

9 apuntes sobre el llanto de los políticos



Tiempo de lectura: 5 min.

[Daniel Eskibel](#)

Vie, 25/10/2019 - 15:59

Varios candidatos presidenciales argentinos lloraron públicamente durante la campaña electoral de 2019. ¿Qué efectos provoca ese llanto sobre la ciudadanía? ¿Acaso el llanto de los políticos tiene consecuencias en materia de votos y de liderazgo?

El periódico La Nación de Buenos Aires me consultó en referencia a este hecho relativamente inusual. Así fue que contribuí, junto con destacados colegas como Mario Riorda y Daniela Aruj, al reportaje titulado Una campaña en la que todos lloran: ¿estrategia electoral o emoción real?

En la nota, además de nuestros comentarios y de las observaciones del periodista Alan Soria Guadalupe, aparecen cuatro vídeos que registran las lágrimas recientes del presidente Mauricio Macri, de la ex presidenta Cristina Fernández de Kirchner y de los candidatos Alberto Fernández y Roberto Lavagna.

El tema remite directamente a dos asuntos esenciales en el mundo político de hoy. Tan esenciales que cada uno constituye un módulo de aprendizaje en nuestro Curso de Experto en Psicología Política. Me refiero a la psicología del votante y a la psicología del liderazgo.

La cuestión de fondo es si llorar en público supone consecuencias positivas o negativas para la percepción que tiene el votante acerca del líder político que así se expresa.

Cuando los políticos lloran...

Las lágrimas públicas de los candidatos demandan para su comprensión un estudio de cada caso concreto. O sea, evaluar quién llora, en qué contexto lo hace, en qué momento de la campaña, en qué situación socio-cultural y en relación a qué asunto concreto. Y también demandan medir las consecuencias en las investigaciones de opinión pública.

Más allá de esa necesaria profundización, de todos modos podemos trazar algunos apuntes generales sobre el llanto de los políticos:

El primer asunto sería determinar si el llanto es sincero y real o si es fingido. Si es sincero, entonces es el reflejo de una emoción. Si es fingido, si no tiene una emoción como punto de partida, entonces es simplemente una táctica para engañar al electorado.

Cuando el llanto es fingido, la mayoría del público lo advierte de forma inconsciente. Entonces la gente capta la intención de engaño, se da cuenta de la falsedad y reacciona con desdén o con rechazo hacia esa figura política.

Cuando el llanto es real, entonces una parte de los votantes posiblemente sienta la misma emoción que siente en ese momento el político. Casi cualquier estado emocional puede ser la raíz de un llanto auténtico: tristeza, felicidad, miedo, ira... Esa emoción se hace viral en el sentido de que se transporta de persona a persona. Entonces el candidato que se emociona y deja que eso se transparente en sus lágrimas está contagiando esa emoción a una parte de quienes lo ven o lo escuchan.

A su vez, cuando el llanto es real hay otra parte de los votantes que posiblemente no se contagien con facilidad. Ellos van a reaccionar de otro modo, tomando el llanto como una señal que al mostrar una emoción podría estar mostrando un aspecto importante de la personalidad del candidato. Esos votantes van a decodificar ese llanto y esa emoción en función de su propio vínculo con sus emociones. Es así que algunos lo verán como señal de sensibilidad y humanidad mientras otros lo verán como señal de debilidad.

¿Qué impacto tiene sobre la ciudadanía la percepción de la vulnerabilidad del candidato? Varios estudios de psicología política muestran que los dos rasgos de personalidad que los votantes mejor valoran en los políticos

son la energía y la amabilidad. Las lágrimas pueden reforzar o debilitar cualquiera de esos dos rasgos, por lo tanto el impacto principal pasaría por la autenticidad o no de la emoción que sustenta esas lágrimas. Si la emoción es auténtica lo más probable es que el impacto sea positivo, pero si es fingida entonces lo más probable es que el impacto sea negativo.

¿Rinde electoralmente? Lo que rinde electoralmente es una estrategia de campaña bien diseñada, lo que rinde es una buena investigación previa a la campaña, lo que rinde es una buena lectura de la realidad, lo que rinde es una comunicación política bien hecha, lo que rinde es lo sembrado en los años anteriores, lo que rinde es la política pensada a mediano y largo plazo. La superficialidad, la búsqueda de golpes de efecto espectaculares y la simulación no solo no rinden sino que son meros castillos en el aire.

¿La ciudadanía lo toma como algo genuino? La gente tiene experiencia en detectar emociones verdaderas y en diferenciarlas de simulacros. De hecho eso lo hace espontánea y naturalmente toda persona por el solo hecho de vivir en contacto con otras personas. De manera que las personas sí que se dan cuenta cuando hay simulación y también cuando hay emoción verdadera. Aunque algunas personas puedan ser muy crédulas, de todos modos, la mayoría sabe diferenciar.

¿Qué sería lo mejor para un candidato presidencial? Lo mejor sería que su comunicación política estuviera alineada con su personalidad real. De esta manera siempre podrá ser auténtico y eso será percibido y valorado por los votantes. Esto tiene un correlato: que su personalidad real sea la más adecuada para la toma de decisiones trascendentes y para actuar bajo presión. Esto es que tenga una personalidad estable y un buen control de emociones e impulsos. Si así es su personalidad, entonces la autenticidad siempre va a jugar a su favor con independencia de que en alguna ocasión derrame alguna lágrima o no.

Una pequeña historia real. En cierta ocasión estaba asesorando a un ex Presidente de un país de América Latina. Horas antes había fallecido una personalidad política latinoamericana que era su amigo además de su aliado político. Y este ex Presidente se enfrentaba a una conferencia de prensa acerca de esa muerte. Le habíamos preparado una breve declaración escrita pero mientras bajaba las escaleras para encontrarse con los periodistas lo detuve un momento y le pedí que más allá del papel escrito dijera lo que sentía en su interior. Fue lo que hizo: leyó la breve declaración y luego dijo lo que sentía. En medio de eso se quebró un instante y se le cayeron algunas lágrimas. Y fueron esas palabras conmovidas las que le generaron una corriente inmediata de respeto, comprensión y apoyo. La moraleja es que nunca se trata de llorar o no llorar, cual si fuera un dilema digno de Hamlet. Se trata de ser auténtico, de ser coherente con la personalidad del candidato y con sus posiciones políticas.

En suma: el candidato frío como una heladera generalmente no convence. Tampoco lo hace el candidato emocionalmente inestable que llora sin control. Y menos que menos el candidato falso que simula una emoción que no siente.

Es simple. Candidatos hay muchos. Los líderes políticos son menos. Y los estadistas muchos menos aún. Si se trata de estadistas o de grandes líderes, lo mejor pasa por la estabilidad emocional y la autenticidad.

Maquiavelo&Freud

<https://maquiaveloyfreud.com/llanto-politicos/>

[ver PDF](#)

Copied to clipboard