



LUIS MIGUEL DÍAZ-MECO

EXPERTO EN COMUNICACIÓN CORPORATIVA Y 2.0. COORDINADOR DE CAREP MAGAZINE (ESPAÑA)



POLÍTICA / SOCIEDAD

# GUÍA BÁSICA DE PSICOLOGÍA PARA POLÍTICOS Y CIUDADANOS

La política, como tantas otras cosas en la vida, es venta. De unas ideas, de un proyecto, de unas personas...

Y sabemos que buena parte del éxito de cualquier venta depende de la credibilidad, de la confianza que nos traslade el vendedor, la empresa, la marca.

Y aquí radica quizá el principal problema de la política actual. A sus protagonistas no se los cree nadie. [Según el avance de primavera del Barómetro Edelman de Confianza, [los líderes políticos son el único grupo percibido ahora como menos honesto y creíble que hace un año](#)].

En un debate, en una discusión, no es la parte que cuenta con más o mejores hechos la que triunfa, sino aquella que proporciona un escenario más fiable y una fuente más creíble.

## El contenido emocional tiene mayor importancia en el éxito de nuestra comunicación que el meramente racional



Por ello es tan importante conocer qué lecciones nos ofrecen las ciencias del comportamiento, en especial la psicología, en el ámbito de la política, ya seamos políticos o ciudadanos:

- **No somos seres (completamente) racionales**, ni científicos ni lógicos. El contenido emocional (las esperanzas, los sueños...) tiene mayor importancia en el éxito de nuestra comunicación que el meramente racional.

Estamos programados para atender a nuestros sentimientos. Por eso, si un argumento amenaza nuestra ideología, lo combatimos; pero si lo apoya, lo aceptamos sin objeciones.

*“Los seres humanos están predispuestos a prestar atención a la información que confirma sus creencias y a ignorar y minimizar la información que refuta lo que creen” (Eduardo Punset).*

- Por lo tanto, los hechos no son suficientes. **Necesitamos marcos, metáforas y narrativas para persuadir.**

Las buenas historias activan varias áreas de nuestro cerebro que facilitan que un determinado mensaje se comprenda, asimile y recuerde con mayor facilidad.

Los marcos, por su parte, nos presentan una visión con determinadas palabras y expectativas que se amoldan a nuestros intereses.

Contrariamente a lo que se ha venido defendiendo tradicionalmente, necesitamos menos cuentas y más cuentos.

- **El lenguaje que utilizamos influye directamente en cómo pensamos y cómo actuamos.**

Lo que dices y, aun más, cómo lo dices te marca y marca tu discurso.

Sé honesto, claro, respetuoso. Y utiliza un lenguaje que clarifique, no que oscurezca.

Seamos críticos respecto a nuestra responsabilidad en la toxicidad, polarización y desprecio del adversario que suelen acompañar el debate político.

- **Y el entorno digital no ha hecho sino añadir confusión y dificultad.**

Los medios tradicionales (especialmente la prensa, pero también la radio y la televisión) ofrecían un entorno de fiabilidad, roto ahora por la irrupción de las redes sociales, los medios digitales, las páginas web o los blogs.

Tenemos más información que nunca sobre todo, pero nuestro conocimiento sigue siendo igual de escaso.

Los algoritmos deciden lo que vemos, lo que leemos, en función de nuestras preferencias, filias o fobias, previamente expresadas. Y su propósito es únicamente maximizar nuestra atención, más allá de la honestidad, fiabilidad o veracidad de las fuentes.

Vivimos en unos [filtros burbuja](#) que nos aíslan (como un espejo que solo nos devuelve nuestras propias emociones y creencias personales) y nos exponen, más que nunca, a la desinformación.

Así pues, **en definitiva:**

- 1. Tenemos tendencia a creer lo que queremos creer.** O, lo que es lo mismo, primero decidimos, básicamente con las emociones y luego explicamos racionalmente la decisión que hemos tomado.

- 2. Emoción y razón no son antagónicas, sino complementarias.**

- 3. El lenguaje que utilizamos tiene una gran influencia en cómo pensamos y actuamos.** Aprovechalo.

- 4. Sé consciente de las enormes oportunidades y peligros que nos ofrece el entorno digital.** Saca todo el partido a las primeras; trata de sortear los segundos.

Hay mucho en juego. No se trata solo de la creciente distancia entre política y ciudadanía, sino de la puesta en duda de la legitimidad de todo el sistema.

### Lectura recomendada:

[Comprender nuestra naturaleza política](#)

Cómo situar el conocimiento y la razón en el centro de la toma de decisiones políticas. Oficina de Publicaciones de la Unión Europea.