatología múltiple de desafección profunda con la democracia y sus actores. El mundo se ha vuelto volátil, incierto, complejo y ambiguo. La democracia es frágil; sus instituciones, cuestionadas.

En noviembre de 2018, la reconocida ONG Latinobarómetro publicó su informe anual. Un estudio de más de 20.000 entrevistas, realizadas en 18 países latinoamericanos, que busca reflejar la realidad sociopolítica de la región.

La percepción de los ciudadanos de América Latina no es positiva respecto a la política y la democracia. La imagen es la peor de los últimos 23 años: la creencia de retroceso es un 8% más alta que la de progreso. Además, el 49% de los ciudadanos cree que su país está estancado. Los problemas más importantes de los latinoamericanos se concentran en dos ejes: economía e inseguridad. La política —como problema— y la corrupción ya están en el tercer lugar.

Latinoamérica es la región más desconfiada del mundo. Mientras que en América Latina 8 de cada 10 no confían en el otro (14%), en los países nórdicos, 8 de cada 10 sí confían. La confianza interpersonal se mantiene en su piso (14%) por segundo año consecutivo. Las instituciones de la democracia (partidos políticos, Congreso, Gobierno...) son las que despiertan menos confianza y el apoyo a la democracia viene cayendo desde 2010, cuando estaba en el 61%. La última medición del Latinobarómetro lo ubicó en el 53% (13 puntos menos). Además, la indiferencia ante el tipo de régimen (democrático o autoritario) ya superó el 25%, esto es, que a uno de cada cuatro latinoamericanos le es irrelevante el tipo de régimen en el que vive. El desencanto con la política está teniendo consecuencias para la democracia. Y muy graves.

Y en Europa, las cosas no están mejor. Tampoco en España. Según datos del reciente Eurobarómetro, el 88% de los españoles desconfía de los partidos, el 79% del Congreso y el 76% del Gobierno. Además, los encuestados consideran que la existencia de noticias o información que distorsionan la realidad son un problema en España y para la democracia en general. Así se desprende del Eurobarómetro difundido por la Comisión Europea, que recoge los resultados de una encuesta realizada en noviembre del 2018 entre 32.600 ciudadanos europeos, 1.011 de ellos españoles.

Un estudio de opinión de la Fundación Bertelsmann, presentado en 2019 con el título *El poder del pasado*, asegura que la mayoría de la ciudadanía europea

presenta un sesgo reaccionario por nostalgia del mundo anterior. La nostalgia es un sentimiento que se dispara con el miedo, la ansiedad y el malhumor. De las conclusiones de dicho informe puede anticiparse que también en gran parte de los países de la Unión Europea podría triunfar otro Trump que blandiera el eslogan *Make Europe Great Again* (como, en cierta forma, en el Reino Unido con su Brexit y su *British First*). El 67% de los encuestados piensa que el mundo era mejor antes y, entre estos nostálgicos, el 78% cree que los inmigrantes no quieren encajar en la sociedad. Un 53% de ellos considera que los inmigrantes ocupan los puestos de trabajo de los nativos.

La pregunta es recurrente, la inquietud extendida: ¿Pueden las actuales propuestas políticas y los vigentes modelos de partido ser organizaciones eficientes en la sociedad de hoy? (Entendiendo por eficiencia, en un sentido democrático, la capacidad de interpretar los problemas de fondo, ofrecer soluciones para la mayoría, liderar las ideas de cambio, seleccionar a los mejores representantes y competir electoralmente).

Es en el contexto electoral, especialmente, donde se evidencia que la política y las campañas convencionales están siendo desbordadas por una nueva manera de ver, de pensar, de hacer y de comunicar el hecho político. La política de lo que aparentemente es local y personal adquiere una nueva relevancia. Lo micro ha dejado de ser simplemente pequeño, se trata de un enorme universo más íntimo, personal y cotidiano que reivindica su espacio en la esfera política y pública. La política de proximidad, que apela al individuo, al ciudadano, se sitúa en el epicentro. Este nuevo contexto se caracteriza por la fuerza y el papel que juegan los sentimientos, las emociones, las relaciones, las comunidades y los valores.

Por ejemplo, en las pasadas elecciones de mitad de período norteamericanas de 2018, se puso en evidencia que, para los votantes demócratas, valores como la diversidad o la inclusión son apreciados especialmente, y que se prefiere a aquellos candidatos/as que encarnan esos principios en sí mismos, frente a aquellos otros que centran sus campañas simplemente en hablar de ellos. Candidatas como Alexandria Ocasio-Cortez o Ilhan Omar fueron prueba de ello: centraron sus campañas en propuestas concretas mientras ellas mismas eran la personificación de los valores con los que querían conquistar a los votantes. Sucede en Estados Unidos y en muchos otros y diferentes contextos.

Niall Ferguson, historiador británico, señalaba que «ya no vivimos en una

democracia. Vivimos en una *emocracia*, en la que las emociones mandan más que las mayorías y los sentimientos cuentan más que la razón. Cuanto más fuertes son tus sentimientos, más fácil los transformas en indignación y más influyente eres». La *emocracia* podría ser la línea roja para la comunicación y la política. Ignorar los sentimientos es grave. Sobreexcitarlos para su utilización política es peligroso. La historia da fe de ello.

Un renovado interés por las emociones y las percepciones como elementos centrales de la comunicación política se abre paso con fuerza en todo el mundo. Políticos rancios y previsibles, obsesionados en tener la razón, asisten —incrédulos y con estupor— a derrotas frente a rivales que han hecho de la simplicidad, del radicalismo y de la claridad sus bazas electorales. Y viene de lejos.

Adlai Stevenson fue un político demócrata de Estados Unidos, dos veces candidato a la presidencia y dos veces derrotado en 1952 y 1956. Sus derrotas fueron hasta cierto punto sorprendentes, ya que era muy famoso por su habilidad en la discusión y la oratoria. Era el mejor, el más preparado. En la última campaña, un seguidor se le acercó y le dijo, entusiasta: «Todas las personas inteligentes estamos con usted». Y él le respondió: «Gracias, pero mi problema es que necesito una mayoría».

Pero casi nadie recuerda a Stevenson y sus sabias palabras. Estos políticos y estas políticas, hinchados en su soberbia y superioridad intelectual —pretendidamente moral—, están redescubriendo sorprendidos, con derrotas y desbordes, que han abandonado —¿olvidado?— el terreno de lo vital y emocional (valores, sentimientos, emociones...) y han descuidado el conocimiento profundo de la percepción ciudadana y de sus estados de ánimo. Otros, y especialmente otras, lo están ocupando.

Estas páginas intentan aproximarse a esta realidad. Porque no se puede representar lo que no se entiende y, mucho menos, gobernar a la sociedad que no se comprende.

[LEER EL ARTICULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ](#)

Fotografía: gutierrez-rubi.es

**Fecha de creación**

2021/02/10