

**Mary Lou Quinlan**, fundadora de *Just Ask a Woman*, experta en marketing para mujeres



VÍCTOR M. AMELA IMA SANCHÍS LLUÍS AMIGUET

¿Mi edad? Cada mujer elige una edad y se instala en ella: yo he elegido ser joven sin exagerar. Soy americana: admiro a Hillary, pero votaré por Obama porque es más femenino: los republicanos se quedaron en John Wayne. Participo en Rethink the Basis of Communication

## “La mujer es Obama”



INMA SAINZ DE BARANDA

**P**or qué las chicas no votan siempre a otras chicas? Las chicas suelen votar por los valores de las chicas, aunque a veces los encarne mejor un hombre.

### ¿Un hombre femenino?

¿Por qué no? Las mujeres de este siglo votamos al candidato -hombre o mujer- que hace suyos los valores femeninos, pero no sólo porque esos valores sean femeninos, sino porque son los valores del futuro.

### Por ejemplo.

Cooperación por la excelencia frente a mera competitividad; el pacto frente al dictado; la flexibilidad en la firmeza; la ternura en la disciplina; la actuación familiar, grupal, frente a al individualismo feroz; la preocupación por los más débiles dándoles prioridad... ¡son los valores del siglo XXI, un siglo que ya no es macho!

### ¿No son más habituales en candidatas?

Depende: Obama es la mujer. Obama es un candidato más moderno; quiere liderar por la persuasión y la complicidad más que por el asentimiento por interés y la obediencia... Y no tiene miedo a sus emociones.

### ¿Y Hillary es más machota?

Hillary es una formidable persona, pero una líder del siglo pasado: para que la tuvie-

ran en cuenta en un mundo de hombres ha acabado asumiendo los valores de los hombres. Les ha dicho: “¡Eh, tíos! ¡Puedo ser uno de vosotros y hacerlo mejor!”. Pero lo que ha sucedido es que esos valores masculinos que ella hace suyos ya son del pasado.

### ¿Qué valores son esos tan desfasados?

Los del macho John Wayne de toda la vida: autoritarismo, agresividad, competitividad, individualismo, paternalismo, dedicación exclusiva a su carrera y renuncia a su condición femenina y a la expresión libre de sus emociones, algo que nos permite a las chicas sufrir menos estrés.

### No sé si la entiendo...

Recuerde que el mejor momento de Hillary fue cuando -mujer- expuso su debilidad...

### ¿...?

¡Lloró! Se salió del guión macho por una vez y volvió a ser popular. Obama, en cambio, ha hecho de esa aparente debilidad su fortaleza toda la campaña.

### ¿Cómo es un liderazgo femenino?

No busca la obediencia...

**Stalin prefería que le temieran a que le quisieran.**

¡Qué antiguo! Hoy la líder quiere que la quieran: es un liderazgo emocional y emocionante, no mera gestión. Da y espera cariño y complicidad. ¡Persuade por ejemplo y

### Hombres femeninos

El liderazgo de este siglo -emocional y emocionante; solidario pero sólido; cooperativo y operativo; flexible y pragmático- es femenino y sólo quien sepa encarnarlo -hombre o mujer- tiene futuro político. Mary Lou Quinlan lleva 25 años estudiando las decisiones de las mujeres desde su centro *Just Ask a Woman* y para la CBS News y sabe las cifras: nadie gana unas elecciones en Occidente sin convencerlas a ellas, que además tienen el 85 por ciento del poder de compra y van tomando el otro poder sin dejar de ser mujeres. “Al contrario -explica-, cada vez son más los hombres que no quieren renunciar a su lado femenino y creen que su carrera es tan importante como sus bebés”.

por ilusión, no por mero cálculo e interés!

### ¿Y el arte de la seducción?

Es estrategia de macho, más sofisticada que el autoritarismo, pero desfasada. No se trata de que el líder me seduzca, sino de que me convenza y me emocione con esa combinación de delicadeza y firmeza; de generosidad y exigencia, que define lo mejor de la aportación de las mujeres a este planeta.

### Pues a Hillary no le va mal tampoco.

Le votan muchos demócratas de la vieja escuela -triunfa en las zonas industriales- en la medida en que comparten los valores de macho de Hillary, mientras que el liderazgo emocional de Obama los desconcierta.

### Obama, además, no tiene que preocuparse de cómo le queda el vestido.

A Hillary las mujeres le van a exigir más que a Obama y le van a perdonar menos... Y los hombres también le exigen más a Hillary. Mandar sigue siendo más duro para nosotras, porque nosotras mismas y el machismo que hemos asumido somos parte del adversario que convencer.

### ¿Cuál de los dos tiene más carisma?

Defina *carisma*.

### ¿...?

No se puede definir, pero si no lo tienes, está claro que te falta. Los dos lo tienen.

### ¿Vender un político es como vender una lata de tomate?

Un político -como cualquier persona- funciona como una marca: lo importante es su consistencia...

### Defina consistencia.

Una marca promete darte algo por un precio y es consistente en la medida en que cumple las expectativas que despierta.

### ¿Cómo vendería una candidata o un candidato al segmento femenino?

Yo no le llamaría *segmento*. En el mundo occidental, las mujeres tomamos el 85 por ciento de las decisiones de compra y, por simple mayoría demográfica, las mujeres decidimos todas las elecciones.

### ¿Vendería igual un candidato o una candidata a un hombre que a una mujer?

No, porque somos afortunadamente diferentes. La igualdad de la mujer es sencillamente falsa: la ciencia ha demostrado que somos diferentes. Somos iguales en derechos y obligaciones como ciudadanas, pero somos diversas en la manera de ejercer estos derechos.

### ¿Y yo no puedo ser diverso?

¿Dónde ha comprado sus pantalones?

### ¿En unos almacenes?

¿Cuánto tardó en elegir y comprar?

### ¿Diez minutos?

Una mujer tarda de media tres veces más en comprar un pantalón. Compara todas las marcas, las comenta con sus amigas, pregunta, se patea varias tiendas y al final decide.

### ¿Y al comprar un coche?

Ustedes lo compran, como críos, porque les hace ilusión. Una mujer lo compra pensando, para empezar, si les gustará a los demás: hijos, nietos, abuelos...

LLUÍS AMIGUET

Colección Juegos de mente. Decimotercera entrega: **Cultura general** 4'95€  
 Vale descuento LA VANGUARDIA

Patrimonio de la Humanidad. Asia V, 9,95€  
 Vale descuento LA VANGUARDIA

Grans Genis de l'Art a Catalunya. Guinovart 5'95€  
 Vale descuento LA VANGUARDIA

Bichos (7x20) escarabajo esmeralda  
 Vale descuento LA VANGUARDIA

# magazine

MÁS REPORTAJES  
 MÁS CINE  
 MÁS SEMANA SANTA  
 MÁS MODA  
 MÁS BELLEZA

www.lavanguardia.es

Este domingo con

**LA VANGUARDIA**

Libertad de opinión

totem TALLER CREATIU

magazine

La nueva era de la alimentación  
 Investigaciones científicas revolucionan la nutrición en España

Málaga  
 Pasada la Semana Santa  
 Primavera  
 La moda que viene