

La carrera hacia la Casa Blanca ▶ El análisis

Páginas 12 y 13 <<<

Emociones para ganar

Hillary Clinton ha sabido reaccionar a su derrota con una meticulosa puesta en escena de sus sentimientos personales

ANTONI
Gutiérrez-Rubi
ASESOR DE COMUNICACIÓN



La victoria de **Hillary Clinton** ha sorprendido a todo el mundo, pero no se ha improvisado ni es fruto de la suerte o del capricho de un electorado volátil y vulnerable. **Hillary** ha sabido reaccionar tras el fracaso de Iowa, uno de los dos estados de la Unión que en 200 años, junto con Mississippi, no ha elegido nunca a una mujer para ocupar un escaño congresista ni ha votado nunca a una gobernadora.

Su estrategia ha llegado al corazón de los electores, en especial las mujeres, y ha conseguido frenar el efecto **Obama** en el momento justo y decisivo. Hasta ahora **Hilla-**

Los asesores hicieron creer que las lágrimas de la senadora pidiendo el voto eran sinceras

ry, por orgullo y convicción, se había alejado deliberadamente del cliché de «ahora toca una presidenta», convencida como está que tiene más experiencia y preparación que ningún rival demócrata o republicano. Pero la derrota de Iowa y unas adversas encuestas forzaron la nueva estrategia de **Hillary** con un nuevo estilo más humilde y receptivo y un nuevo compromiso con el electorado.

Nueva estrategia

«El verdadero cambio sería tener por primera vez una mujer presidenta». **Hillary** se ha dado cuenta que la bandera del *cambio* que enarbola **Obama** es el motor participativo e ilusionante de esta campaña de primarias. Apuntarse a la renovación (comprenderla, escucharla, interpretarla) y afirmar que

el verdadero cambio sería que una mujer fuera comandante en jefe, es un replanteamiento para quien había dado por hecho, sin pedirlo explícitamente, el voto clave de las mujeres madres de familia.

Maureen Dowd, columnista de *The New York Times*, afirmaba recientemente que el reto de una candidata a la presidencia de Estados Unidos no es muy diferente al rol que las mujeres con poder deben representar para ser aceptadas en una sociedad conservadora, como lo es la norteamericana. «Cuarenta años después de que el feminismo irrumiera impetuosamente en escena, las mujeres en puestos de responsabilidad siguen reflexionando todavía sobre cómo combinar fuerza y sexualidad sin que les salga el tiro por la culata». **Sharon Stone**, con otro registro, ha sido más contundente: «Puede sonar raro, pero una mujer debe haber dejado atrás su sexualidad para ser candidata. **Hillary** todavía tiene un gran atractivo sexual y no creo que la gente lo acepte. Es demasiado amenazador».

El testimonio de **Shirley Chisholm**, que fue la primera congresista de color de los Estados Unidos y también la primera mujer afroamericana en proponerse como candidata a la presidencia de su país, sigue vigente. En su famoso discurso al Congreso, en 1969, afirmó: «He sido más a menudo discriminada por ser mujer que por ser negra». **Hillary** se ha dado cuenta. Y **Obama**, también.

Nuevo estilo

La fría y poderosa **Hillary**, la más organizada y preparada, calculó su golpe en un mitin de *tupperware*. Un sencillo café, rodeada de mujeres muy normales de clase media norteamericana, sirvió de escenario perfecto para la política de las emociones: **Hillary** se mostró humilde y pareció sincera. «Esto es muy personal para mí. No es solo un asunto político o público». Con una meticulosa



▶ Seguidores de la senadora Hillary Clinton celebran su victoria en las primarias de Nueva Hampshire.

estrategia de comunicación sus asesores dejaron caer que **Hillary** se «había quebrado con lágrimas en los ojos». El morbo voraz de los medios picó el anzuelo y en muy pocas horas el vídeo de la *derrotada Hillary* se transformó en el mejor anuncio de la campaña por su capacidad viral en las nuevas redes sociales en internet y se propagó por todas las cadenas de televisión y todos los diarios nacionales e internacionales que asociaron emoción a derrota. Y se equivocaron por misoginia larvada. No podemos juzgar su sinceridad, pero sí destacar la preparación profesional de sus palabras medidas, justas, perfectas. El maquillaje impecable y la calidad de las imágenes (luz, sonido, encuadre) demuestran que nada se improvisó. Ese minuto, quizá, vale una presidencia.

Aplicar la inteligencia emocional en la política permite valorar la ges-

tión de las emociones como vehículo decisivo para generar los sentimientos que permitirán transmitir —de manera que se perciba— un determinado mensaje en las mejores condiciones.

Hay una nueva mirada hacia la importancia de la comunicación no

La aspirante afirma ahora que el verdadero cambio es que una mujer sea presidenta

verbal. Ya no se juzga a los políticos solamente por sus palabras y sus promesas, sino que su aspecto y su actitud tienen un papel decisivo. Un gesto fuera de lugar o un comportamiento equivoco pueden minar la confianza de los ciudadanos.

Nuevo compromiso

«Durante una semana les he escuchado a todos ustedes, y eso me ha permitido encontrar mi propia voz». Ha sido lo mejor. Justo después de ganar en Nuevo Hampshire, **Hillary** ha reconocido, de manera implícita, sus errores de arrogancia y exceso de profesionalización. Ha recobrado su espíritu («mi propia voz») en contacto cercano con los electores («escuchándoles»), alejada del pasado que representa su marido y la casta de Washington. Si consigue romper con esa etapa y con el *establishment* político, y ser creíble, puede conseguir su *cambio*. Sobre estas bases, su poderosa maquinaria puede recuperar la iniciativa y resituarse el eje de confrontación con **Obama** en su terreno más favorable: la preparación y la determinación. ≡

Los domingos, con EL PERIÓDICO, el suplemento del motor

airbag

ARTE

MERCANTIC

Descarregada D'ANTIGUITATS DIUMENGE 13/01

MERCAT PERMANENT DE DECORACIÓ AMB OBJECTES ANTICS, CURIOSITATS I ARTESANIA

Avda. Riús i Tauler 120 - 08173 Sant Cugat del Vallès - Barcelona - T: 93 674 4950 - F: 93 674 9299
Accessos: C-16 Túnel de Valldera Sortida 11 Sant Cugat/Rubi - Ap7 Sortida Sant Cugat/Rubi

¡¡ YA NO TIENES EXCUSAS PARA MODERNIZAR TU EMPRESA !!

OKI PRINTING SOLUTIONS

25% DE DESCUENTO

Consigue consumibles gratis. ¡Infórmate!

Impresoras, Equipos Multifunción y Faxes Láser/LED y Matriciales

¡Infórmate en www.okirevolution.es 902 36 00 36

Promoción válida hasta el 31/1/2008. Bases en www.okirevolution.es