

Antoni Gutiérrez-Rubí

Filopolítica

Filosofía para la política

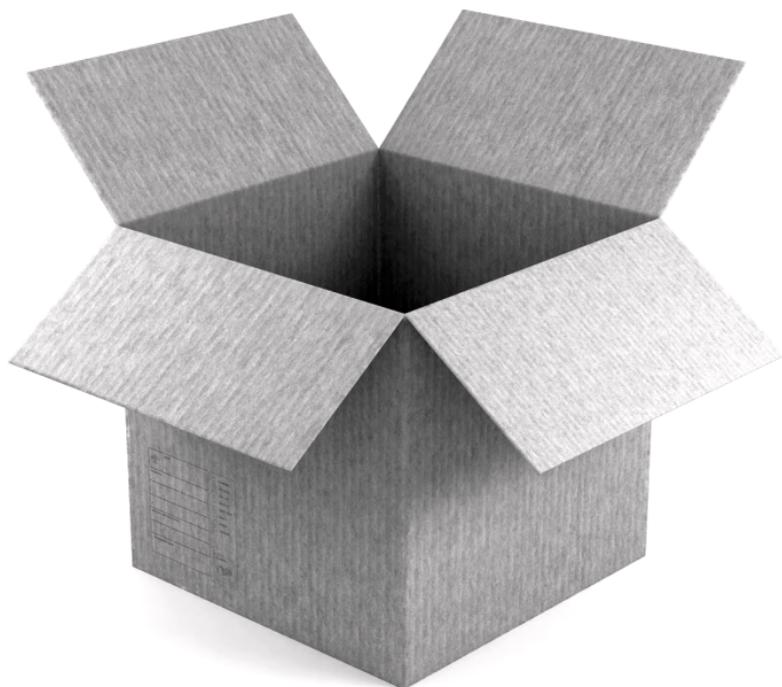
La política meditada

Política: de la ideología a la filosofía

El espíritu de la política

Filopolítica

Prólogo de Victoria Camps



Micropolítica

Este libro incluye en su interior la reedición del texto

Micropolítica: Ideas para cambiar la comunicación política (2009)

Índice

Prólogo

El valor de la política meditada (Victoria Camps) 7

Artículos

La política meditada (septiembre de 2009) 19

Política: de la ideología a la filosofía (abril 2010)..... 19

El espíritu de la política (julio 2010)..... 27

Filopolítica: Filosofía para la política (octubre 2010) ... 35

Bibliografía..... 42

Micropolítica..... 45

PRÓLOGO

El valor de la política meditada

El autor de los textos aquí reunidos bajo el título de *Filopolítica* es alguien que ama la política, pero, como nos ocurre a muchos, rechaza la política al uso. A su vez, está convencido de que existen modos de devolverle a la política la dignidad que ha perdido y la sustancia que debería recuperar para conseguir un mínimo de credibilidad y respeto. El diagnóstico del que parte implícitamente Antoni Gutiérrez-Rubí no es nuevo ni creo que sea discutible. A diario se expresan voces que lamentan la falta de liderazgo político efectivo, la cortedad moral de los gobernantes, su nula visión de futuro, la confusión de la política con la mera gestión, y aún ésta a menudo ineficiente. En suma, un sinfín de defectos que sitúan a la política en los niveles más bajos de la afección social. El panorama desalienta al más optimista y esperanzado, pero no a quien, como el autor de estas páginas, se niega a reconocer que todo está perdido. Es necesario y es posible recuperar un sentido noble de la política.

Al camino para hacerlo le da el nombre de “filopolítica” que significa, nada más y nada menos, que dotar

de filosofía a la política. ¿Filosofía? ¿A estas alturas en que la teoría y la contemplación se han ausentado de nuestro mundo pragmático y ávido de resultados tangibles? ¿A qué se refiere Gutiérrez-Rubí cuando reclama más filosofía para la política?

Los términos que usa para hacer más explícita su propuesta suenan, si cabe, aún más raros que la mención de la filosofía misma como solución para la política. Son términos que no están de moda o que tienden a estarlo sólo para frivolizarse. Lo que, a su juicio, una política digna de tal nombre requiere es más meditación, más trascendencia, más espiritualidad, y, en definitiva, más ideas.

La política debiera ser una “política meditada”, que no se hurtara a la “dimensión espiritual” de la persona. Hablar de espiritualidad no tiene por qué llevarnos a la religión –aclara-. Hacer brotar la espiritualidad es sencillamente no ignorar la dimensión más esencial del ser humano, esa por la que es capaz de escucharse a sí mismo y que dota a su lenguaje y a su discurso de densidad moral.

Con otras palabras y para entendernos: es preciso que los agentes políticos encuentren mecanismos que les lleven más allá de unas dinámicas carentes de horizontes,

de proyectos y de sueños que nadie ofrece ni acierta a formular, pero que los ciudadanos están pidiendo a gritos. Más innovadoras que la política, las empresas hace tiempo que se han dado cuenta de la inanidad de un trabajo que deje de valorar la ponderación y la distancia reflexiva frente a lo más inmediato. Ninguna actividad que se precie funciona si falta la dirección y la iniciativa que la dotan de sentido, de intención, a fin de cuentas. ¿Hacia dónde vamos? ¿Qué nos proponemos? ¿Cuáles son los objetivos últimos? Para poder dar respuesta a estos interrogantes, de vez en cuando, hay que detenerse a examinar lo que uno hace, preguntarse si está bien, si está claro lo que busca, si conviene rectificar o escuchar a los que opinan distinto. Lo contrario es encumbrar el presente para vivirlo de forma absoluta sin detenerse a calibrar lo que pueda venir después. El pensamiento, la meditación, el logos de los griegos, la palabra y el razonamiento, eso es lo que echamos de menos en nuestro mundo y, en concreto, en la política.

Siguem moderns, llegim els clàssics. El verso de Foix guía a Gutiérrez-Rubí a lo largo de sus argumentos. Y para hacerle caso se remonta a Confucio. Más discreto que Platón que reclamó para los filósofos el gobierno de las ciudades, Confucio, entre otras cosas, se empeñó en subrayar el valor preponderante de las palabras pensadas

y examinadas porque, de no ser así, la comunicación no funciona, no transmite nada, el lenguaje es impreciso, se nota que lo dicho no está suficientemente meditado ni discutido. Para poder recolectar hay que sembrar antes, lo cual significa proyectar a más largo plazo y disponer de semillas que puedan dar un fruto apreciable.

La política de izquierdas está sufriendo dos crisis de envergadura. La primera es la falta de un contenido nuevo que permita vislumbrar con nitidez, y sin que el ciudadano se lleve a engaño, qué distingue a la derecha de la izquierda. Durante muchos años -todos, para nosotros, desde la transición-, las políticas sociales y de bienestar han llenado las agendas de los progresistas y muchas de aquellas políticas que fueron patrimonio de la izquierda, hoy las comparten todos los partidos casi por igual. ¿Quién se atreve a decir que la educación, la sanidad, la seguridad social no deben universalizarse? ¿Quién no es un poco ecologista y no teme las posibles consecuencias del cambio climático? El problema hoy es que, una vez aceptadas las premisas del estado social, lo que se impone es sostenerlo, lo cual, con la crisis económica, no es una tarea liviana. Para ello hay que hacer reformas, entender que la equidad no es mero igualitarismo, que la señal de una justicia distributiva que merezca tal nombre es invertir en los menos favore-

cidos, medida que a los más poderosos no suele gustarles. No complacer a los ricos para atender a los pobres siempre es impopular, supone una valentía política de la que no dispone la cortedad de miras electoralista.

La segunda crisis quizá sería más fácil de abordar, pues no radica tanto en el qué se hace, sino en el cómo se hace. Cómo se hace política, cuál es el mejor estilo para la política. El texto de Gutiérrez-Rubí, así como su *Micropolítica* anterior, se dirige más a este segundo punto. Un punto que se convierte en improbable si se mantiene el imperativo insalvable para los políticos de tener presencia diaria y constante en los medios de comunicación. Esa necesidad reduce el lenguaje que debiera ser ponderado y convincente a unos cuantos titulares ávidos de destacar el enfrentamiento entre unos y otros e ignorar los logros derivados de una reflexión pausada. La impresión que el ciudadano obtiene de lo que le cuentan los medios es que la tal reflexión brilla por su ausencia. Tal vez sea cierto, pero preferiría pensar que no es así. Sea como sea, para que la política recupere la confianza que ha perdido, es necesario que se escriban y se lean, que se tengan en cuenta, consideraciones como las que se exponen en las páginas que siguen.

Victoria Camps

LA POLÍTICA MEDITADA

En el mundo de la empresa innovadora, la práctica de la meditación regular y frecuente se va imponiendo con naturalidad, y se promueven espacios de silencio para poder mirar el entorno (y mirarse) con mayores dosis de imparcialidad y equilibrio. La meditación abre, cada vez más, las oportunidades a una gestión de las organizaciones en que las emociones tengan un papel más valorado y reconocido al mismo nivel que las aptitudes y las actitudes.

El estrés y la ansiedad, por ejemplo, se han convertido en una de las mayores causas de falta de competitividad y de baja laboral. Si añadimos la falta de relajación y de descansos adecuados, se produce un alarmante descenso de nuestra energía vital, condicionando nuestro estado de ánimo y éste, a su vez, nuestro comportamiento y rendimiento globales.

El contexto de crisis, con sus escenarios de incertidumbre y complejidad, ha castigado duramente los delicados equilibrios emocionales que la vida moderna exige a las personas. “No he parado ni un minuto” es la frase recurrente que refleja una ocupación constante,

sin pausa (descanso) ni silencios (reflexión), lo que perjudica enormemente la calidad de cualquier tarea. Las empresas se han dado cuenta del potencial que para la productividad y la innovación tienen el silencio reflexivo y la calma serena.

Mientras, la política parece que ignora estas consideraciones y desprecia la meditación y el cuidado del espíritu como estructura medular del carácter de nuestros representantes. La dimensión espiritual de la persona, por ejemplo, no puede ser ignorada, tampoco, desde la izquierda renovadora, y mucho menos desde el socialismo democrático, que tiene una base electoral y sociológica de cultura católica muy amplia y un anclaje histórico con las comunidades de base cristianas y los sectores renovadores de la jerarquía. Pero no estamos hablando de religión ni de iglesias. Hay que multiplicar los gestos hacia las comunidades laicas y creyentes comprometidas con la acción social, sí; pero acercarnos también con respeto e interés hacia otros espacios de trascendencia espiritual no específicamente religiosa.

Hasta ahora, la izquierda se ha movido con un reduccionismo simplista considerando lo espiritual como un fenómeno meramente religioso. Gran error. Lo espiritual, entendido como el sentido que le damos a las cosas y a nuestra vida, permite residenciar en va-

lores y principios los verdaderos reguladores de nuestro comportamiento. Y ahí radica su potencial para la política. Un gestor público debe ser una persona de densidad moral y ética, y para ello es imprescindible una actitud reflexiva y pausada y una vida interior rica y equilibrada.

La política, con sus ritmos mediáticos y su inmediatez táctica, aleja a nuestros representantes, demasiadas veces, de la ponderación y la distancia imprescindibles. Nadie reclama, por ejemplo, tiempo para evaluar la respuesta adecuada, para estudiar una propuesta, para pensarla con calma. Es como si la distancia cautelar que tantas veces debería guiar la actuación pública, sea un demérito o un defecto. Todo lo contrario.

Hay un nuevo espacio para la política meditada. La ciudadanía lo está pidiendo a gritos. La meditación, el silencio, el retiro, el estudio, deben estar presentes en la vida política y en nuestros líderes. Necesitamos políticos con mayor capacidad de escuchar su interior y de compartir experiencias de profunda e intensa concentración personal. Una espiritualidad humana, profundamente humanista, como base de *otra* política.

Necesitamos líderes reflexivos, capaces de meditar, de buscar en su equilibrio personal la fuerza y las ideas

que guíen su actividad. Puede ser una dimensión religiosa, pero no necesariamente. Debemos fomentar las prácticas que buscan el equilibrio y la armonía como el yoga o el taichí y acercarnos a ellas con una nueva naturalidad. En España todavía hay un prejuicio latente hacia tales disciplinas que, ignorantes y petulantes, algunos identifican como “raras”.

Martin Boronson, autor del best seller “Respira” (Urano) nos anima a recuperar el control personal con solo un minuto al día. Y recomienda seguir cuatro pasos: crear un lugar de silencio y soledad; sentarse en una silla con la espalda enderezada, con las manos y las piernas relajadas pero inmóviles; activar el reloj avisador en un minuto exacto y cerrar los ojos, centrando la atención de la mente en la respiración hasta que suene la alarma. ¿Se lo imaginan? Y todavía más: ¿Se imaginan a nuestros políticos con este minuto de serenidad?

Creo que la política necesita de estos minutos *de oro*. Y la comunicación política, todavía más. Durante el verano, algunos líderes políticos han recomendado a sus adversarios que “se relajen” o “se retiren a un monasterio”. La sugerencia, si reflejara una reivindicación sincera e incluyente de la política meditada, sería un cambio notable que deberíamos aplaudir. Pero dicha con un cierto desdén y como una invectiva refleja un

prejuicio sobre el valor del retiro y de la relajación en la vida pública.

El descrédito de la política y de los políticos tiene que ver –y mucho– con el deterioro del lenguaje político. Dime cómo hablas y te diré quién eres (y cómo eres). Deberíamos relajarnos, sí; pero para pensar mejor y ver si hay algo en el interior que valga la pena. Y, solo entonces, abrir la boca.

POLÍTICA: DE LA IDEOLOGÍA A LA FILOSOFÍA

“Más vale encender una vela que maldecir la oscuridad.”

Proverbio árabe

“Nunca corren buenos tiempos para quien no sabe a dónde va.”

Séneca

En un contexto convulso e incierto, provocado por la crisis económica y financiera, con consecuencias devastadoras en lo social y en lo ético, algunas empresas empiezan a valorar el potencial que puede tener para la innovación y la productividad, la meditación y otras disciplinas y técnicas del silencio, la introspección y el equilibrio interior. La meditación abre, cada vez más, las oportunidades a una gestión de las organizaciones en que las emociones tengan un papel más valorado y reconocido al mismo nivel que las aptitudes y las actitudes.

Si la acción meditada es imprescindible (creo) en la gestión empresarial, en la política es consustancial. Lamentablemente, estamos lejos todavía de que los políticos valoren la importancia de la meditación, de

la reflexión en silencio, de la capacidad de encontrarse a solas consigo mismo, para recuperar el sentido de la espiritualidad -profundamente humanista-, que puede dar otro sentido al modo de hacer y entender la política. No estamos hablando de religiosidad.

Vicente Merlo (doctor en Filosofía, profesor asociado de la Universidad de Barcelona, escritor y pionero en impartir una asignatura de meditación), en una reciente entrevista, afirmaba que la meditación aporta “ecuanimidad, claridad mental, y capacidad de concentración” y nos redescubre el silencio interior con una riqueza que no imaginamos.

Esta capacidad de concentración, de escuchar el interior, puede desarrollar una nueva capacidad de comunicación a través de un determinado lenguaje político más preciso, más intenso, más sincero. La meditación puede ofrecer a nuestra política democrática la densidad moral y ética que acompañe una acción transformadora. Una densidad que debe percibirse en el uso de un nuevo lenguaje, un nuevo vocabulario en el que las palabras del espíritu no estén excluidas, proscritas o estigmatizadas. Políticos con una rica vida interior podrán servir mejor lo público. Políticos que hablen con el corazón serán los líderes del mundo incierto.

El ejemplo chino: volviendo a Confucio

Decía Octavio Paz que “se olvida con frecuencia que, como todas las otras creaciones humanas, los Imperios y los Estados están hechos de palabras: son hechos verbales”. En el libro XIII de los *Anales*, Tzu-Lu pregunta a Confucio: “*Si el Duque de Wei te llamase para administrar su país, ¿cuál sería tu primera medida? El Maestro dijo: La reforma del lenguaje.*” El filósofo chino Confucio (551-479 aC), que dio nombre al confucionismo o confucianismo (una doctrina que se ha definido más bien como una corriente ética y no tanto como una religión y cuya influencia ha perdurado durante siglos en distintas culturas), otorgaba al lenguaje un papel esencial en el gobierno de una nación. Los preceptos básicos de esta corriente son esencialmente humanistas y hablan de cómo debe relacionarse el ser humano con sus semejantes. Hace referencia a los valores, virtudes, relaciones... cómo desarrollar una buena conducta en la vida y un buen gobierno basado en la caridad, la justicia, y el respeto.

Valores que tienen en el lenguaje un pilar fundamental, ya que éste expresa la calidad moral del que habla. De hecho, al preguntarle sus discípulos qué mejoraría o reformaría si tuviera que gobernar un país, Confucio hizo referencia al lenguaje: “*Si el lenguaje ca-*

rece de precisión, lo que se dice no es lo que se piensa. Si lo que se dice no es lo que se piensa, entonces no hay obras verdaderas. Y si no hay obras verdaderas, entonces no florecen el arte ni la moral. Si no florecen el arte y la moral, entonces no existe la justicia. Si no existe la justicia, entonces la nación no sabrá cuál es la ruta: será una nave en llamas y a la deriva. Por esto no se permitan la arbitrariedad con las palabras. Si se trata de gobernar una nación, lo más importante es la precisión del lenguaje”.

China, por ejemplo, hace una apuesta pragmática por Confucio como pensamiento cohesionador de la tradición cultural y milenaria de su sociedad y como la base renovadora de sus caducos principios políticos. Esta orientación estratégica es profunda y dibuja el horizonte más esperanzador que existe en dicha sociedad junto al potencial de libertad de las nuevas tecnologías que se abre paso con una tremenda fuerza. Las reformas democráticas en ese país pueden llegar, sorprendentemente, por la combinación del pensamiento de hace más de 2.500 años y por el movimiento de placas tectónicas que supone la cultura digital e Internet.

Los fundamentos confucionistas unidos al desarrollo del denominado poder blando -concepto acuñado por el profesor de Harvard, Joseph Nye-, son las cla-

ves del desarrollo económico chino. Según Nye, en la fuerza de una nación podemos distinguir entre el poder duro, definido por la potencia militar, tecnológica, económica, etc. y el poder blando, que se refleja en otros factores como son la escala de valores, el estilo de vida, la cultura, la organización social, los modelos de desarrollo... China busca la síntesis. Daniel Bell, autor del libro *El nuevo confucionismo de China* afirma que “*la tradición jugará un papel muy importante en el desarrollo y puede ser el hilo conductor de la nueva China*”.

En el último congreso del Partido Comunista Chino, el 17º, celebrado el 15 de octubre de 2007 (encuentro quinquenal que decide la vida política del país para los siguientes años), la ideología dio paso a la filosofía: del comunismo al confucionismo. Bajo el lema “Armonía social” se justificó la falta de libertades, la censura o la represión tibetana. Pero, al mismo tiempo, se cimentaron las bases de la nueva China y su “otra” vía a la democracia y al progreso. El presidente Hu Jintao ya había anunciado un año antes, a través del diario *China Daily*, ocho “mandamientos” de fuerte inspiración filosófica para “recuperar la moralidad” y lograr una “cultura socialista avanzada”, que serían colocados en carteles para conocimiento de todo el mundo:

1. Patriotismo. Ama a tu patria, no la dañes.
2. Vocación pública. Sirve a la gente, no la abandones.
3. Conocimiento. Defiende la ciencia, no seas ignorante.
4. Trabajo. Trabaja duro, no seas perezoso ni odies el trabajo.
5. Ayuda al prójimo. Mantente unido y ayuda a los otros, no te beneficies a costa de los demás.
6. Honestidad. Sé honesto y digno de confianza, no busques los beneficios a costa de tus valores.
7. Disciplina. Sé disciplinado y cumplidor de la ley, en lugar de caótico y sin leyes.
8. Sencillez. Conoce la vida sencilla y las dificultades, no te sumes a los lujos y los placeres.

La apuesta filosófica es la opción estratégica actual del nuevo pragmatismo político chino, que va a permitir a su impermeable dirección aplazar, *sine die* y otra vez, las reformas democráticas. Y, al mismo tiempo, frenar el auge de movimientos religiosos muy importantes como la secta Falun Gong. Pero, a pesar de esta lamentable instrumentalización, hay, en la mirada a lo

espiritual de un pensamiento milenario, un horizonte que debe explorarse desde las opciones políticas de progreso.

La filosofía, fuente para la regeneración política

De la experiencia china (con todas sus limitaciones y reservas), y de otras manifestaciones que expresan nuevas demandas morales y éticas para la revitalización de la política, hay que sacar algunas conclusiones. Necesitamos una *nueva* política y ésta sólo será posible con un *nuevo* lenguaje con más profundidad y espiritualidad. La alianza de progreso que se debe construir en lo local y en lo global para conseguir la esperanza de una gobernabilidad más justa, más sostenible y más pacífica necesita líderes, acciones, ideas, pensamiento... y palabras. También organizaciones, sí. Pero sin una nueva filosofía política no recuperaremos para ésta la opción directiva del presente y no podrá garantizar futuros. Corremos el riesgo de que la política sea irrelevante.

En sociedades líquidas, es tiempo de pensamientos sólidos. Ludwig Wittgenstein, el pensador austríaco que intentó definir la lógica del pensamiento humano escribía, ya en 1921, “*que los límites de mi lenguaje son*

los límites de mi mundo". Definitivamente, el mundo ha cambiado mientras que el lenguaje político parece haberse transformado en inservible, caduco y previsible. La política democrática y reformadora que se ha quedado sin vocabulario, sin sintaxis, parece que se conforma con la gestión de la ortografía. Volvamos a las palabras, a las que nacen de las ideas y de la filosofía; sin ellas, la ideología está muerta.

Volvamos atrás, para ir hacia adelante. Reforcemos nuestra formación sobre los clásicos: de Confucio a Aristóteles, pasando por Séneca. Recuperemos los fundamentos éticos y morales que constituían el debate de lo humano y de lo colectivo hace ya miles de años. Quizás hay que volver al lugar de donde nunca deberíamos habernos ido. Como decía el poeta Josep Vicenç Foix: "*Sigueu moderns. Llegiu els clàssics*".

EL ESPÍRITU DE LA POLÍTICA

Todo estriba en hacer lo que lo que el filósofo Peter Singer define como “ampliar el círculo del nosotros”, aumentando la cantidad de personas que consideramos parte de nuestro grupo.

Richard Rorty (Estados Unidos, 1931-2007) ha sido uno de los grandes filósofos norteamericanos. Poco antes de su muerte, escribió un breve y sugerente ensayo, “Una ética para laicos”, en el que reivindicaba una ética que no estuviera subordinada a la religión, sino que tuviera una autonomía constituyente del rearme moral de nuestra sociedad y fuera un importante recurso para garantizar el futuro espiritual de la humanidad.

Cada vez es más evidente que una de las causas más profundas de la crisis de la política (y, en particular, de la política transformadora) es la desconexión entre praxis política y moral política. Una causa a la que no se dedica, lamentablemente, el tiempo y el coraje necesarios para abordar un debate imprescindible y urgen-

te sobre el rearme moral en el proceso de renovación y reformulación de una nueva política de orientación progresista.

La política se está quedando huérfana de filósofos en un inexorable y preocupante éxodo del discurso moral. Sin ellos, desvariamos desnortados en una cartografía que desdibuja la política en gestión. Casi sin darnos cuenta, la política ha ido perdiendo (o expulsando) a sus más brillantes pensadores, renunciando a hacerse preguntas profundas, para ofrecer respuestas superficiales, de manual. Sin sentido. Eso es lo que nos aleja del sentimiento de las personas, la ausencia de sentido y profundidad de muchas prácticas y políticas públicas que parecen incapaces de comprender la complejidad y el vacío que provoca una política sin espíritu.

Se impone una triple reacción: más meditación, más espiritualidad y más filosofía.

La política meditada

La praxis política sublima la acción como el paradigma definitivo de la política e ignora y desprecia, por ejemplo, la meditación y el cuidado del espíritu como estructura medular del carácter de nuestros representantes. El absolutismo de la gestión se ha convertido en el indicador de referencia. Les valoramos

por lo que hacen, no por lo que son, ni por lo que sienten en su interior.

Pero algo está cambiando y muy rápidamente. Esta crisis está poniendo a cada uno en su lugar. Y afloran, más que nunca, las debilidades estructurales de muchos líderes políticos. Hoy la observancia democrática y ciudadana se fija en la talla moral y ética de nuestros representantes y crece la convicción de que la riqueza espiritual e intelectual de nuestros líderes es condición indispensable para su eficacia en la gestión. Además, aumenta la certeza de que la mayoría de las repuestas que debemos dar a los retos del planeta no se pueden gobernar o abordar únicamente desde los instrumentos de la política (demasiado limitada y condicionada), sino que se necesitan cambios de conducta y comportamientos individuales para diseñar futuros compartidos.

Como apuntaba en mi artículo *La política meditada*: “La política, con sus ritmos mediáticos y su inmediatez táctica, aleja a nuestros representantes, demasiadas veces, de la ponderación y la distancia imprescindibles. Nadie reclama, por ejemplo, tiempo para evaluar la respuesta adecuada, para estudiar una propuesta, para pensarla con calma. Es como si la distancia cautelar que tantas veces debería guiar la actuación pública, fuera un demérito o un defecto. Todo lo contrario.

Hay un nuevo espacio para la política meditada. La ciudadanía lo está pidiendo a gritos. La meditación, el silencio, el retiro, el estudio, deben estar presentes en la vida política y en nuestros líderes. Necesitamos políticos con mayor capacidad de escuchar su interior y de compartir experiencias de profunda e intensa concentración personal. Una espiritualidad humana, profundamente humanista, como base de *otra* política.

Necesitamos líderes reflexivos, capaces de meditar, de buscar en su equilibrio personal la fuerza y las ideas que guíen su actividad. Puede situarse en una dimensión religiosa, pero no necesariamente. Debemos fomentar las prácticas que buscan el equilibrio y la armonía y acercarnos a ellas con una nueva naturalidad”.

La dimensión espiritual de las personas

La política progresista debe mirar la dimensión espiritual del ser humano como una nueva fuente revitalizante de la moral y ética políticas. Francesc Torralba, director de la Cátedra Ethos de la Universidad Ramon Llull, afirma que *“hay personas que desarrollan su vida espiritual en el marco de las tradiciones religiosas, pero hay otras que desarrollan su faceta espiritual en otros ámbitos, en contacto con la naturaleza, en la contemplación del arte, en el ejercicio físico, en la meditación. La vida*

espiritual es heterogénea, fluida y permeable. No nos aísla del mundo, nos conecta con todos los seres.”

La política progresista sigue prisionera de bastantes tópicos y prejuicios hacia la espiritualidad (en su amplia pluralidad) ya que considera que el desarrollo de la vida interior de las personas es una dimensión refractaria a la ideología o al pensamiento político. Craso error. Aceptada, a regañadientes, la inteligencia emocional como un concepto imprescindible para una renovada política más sensible y próxima, se debe iniciar un debate a fondo sobre la inteligencia espiritual, como una disciplina (un comportamiento, una actitud vital) que da profundidad y sentido a la vida, mejorando la capacidad autónoma de las personas, favoreciendo su distancia crítica respecto a la realidad y ayudándolas a convertir sus vidas en proyectos personales con mayor fundamento y equilibrio.

Hasta ahora, la izquierda se ha movido con un reduccionismo simplista considerando lo espiritual como un fenómeno meramente religioso. Lo espiritual, entendido como el sentido que le damos a las cosas y a nuestra vida, permite residenciar en valores y principios los verdaderos reguladores de nuestro comportamiento. Y ahí radica su potencial para la política.

La dimensión espiritual de la persona no puede ser ignorada desde la izquierda renovadora y, mucho menos, desde el socialismo democrático, que tiene una base electoral y sociológica de cultura católica muy amplia y un anclaje histórico con las comunidades de base cristianas y los sectores renovadores de la jerarquía. Pero no estamos hablando de religión ni de iglesias. Se deben multiplicar los gestos hacia las comunidades laicas y creyentes comprometidas con la acción social, sí; pero también acercarse con respeto e interés hacia otros espacios de trascendencia espiritual no específicamente religiosa.

Por una nueva filosofía política... y de la política

“El derrumbe del marxismo, escribía Richard Rorty, nos ayudó a comprender por qué la política no debería intentar ser redentora (como la religión). Los hombres necesitan que se los haga más felices, no que se los redima, porque no son seres degradados, almas inmaterialmente apresadas en cuerpos materiales, almas inocentes corrompidas por el pecado original. Son, tal como sostenía Friedrich Nietzsche, animales inteligentes, que a diferencia de otros animales, aprendieron a colaborar unos con los otros para del mejor modo ha-

cer realidad sus deseos”.

Creo que hay que “volver a pensar”, en el sentido más profundo del término, si queremos que la política transforme *liberando no redimiendo*. Pensar en la vida y en las personas. En cómo vamos a buscar su felicidad.

¿Dónde están, hoy, los filósofos en la política? Estamos huérfanos sin José Luis Aranguren y Alfonso Comín, añoramos a Victoria Camps, mal leemos a Daniel Innerarity y desconocemos a Adela Cortina. La ignorancia de buena parte de la política se maquilla por el ejercicio del poder, la prepotencia ideológica y la banalidad de la mayoría de sus presencias y retóricas públicas.

Hay que volver lo andado, quizás, para recuperar el espíritu de la política, releyendo y recuperando en un ejercicio crítico de actualización a los clásicos de todos los tiempos, sin los cuales no es posible ninguna modernización. Pero no lo conseguiremos si la política formal no se esfuerza con determinación en buscar una nueva alianza con la filosofía y la espiritualidad para renovar y rearmar la dimensión moral y ética de la acción política. Para rebelarnos contra el determinismo histórico. Para hacer posible lo urgente y lo necesario.

Acabo con una cita imprescindible de Albert Camus cincuenta años después de su muerte: *“Ya que no podemos vivir tiempos revolucionarios aprendamos, al menos, a vivir el tiempo de los rebeldes. Saber decir no, esforzarse cada uno desde su puesto, crear los valores vitales de los que ninguna renovación podrá prescindir, mantener lo que merece la pena, preparar lo que merece vivirse y practicar la felicidad para que se dulcifique el terrible sabor de la justicia... Todos ellos son motivos de renovación y esperanza”*.

FILOPOLÍTICA: FILOSOFÍA PARA LA POLÍTICA

“Líricamente propondríamos... una fórmula más breve diciendo que, para todos nosotros, se trata de conciliar justicia y libertad. El objetivo que debemos perseguir es que la vida sea libre para cada uno y justa para todos”

(...)

“Entonces, ¿hay que renunciar a este esfuerzo por algo que parece inalcanzable? No, no hay que renunciar, sino simplemente medir la inmensa dificultad y hacérsela ver a quienes, de buena fe, quieren simplificarlo todo”.

Albert Camus

François Châtelet, fundador del Collège International de Philosophie y autor entre otras obras fundamentales de “Una historia de la razón” (Editions du Seuil, 1992), afirmaba que “conviene que el filósofo sea el rey o que el rey fuese filósofo”.

Pero, ¿hay espacio para la filosofía –y para los filósofos- en la política, hoy? O, por el contrario, ¿debemos aceptar que “la política se ha quedado sin héroes”, como afirma Daniel Innerarity, y que el ideal griego de

Platón, y también de Sócrates, respecto a que la fuerza y el liderazgo de la política y del político se base en la virtud y el conocimiento de la excelencia, ya no es posible en nuestra sociedad?

Mientras la política ignora o se vacía de filosofía, los nuevos líderes empresariales recurren a ella para comprender al ser humano y su condición, en un momento en que la ventaja competitiva radica, fundamentalmente, en las organizaciones ricas emocionalmente y nucleadas alrededor del talento y la creatividad de cada persona.

Filosofía e innovación empresarial

La filosofía, a lo largo de la historia, se ha movido en una cartografía de cuatro puntos cardinales basada en la capacidad de explicar, intuir, resolver y comprender, en la línea que desarrolla Juan Ramis-Pujol. Y sus cuatro competencias asociadas, tales como la capacidad de medir o filosofar, por ejemplo. Toda la innovación humanista se nutre de estos cuatro puntos y su práctica asociada. Comprender el mundo, la sociedad y el papel del ser humano en ella, a partir de la observación lógica, la introspección teórica, la experiencia práctica o el espíritu crítico han sido los escenarios filosóficos de nuestra tradición moderna.

Por eso, los clásicos del pensamiento filosófico vuelven con renovadas fuerzas, sorprendentemente, en la formación básica de nuestros directivos empresariales y en los consejos de administración más lúcidos. En especial, en aquellos que, liberados de la pulsión suicida de la avaricia cortoplacista, han comprendido que la sostenibilidad del crecimiento sólo es posible con la redistribución justa de la riqueza que genera.

La presencia de la filosofía en el mundo de la empresa no deja de crecer, afortunadamente. Aristóteles y Leonardo da Vinci, por ejemplo, nutren de renovadas ideas las Escuelas de Negocios. Y el viaje de Ulises sigue inspirando a nuestros directivos en la necesidad de adaptar las propias estrategias en función de los cambios del entorno, en la capacidad de convencer, y no sólo de vencer, o en cómo gobernar personas con ilusiones compartidas. La formación filosófica y ética de nuestros futuros directivos es una esperanza real para un mundo mejor.

La filosofía en la política

Mientras todo esto sucede, “vivimos el presente absoluto” (Antonio Tabucchi) y su tiranía nos subyuga a una aceleración acrítica e irreflexiva. Sin tiempo para pensar, estamos sometidos a un horizonte que desdi-

buja los contornos de lo colectivo y reduce nuestras esperanzas comunitarias a la suma arbitraria o competitiva (y agresiva) de oportunidades individuales. La batalla contra la superficialidad adictiva es una tarea cada vez más política y ahí radica, seguramente, la base para la renovación democrática.

El barniz como respuesta política a los retos que atrapan a nuestra sociedad nos va a jugar una mala pasada. Nadie que piense niega que esta crisis, por ejemplo, tiene una certeza escondida entre los miedos que despierta. Y es que sabemos que no será posible volver a donde estábamos, aunque algunos lo deseen y lo proclamen. Que no hay viaje al pasado, a recuperar lo que se fue y además causó el estropicio actual. Añorar el crecimiento compulsivo, arrogante, depredador y suicida de una economía de ciencia ficción por el que sienten tanta carencia nuestros líderes, es un gravísimo error. Superar la crisis significa comprender que el camino era el equivocado. Y que “seguir un sólo camino es retroceder”, como decía el compositor Stravinsky.

Si los líderes y fuerzas progresistas desisten de su responsabilidad pedagógica están abocados a ser superados, constantemente, por los que ofrecen soluciones fáciles y rápidas ante problemas complejos y

profundos. Huérfanos de líderes morales, y ausentes de liderazgos épicos y mesiánicos (afortunadamente), hay una oportunidad para los pedagogos y para la política como esfuerzo reflexivo. Como advertía Niklas Luhmann, la política debe de entender su relación con la sociedad como una relación de aprendizaje y no de enseñanza. La política sirve para que la sociedad reflexione sobre sí misma como totalidad y aprenda a gestionar su incierto futuro colectivo, nos apunta Innerarity.

Filopolítica

Ha llegado el momento de sembrar, antes de recolectar. De sembrar ideas y valores, si queremos los frutos de una ciudadanía comprometida en su propia vida y en la de los demás como la de una visión única e interdependiente que se instala y germina entre tanto erial y terreno yermo. La opción no es fácil, ni rápida, lamentablemente. Y aunque las urgencias electorales y el debilitamiento de los contrapesos ideológicos a la derecha son reales y acuciantes, sólo hay un camino. Más ideas-semilla si queremos ver florecer una nueva cosecha de pensamiento y acción renovadora y transformadora. Como inspiración, fijémonos en el bambú que crece después de estar siete años bajo tierra. Y si el

agricultor se desanima o cede, no existe la oportunidad de que cuando germine crezca más de 30 cm por día y alcance más de 40 metros de altitud.

“Creo que en la sociedad actual nos falta filosofía. Filosofía como espacio, lugar, método de reflexión, que puede no tener un objetivo concreto, como la ciencia, que avanza para satisfacer objetivos. Nos falta reflexión, pensar, necesitamos el trabajo de pensar, y me parece que, sin ideas, no vamos a ninguna parte”. Esta es, precisamente, la última entrada en el blog de José Saramago, bajo el título ‘Pensar, pensar’.

Los progresistas deben hacernos pensar y no estar obsesionados en hacerse escuchar, simplemente. Buscar la verdad es complejo y, muchas veces, desagradecido. Es más sencillo cacarear el estribillo que valida una opinión previa, instalada como prejuicio en la mente de los ciudadanos. Pero esa es precisamente la cuestión: presentar la política (la que quiere transformar la realidad por injusta o incompleta) como preguntas que nos hagan pensar, no como una colección de respuestas indiferenciadas incapaz de sacudir los prejuicios y estéril como generación de pensamiento. La “filopolítica” (filosofía para la política) es el embrión de una renovada oferta política progresista. La modernización ideológica de la izquierda europea y la profunda revi-

sión de su oferta política y electoral exigirá una inaplazable renovación filosófica.

“Entonces, ¿hay que renunciar a este esfuerzo por algo que parece inalcanzable? No, no hay que renunciar, sino simplemente medir la inmensa dificultad y hacérsela ver a quienes, de buena fe, quieren simplificarlo todo”.

Albert Camus

Bibliografía

La política meditada

BELL, Daniell A. *China's New Confucianism*.

(Princeton University Press, 2008)

BORONSON, Martin. *Respira*. (Ediciones Urano, 2008)

TORRALBA, Francesc. *La inteligencia espiritual*

(Platafoma Editorial, 2009)

El espíritu de la política

RORTY, Richard. *Una ética para laicos*. Richard Rorty

(Presentación de Gianni Vattimo). (Katz Editores. Madrid, 2009)

Filopolítica: Filosofía para la política

BARYLKO, Jaime. *La filosofía: una invitación a pensar*.

(Editorial Planeta. Buenos Aires, 1997)

CAMUS, Albert. *Moral y política*. (Editions Gallimard, París, 1950.

Alianza Editorial “El Libro de Bosillo”, 1984. Textos publicados en Combat en 1944)

CHÂTELET, François. *Una historia de la razón*.

(Editions du Seuil, 1992)

SENNET, Richard. *La corrosión del carácter*.

(Editorial Anagrama. Barcelona, 2000)

TABUCCHI, Antonio. *El tiempo envejece deprisa*

(Anagrama/Edicions 62. Barcelona, 2010)

WEBER, Max. *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*.

(Alianza Editorial, 2002)

ŽIŽEK, Slavoj. *Sobre la violencia. Seis reflexiones marginales*.

(Paidós, 2009)

Moral y política. (Editions Gallimard, París, 1950. Alianza Editorial “El

Libro de Bosillo”, 1984. Textos publicados en Combat en 1944)

Antoni Gutiérrez-Rubí

Micropolítica

Ideas para cambiar la comunicación política

La política de las emociones

La política del relato

Los tristes no ganan elecciones

Vivir las ideas para combatir el fragmento y el olvido

La neuropolítica: conocer el cerebro para liderar las ideas



Un renovado interés por las emociones y las percepciones, como elementos centrales de la comunicación política, se abre paso con fuerza en nuestros escenarios políticos más próximos. Aceptada la “inteligencia emocional”, los políticos comienzan a valorar la gestión de las emociones como vehículo decisivo para generar los sentimientos que les permitirán transmitir -de manera que se perciba- un determinado mensaje en las mejores condiciones.

Palabras que generan percepciones, emociones que guían a nuestras neuronas... Ese escenario tan químico y epidérmico... ¿es una dificultad o una oportunidad? La micropolítica, la política de lo que aparentemente es pequeño, abre grandes oportunidades para cambiar la comunicación política.

“Las palabras clave generan imágenes, consolidan marcos conceptuales previos y son la antesala de las emociones. Las emociones son la comprensión.”

Eduard Punset

“Los hechos son los hechos, pero la realidad es la percepción.”

Albert Einstein

Índice

Artículos publicados en la Revista de la Fundació Rafael Campalans (2007-2009)

Presentación.....	51
La política de las emociones.....	53
La política del relato.....	67
Los tristes no ganan elecciones (Ni lideran, ni seducen, ni convencen)	83
Vivir las ideas (políticas) para combatir el fragmento y el olvido	99
La neuropolítica: conocer el cerebro para liderar las ideas.....	109

Presentación

Desde el año 2007, he escrito diversos artículos para la Revista de la Fundació Rafael Campalans, una de las referencias clave en el impulso del debate y la reflexión política.

Agradezco sinceramente la invitación que me hicieron en su día para colaborar periódicamente en esta publicación, ya que, desde el primer momento, he tenido la gran suerte de poder escribir en la sección de Comunicación sobre temas que me apasionan.

Los cinco artículos seleccionados comparten un hilo argumental: “Micropolítica” (con conceptos como palabras, emociones, relato, ideas, neuropolítica). Recogen una serie de reflexiones para compartir que espero contribuyan a una nueva visión del ejercicio de la política, desde una mirada amplia y pluridisciplinar que repara en lo más cercano, en los detalles, en la epidermis, en todo aquello que nos rodea, en lo que somos, en lo que hacemos y cómo lo hacemos...

Ideas, sugerencias, intuiciones que pueden contribuir de manera decisiva a cambiar la política tal y como la conocemos.

La micropolítica, la política de lo que aparentemente es pequeño, abre grandes oportunidades para cambiar la comunicación política.

LA POLÍTICA DE LAS EMOCIONES

“Sólo puede ser presidente de la República alguien que
desea, ama y quiere.”

François Miterrand

“El testimonio de las mujeres es ver lo de fuera desde
dentro. Si hay una característica que pueda diferenciar el
discurso de la mujer, es ese encuadre.”

Carmen Martín Gaité

A finales de mayo de 2007, Michael Tomasky, publicaba un sugerente artículo en *The New York Review of Books* analizando “cómo deberían hablar” los demócratas para ganar las próximas elecciones presidenciales norteamericanas de 2008. El debate sobre el uso emocional del lenguaje y los marcos conceptuales en la comunicación política no es nuevo en Estados Unidos. Frank Luntz, uno de los mejores entrevistadores norteamericanos según *Business Week* y experto en el análisis de “focus group” para grandes grupos de comunicación, ha escrito recientemente el libro “Words That Work: It’s Not What You Say, It’s

What People Hear” (Palabras que funcionan: No es lo que tú dices, es lo que la gente escucha). Drew Westen, en posiciones contrarias, ha publicado también “The Political Brain: The Role of Emotion in Deciding the Fate of the Nation” (El cerebro político: El papel de la emoción en la decisión del destino de la nación). Y George Lakoff escribió su popular libro “Don’t think of an elephant!” (¡No pienses en un elefante!), publicado también en España. Todos estos autores han situado el debate sobre el lenguaje en el centro de las preocupaciones estratégicas de los dirigentes de las formaciones políticas.

Abordan el papel de las emociones y de las percepciones en el lenguaje político y su repercusión política y electoral. Sus textos afirman que conocer y comprender bien la percepción final del elector respecto al discurso político es tan importante -o más- como el contenido de las propuestas. Poner el acento en la recepción y no en la emisión política implica nuevas lógicas y nuevos desafíos.

Palabras y hechos que emocionen

Un renovado interés por las emociones y las percepciones, como elementos centrales de la comunicación política, se abre paso con fuerza, también en Europa y

en nuestros escenarios políticos más próximos. La política progresista instalada entre la vanidad ideológica y la prepotencia programática parece que empieza a cuestionarse desde dentro y desde fuera de los espacios orgánicos. Obsesionados en tener la razón, en el argumento decisivo o la propuesta incomparable, asisten -incrédulos y con estupor- a derrotas frente a adversarios que han hecho de la simplicidad, del radicalismo y de la claridad sus bazas electorales. No comprenden cómo siendo “mejores” y teniendo propuestas más “sociales”, los electores no se rinden a su oferta con el voto masivo. El orgullo herido que bloquea la autocrítica empieza a dejar paso a la reflexión serena. Los progresistas están descubriendo, sorprendidos, que han abandonado el terreno de lo emocional (valores, sentimientos, emociones...) y han descuidado el conocimiento de la percepción ciudadana. Otros lo están ocupando: los conservadores que utilizan mejor las palabras y los gestos.

Aceptada la “inteligencia emocional”, los políticos comienzan a valorar la gestión de las emociones como vehículo decisivo para generar los sentimientos que les 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 verbal (gestos, movimientos, tono, detalles...),

responsable determinante de la percepción pública. Ya no se juzga a los políticos solamente por sus palabras y sus promesas, sino que su aspecto y su actitud también juegan un papel decisivo. Un gesto fuera de lugar o un comportamiento equívoco pueden minar la confianza de los ciudadanos. Muchos ya saben el carácter letal de una risita nerviosa en un momento equivocado.

Las palabras clave generan imágenes, consolidan marcos conceptuales previos y son la antesala de las emociones. Las emociones son la comprensión. (Eduard Punset, septiembre de 2007).

El bloqueo emocional, al que se puede añadir el bloqueo estético o incluso el bloqueo ético, es una barrera hacia la propia comunicación. Como apunta Javier Canteros en su artículo “Para qué sirven las emociones”: las emociones afectan nuestra manera de ver y pensar el mundo. Está demostrado que influyen en la atención, en la memoria y en el razonamiento lógico. *“Aprender a gestionarlas es mucho más beneficioso para la vida social que negarlas porque el amplio abanico de emociones está por detrás de casi todas nuestras motivaciones”.*

Emociones políticas para el liderazgo

En julio de 2007 (25 años después de la primera victoria socialista tras la Transición), Felipe González,

ex presidente del Gobierno español entre 1982 y 1996, explicaba ante el auditorio del XXIII Congreso de las Juventudes Socialistas de España (JSE) las claves para ejercer el liderazgo político: *“El socialismo es, sobre todo, un sentimiento, y no es y no debe ser una construcción ideológica. Para liderar el cambio es imprescindible hacerse cargo del estado de ánimo de los otros”*. Y continuaba: *“El liderazgo consiste en estar con la gente, con su sufrimiento, abriéndoles horizontes, pero hay que tenerlos claros”*.

Emocionarse y emocionar. Esta es la clave. Emocionarse por el cambio social, por las nuevas ideas y por los retos. Sólo así es posible emocionar. *“Es evidente que cuando la política es sólo pasión y emoción, la probabilidad de que la tensión social aparezca y el invento de la convivencia democrática quede hecha añicos es muy elevada. Pero pretender, consciente o inconscientemente, que la política esté despojada de pasión y emoción es poner las bases para un proceso de liquidación social de la política”* (Jordi Sánchez, septiembre de 2007). La capacidad que tengan los progresistas para transmitir pasión por los cambios, entusiasmo por las ideas e ilusión por los retos se convertirá en la llave emocional que les permitirá conectar con los ciudadanos. Éstos quieren soluciones, pero también horizontes, sueños, proyec-

tos. Medios y largos plazos para comprender el corto y asumir sus costes y sus sacrificios.

Neuronas con intención de voto

La revista británica *Nature Neuroscience* divulgó, en septiembre de 2007, un estudio que relaciona las visiones políticas con los estilos cognitivos. Así, los conservadores tienden a buscar el orden y la coherencia, mientras los liberales (los progresistas) son más tolerantes con la ambigüedad y la complejidad, favoreciendo su capacidad de adaptación a los cambios.

El politólogo David Amodio, de la Universidad de Nueva York, junto a varios colegas decidieron dar un paso más y averiguar cómo reaccionaba un grupo de personas que se habían autocalificado como progresistas o conservadoras ante situaciones imprevistas y qué estímulos neuronales se accionaban ante tales circunstancias. El objetivo era averiguar si reaccionaban neuronalmente de forma parecida los individuos de un mismo grupo “ideológico”.

Con la ayuda de electroencefalogramas, que miden impulsos neuronales, estudiaron la parte del cerebro humano (el córtex cingulado anterior) vinculada al proceso de autoregulación del control del conflicto. Los autodenominados liberales mostraron mayor ac-

tividad neuronal relacionada con el conflicto, cuando la hipótesis del experimento les instaba a una situación de alteración de la rutina, planteada alrededor de un cambio de dirección y de acera en el camino habitual de una calle recientemente en obras. Los conservadores eran menos flexibles y se negaban a cambiar viejos hábitos, con un razonamiento estructurado y persistente, a pesar de las señales evidentes de que era necesario.

Frank J. Sulloway, investigador del Instituto de Personalidad e Investigación Social de Berkeley, afirma que el estudio ha servido para *“demostrar que las diferencias individuales entre liberales y conservadores están fuertemente relacionadas con la actividad del cerebro”*. El director del estudio, David Amodio, matizó en *Los Angeles Times*: *“El voto no está determinado sólo por la actividad neuronal. Influyen mucho los factores educacionales, culturales y ambientales”*. Pero también afirmó que *“al envejecer se experimentan cambios en el córtex frontal del cerebro y, lógicamente, esto podría afectar a nuestra manera de pensar”*, favoreciendo así posiciones más conservadoras con la edad, al disminuir la capacidad de la parte del cerebro capaz de gestionar los conflictos. No pasa lo mismo con la capacidad de amar o de emocionarse que no se pierde con la edad, como nos demuestra la neurobiología.

Palabras que generan percepciones, emociones que guían a nuestras neuronas. Este escenario tan químico y epidérmico... ¿es una dificultad o una oportunidad para los progresistas?, ¿es una oportunidad para la razón?

El discurso emocional

Los socialistas franceses han asumido, tras el resultado electoral de las presidenciales que llevó a Nicolas Sarkozy a la Presidencia de la República, que no supieron cómo contrarrestar su *“discurso emocional”* ante los cambios sociales como *“la fragmentación del mundo del trabajo o la individualización de los comportamientos”* y esto fue así porque les *“faltó claridad”*. Este es el diagnóstico, pero quizás es insuficiente para comprender lo que pasó.

En abril de 2007, Sarkozy afirmaba sin rubor en *Le Figaro* que había hecho suyo el análisis marxista de Gramsci sobre que *“el poder se gana con las ideas”*. Aunque no sean las tuyas. Acto seguido se lanzó a una ofensiva de captación hacia las personalidades más lúcidas y brillantes de la izquierda francesa, que ha dejado al Partido Socialista desarbolado y con tics autoritarios en su intento de frenar y retener el talento progresista entre las débiles paredes orgánicas.

Sarkozy sigue la estrategia de la “triangulación” formulada por Dick Morris. Consiste en solucionar problemas que animan y que motivan a los votantes de tu adversario con el objetivo de desmovilizar a sus bases electorales o captarlas sin perder tu apoyo. La “triangulación” pretende solucionar los retos del adversario, con soluciones integradoras, mixtas entre las dos grandes fuerzas, y cohesionar y centrar la atención de la agenda pública y mediática en los temas tradicionales de tu oferta.

En Italia, Walter Veltroni, nuevo líder de centro izquierda y depositario de una gran expectación renovadora, proclama que su país necesita “*una fuerza reformadora, libre de ideologías*”. Veltroni afirma, sin complejos ni tutelas, que “*la seguridad no es de derechas ni de izquierdas*”, coincidiendo con algunos de los postulados eclécticos del presidente francés.

Sarkozy aplica un tratamiento de shock estético, emocional y mediático a la sociedad francesa, que ve en el hiperactivismo de su presidente un remedio ante la incertidumbre y ante la pérdida de la *grandeur*. Una dejación de la responsabilidad colectiva para abrazarse al protector, padre y guía. Un conjunto de sutiles emociones se destilan en su agenda, alimentando el subconsciente colectivo del superhombre en quien delegar

toda nuestra confianza. Pretende que lo “pienses” y, de entrada, te lo hace “sentir”.

La política de las emociones... y de los sentidos

Los estímulos sensoriales generan estados anímicos y pueden determinar lo que sentimos, nuestros pensamientos y nuestra manera de actuar. El olor, por ejemplo, está unido al sistema límbico o cerebro medio, un sistema formado por varias estructuras cerebrales, encargado de gestionar las respuestas fisiológicas ante estímulos emocionales. Está relacionado con la memoria y la gestión de los recuerdos, la atención, la afectividad, la conducta o la personalidad. En un día podemos llegar a recibir más de 3.000 estímulos distintos, de los cuales sólo somos conscientes de aproximadamente el 1%. He sostenido que el olor corporal de nuestros políticos (o la percepción del olor) pueden ser determinantes para ganar o perder la confianza del electorado.

La construcción de determinadas acciones y “vivencias” para el desarrollo de la acción política tiene cada vez más presentes todos estos factores. El concepto *brand sense* se utiliza para denominar una técnica a través de la cual se trata de potenciar e implementar en los valores de una marca, un producto o un servicio el

potencial que nos ofrecen el sonido, el gusto, la vista, el olor o el sentido del tacto, siempre y cuando sea posible para conseguir una asociación positiva y natural. Se trata de construir marcas a partir de la integración de los cinco sentidos básicos.

Martin Lindstrom habla de “*tender puentes sensoriales y emocionales entre clientes y productos*”; en nuestro caso, entre políticos y ciudadanos. El 80% de toda comunicación entre humanos es no verbal y el 95% se realiza a través del subconsciente. De ahí, la importancia de construir la relación política como una experiencia emocional que active nuestros mecanismos internos y consiga la actitud y predisposición necesarias para conseguir una acción concreta: la participación, el voto, la simpatía...

Algunos líderes políticos, especialmente desde la izquierda clásica, desconfían de estas estrategias y desprecian su sentido y su utilidad para una acción política transformadora. Despreciando lo que ignoran (o no quieren conocer) demuestran una incapacidad significativa para comprender “el ánimo” de la sociedad a la que aspiran representar o cambiar. Consideran que tales estrategias son “perversas”, ideológicamente contaminantes de los principios y valores que dicen defender y que son “modas” perniciosas en las que sólo están

interesados los “profesionales” de la política: asesores de toda condición, *spin doctors*, técnicos de comunicación y expertos en imagen.

A modo de conclusión

La agenda pendiente para la renovación de los partidos políticos es amplia y múltiple. Afecta a las propuestas, a los objetivos y a las formas. Pero la pista de la “política de las emociones” puede ser una senda que genere más debate y más transformaciones que las que aparenta con su aspecto superficial.

Primero, encontrar las palabras que emocionen y que acierten en el diagnóstico y en la propuesta, creando los marcos conceptuales que nos permitan seguir avanzando en la comunicación política. Segundo, vivir la experiencia política con pasión, ilusión y entusiasmo contagioso, abriéndola para acercarnos a las vivencias de nuestros conciudadanos y construyendo, desde esa proximidad, un liderazgo proactivo. Tercero, explorar el caudal cognitivo de las emociones para establecer un nuevo relato y un renovado compromiso político y cívico. Y, finalmente, comprender los mecanismos neurológicos y sensoriales que articulan nuestra percepción y nuestro conocimiento.

¿Les parece poco?

Bibliografía y enlaces de interés:

Words That Work: It's not What You Say, It's What People Hear.

Frank Luntz. (2006) Editorial Hyperion. 320 páginas

No pienses en un elefante. Lenguaje y debate político.

George Lakoff. (2007) Colección Foro Complutense.

ISBN: 978-84-7491-813-7. Ref: 0410.004. 176 páginas

The Political Brain: The Role of Emotion in Deciding the Fate of the Nation.

Drew Westen. (2007) Perseus Publishing.

ISBN-13: 9781586484255. 480 páginas

Vote.com: How Big-Money loobyst and the Media Are Losing Their Influence, and the Internet Is Giving Power Back to the People.

Dick Morris. ISBN 1-58063-163-0

How Democrats Should Talk (Michael Tomasky)

<http://www.nybooks.com/articles/20217>

BRAND Sense (Martin Lindstrom)

<http://www.brandsense.com>

Neurocognitive correlates of liberalism and conservatism

<http://www.nature.com/neuro/journal/v10/n10/abs/nn1979.html>

Dick Morris

<http://www.dickmorris.com/blog/>

LA POLÍTICA DEL RELATO

“Cierra tu boca mientras tu corazón esté cerrado.”

Pitágoras

“Escribimos para cambiar el mundo (...). El mundo cambia en función de cómo lo ven las personas y si logramos alterar, aunque sólo sea un milímetro, la manera como miran la realidad, entonces podemos cambiarlo.”

James Baldwin

Introducción

El asesor político del Partido Demócrata norteamericano, Stanley Greenberg, suele emplear una sugerente frase al referirse a la contienda política entre los líderes y los partidos políticos: *“El relato, la narración, es la llave de todo”*. En consecuencia, el partido (y el político) que cuente la mejor historia, gana.

El profesor José Vidal-Beneyto afirma que *“la práctica de contar historias es un nueva modalidad de comunicación que actualiza las estrategias de persuasión y desarrolla y profundiza las técnicas de la propaganda, utilizando los recursos del universo narrativo para crear una estructura receptiva y un clima emocional favorables al logro de los objetivos de quien los utiliza”*. Vidal-

Beneyto nos ha recuperado, recientemente, las referencias bibliográficas y conceptuales que están detrás de esta “nueva modalidad” en una serie de artículos bajo el título de “Cuénteme un cuento”. Rescata, especialmente, a Roland Barthes que, en su libro *“Introducción al análisis estructural del relato”* (Seuil, 1981), nos recuerda cómo el relato (sus virtudes, su estructura, sus intenciones) forman parte de la historia de la humanidad y de la cultura. No hay pueblo sin relato, sin épica. La historia es inseparable de su narración.

Pero la proyección creciente del *relato* como *discurso* político ha despertado los recelos, las críticas y las advertencias apocalípticas de muchos autores sobre el fin de la democracia y de la política, si el “relato” (como técnica de marketing y como ficción) consigue sustituir al “proyecto” político en un entorno cada vez más dependiente y condicionado por los medios de comunicación.

El relato como ficción, a través de la capacidad narrativa y la creación literaria, ya es utilizado sin escrúpulos (o sin complejos) por el mercado, a través de la publicidad. Eva Illouz¹ va más lejos todavía y afirma que *“las fantasías nunca fueron tan abundantes y múlti-*

¹ Eva Illouz. “Intimidades congeladas. Las emociones en el capitalismo”. (Katz Editores, 2007)

ples en la cultura que las construye sin cesar, pero pueden haberse tornado estériles porque cada vez están más desconectadas de la realidad e integradas al mundo hiperracional de la elección y la información sobre el mercado”.

Que Kipling² o Cortázar³ sean el reclamo principal de anuncios de carburantes o de coches, o que Shakespeare⁴ venda tejanos sería la prueba definitiva, no sólo de la banalización de la cultura al servicio del mercado, sino de la victoria final de la ficción (literaria, artística, creativa...) sobre la realidad.

Además, las posibilidades virales de la cultura digital amplificarían, según estos críticos, el efecto perverso de la subordinación política a la cultura de la marca (de la que el relato sería su sublimación más peligrosa), dada su capacidad de propagación, multiplicación y transmisión. Reducir el pensamiento (el análisis) a su narración, sería el principio del fin.

Javier Redondo⁵ alerta de que *“frente al pedagogo político se sitúa de nuevo el seductor mediático, que tiene una concepción de la política basada en la química, en el*

² En uno de los últimos anuncios publicitarios de Repsol la voz en off recitaba frases del poema “If” del escritor británico Rudyard Kipling.

³ En el anuncio del SEAT León el texto utilizado está basado en la obra *Historias de Cronopios y Famas*, de Julio Cortázar, donde el propio autor pone la voz.

⁴ La marca de vaqueros Levi’s utiliza en su publicidad algunas rimas clásicas, en versión modernizada, de la obra *El sueño de una noche de verano* de William Shakespeare.

⁵ Javier Redondo. “La videopolítica contra la razón democrática”. *El Mundo* (13.01.08)

feeling”. Redondo pone como ejemplo a la videopolítica, (*“política reducida al poder emotivo de la imagen”*) que resucita la propaganda o multiplica la demagogia *“porque se acopla perfectamente al medio de difusión, Internet, donde el individuo apresurado busca su propia inyección de pseudoinformación”*.

En opinión de todos estos autores, el relato simplifica, estimula la pasión superficial y contribuye a convertir la política en espectáculo, especialmente en las campañas electorales (cada vez más permanentes), y comporta un alto riesgo de evasión de los problemas reales y de su comprensión.

Si el relato es peligroso, no les “cuento” lo que se dice de los narradores y sus facilitadores (técnicos, profesionales, creadores, asesores, *spin doctors*...) que obsesionados por el poder (incluido el suyo, piensan) y por la fascinación transformadora (*“manipuladora”*, dirían) de sus técnicas, han secuestrado a la política y, lo que es peor, a sus líderes para reducirlos a cuentacuentos sin criterio, sin autonomía y sin ideas.

Raimon Obiols⁶ sentencia: *“En realidad, la retórica ha usado siempre estas armas, de una u otra manera, más consciente o más instintiva. La novedad ahora es su*

⁶Raimon Obiols, “Comunicación y manipulación”, en su blog “Notas de Bruselas” (28.12.07).

irradiación de masas, su persistencia persuasiva, su profesionalidad manipuladora. Comentando esta situación, Bosetti cita a Bertrand Russell que decía que una de las tareas de la educación en democracia tenía que consistir en “hacer los ciudadanos inmunes a la elocuencia”. Hoy esto significa que hay que protegerse de la magia de las palabras y de las imágenes y rechazar el veneno compuesto por el cocktail diario (cuando la televisión o la radio son manipulados) de contenidos brutales y técnicas comunicativas sumamente sofisticadas.”

El relato, una oportunidad política

A pesar de tanto augurio crítico y de tantas advertencias dramáticas, la necesidad de una política del relato (que interprete, que le dé sentido a la realidad y que convierta en comunicación el proyecto político) es una nueva oportunidad para la humanización de la política en el siglo XXI.

¿Por qué la izquierda, o algunos exquisitos guardianes de la verdad ideológica, teme la contaminación de la técnica? ¿No es la comunicación un valor político? ¿Puede haber política transformadora sin mayorías democráticas? Y éstas... ¿no deben ganarse en el terreno de la convicción? ¿A qué viene tanto recelo preventivo a lo nuevo, lo emergente, a los nuevos instrumentos?

A veces, tengo la impresión que preferimos que nos den la razón antes que compartirla y ganarla. Demasiada vanidad pretenciosa puede instalarnos en la confortabilidad intelectual de lo “puro”, mientras los adversarios ideológicos, y sus poderes, ganan espacios culturales, de valores y, sobre todo, elecciones.

No hay derrotas dulces ni autocomplacientes. Simplemente hay derrotas que retrasan las victorias imprescindibles. Mientras el mundo –y nuestro mundo cotidiano- necesita, urgentemente, una nueva gobernabilidad democrática y progresista no podemos conformarnos con la exquisita distancia del que nunca se contamina, aunque nunca gana.

Necesitamos un nuevo relato de la izquierda. Sí, emocional, épico, transformador. Y sólo podremos reinterpretarlo si modificamos nuestra actitud. La atalaya intelectual de los que creen que el mundo simplemente se suicida, porque sus habitantes no escuchan a los profetas de la racionalidad, puede ser depresiva.

Necesitamos un relato coral y compartido. Pero antes debemos escuchar, *de nuevo*, si queremos que nos escuchen. La conversación es el “estado” natural en la nueva sociedad de la información y de la comunica-

ción. Por eso, las herramientas que más triunfan en la web 2.0 son las que generan conversación. “*Los mercados son conversaciones*” (*Manifiesto Cluetrain*). Una mayor capacidad de diálogo, de conversación, abre nuevos escenarios para el liderazgo político.

En este contexto, surge, entre otros muchos y nuevos conflictos, fracturas y desafíos, el debate sociológico sobre la soledad, por ejemplo, que es el temor al futuro más duro al que una nueva política de lo colectivo debe hacer frente. Una sociedad, y una comunidad, con más incertidumbres que certezas necesita hablar, conversar, para no sentirse sola, sin horizonte.

Ulrick Beck⁷ lo expresa con claridad: “*Con más urgencia que nunca necesitamos conceptos que nos permitan pensar de una manera nueva lo nuevo que se nos echa encima y vivir y actuar con ello. Seguir la pista de los nuevos conceptos que hoy ya se muestran bajo las ruinas de los viejos es una empresa difícil.*”

Necesitamos esperanzarnos para creer que hay futuro y nuevas oportunidades. La política debe ser la emoción de la esperanza necesaria y urgente. No hay datos de la realidad que nos aseguren nuevas metas confortables, ni tan solo tenemos la seguridad de man-

⁷ Ulrick Beck. “La sociedad del riesgo. Hacia una nueva modernidad”. (Paidós, 1998)

tener nuestros niveles de bienestar, amenazados por el cambio climático, el terrorismo, las fracturas sociales o tecnológicas y una globalización no democrática. Frente a una tozuda realidad, sólo un discurso capaz de generar una ilusión colectiva o, al menos, un compromiso colectivo, puede ofrecer confianza a la ciudadanía. De ahí buena parte del desprestigio de la política. Ésta ha dejado de ser un relato épico, transformador, movilizador.

Por una construcción democrática y progresista del relato político.

1. Los marcos. George Lakoff⁸ afirma que los denominados marcos conceptuales o *frames* influyen, por un lado, en nuestras percepciones políticas y en nuestras intenciones de voto y, por otro, que pueden ser modificados a través del discurso político. Lakoff habla de las metáforas escondidas que los *frames* guardan dentro. Los *marcos* son estructuras mentales que determinan el modo en que vemos el mundo, las metas que perseguimos, los planes que hacemos, la manera en que nos comportamos y el modo en el que evaluamos los resultados obtenidos. Nuestras ideas políticas dependen de los marcos en los que nos movemos y las cambiaremos en la medida en que éstos lo hagan.

⁸ George Lakoff. "Don't Think of an Elephant! Know Your Values and Frame the Debat." (Chelsea Green Publishing, 2004)

Los marcos no se ven, no se oyen. Forman parte del inconsciente cognitivo y sólo podemos acceder a ellos de modo indirecto a través de sus consecuencias y del lenguaje. Todas las palabras adquieren su sentido dentro de un marco. En las campañas electorales, por ejemplo, se trata de activar el modelo que pretendemos. De atraer a los situados en medio de uno y otro modelo y/o a los que alternan sus modelos según sus actividades. La gente vota en muchas ocasiones según su identidad moral y sus valores, aun cuando éstos vayan en contra de sus intereses.

Manuel Castells reflexionaba en uno de sus artículos sobre la teoría de Lakoff: *“¿Ha descubierto Lakoff la piedra filosofal de la manipulación política y por tanto el antídoto contra ella? Pues algo así. Su idea es muy simple, aunque ha sido sesudamente argumentada en varios volúmenes de investigación importantes hasta llegar a su estadio panfletario. La ciencia cognitiva ha establecido que pensamos en términos de marcos mentales y metáforas, antes de entrar en el razonamiento analítico. Estos marcos mentales (frames) tienen existencia material, están en las sinapsis de nuestro cerebro, configurados físicamente en los circuitos neuronales. Cuando la información que recibimos (los datos) no se conforman a los marcos inscritos en nuestro cerebro, nos quedamos con los marcos e ignoramos los hechos. (...) Pero como todos tenemos distintos marcos*

de referencia, la clave es cómo activar esos valores latentes, cómo hacer que el deseo de solidaridad sea más fuerte que la agresividad individualista o el deseo de paz más fuerte que el miedo.”

2. Los valores. La construcción del propio relato debe sustentarse sobre la base de los valores e ideas que queremos transmitir. Es necesario tener siempre presente la existencia de marcos conceptuales predeterminados y, como consecuencia, desarrollar nuestro relato de manera coherente, en función de un marco propio, que sea capaz de evocar y activar en la sociedad aquellos marcos que nos sean favorables, a través de un uso eficaz y estudiado de la palabra, la acción y la imagen.

Comparto con Albert Aixalà⁹ que *“la izquierda, a pesar de que tiene un modelo referencial bien definido, a veces es incapaz de hablar con un lenguaje comprensible porque renuncia abiertamente a utilizar no sólo las emociones sino también los valores en el debate público. Vivimos, todavía, en el mito de la racionalidad ilustrada y del materialismo marxista, pensando que los ciudadanos votan en función de sus intereses materiales y no según sus valores o identidades”*.

⁹ Albert Aixalà, director de la Fundació Rafael Campalans. “Els valors i el llenguatge de l’esquerra”. (Idees FRC, Número VII, gener 2008).

3. Las palabras. La recuperación del poder de la palabra es el objetivo de la política del relato. Estamos inmersos en una cacofonía de mensajes y consignas (mediáticos, publicitarios, electorales, tecnológicos...), donde la pérdida de sentido y el valor de las palabras, empobrece la esencia del pensamiento. La enorme saturación de información (que no hemos pedido, ni seleccionado...) que simplemente nos “ataca”, interpela, interrumpe, molesta... y a la que nos vemos sometidos, *on* y *off line*, genera un “ruido” permanente, una gran caja de resonancia, donde alzar la voz por encima del otro y multiplicar la intensidad de los impactos no resulta efectivo. Todo lo contrario.

El ruido permanente hace que bloqueemos mecánicamente nuestra capacidad receptiva, dejando de prestar atención incluso a aquellos temas que serían susceptibles de atraer nuestro interés. La desconfianza y el rechazo ganan terreno.

En este contexto, la fuerza y el poder de la narración (*Storytelling*), resurge ahora con más intensidad en la sociedad red, la sociedad del conocimiento y de la información. Una era de redes y de individuos que se escuchan unos a otros y se otorgan valor y legitimidad, en la medida en que sus relatos resultan creíbles, au-

ténticos (personales), y nos facilitan herramientas para entender mejor el mundo que nos rodea.

4. El liderazgo. El relato político puede generar empatía y configurar una “explicación” con capacidad integradora, construyendo liderazgo social. El liderazgo social es imprescindible para la transformación y la acción política. *“¿Cuál es, entonces, la diferencia entre un político y un líder? Sencillamente, que un líder percibe con claridad la situación en que se halla su país, conforma un proyecto de futuro, lo expone sin ambages y la gente le sigue porque tiene credibilidad y, en consecuencia, se identifica con él. En cambio, un político agota su quehacer en la conquista y la preservación del poder, utilizando métodos de mercadotecnia.”*¹⁰

No puede haber un líder sin un relato, de la misma manera que el relato no existe sin un narrador que lo imagine, lo construya y lo transmita. Y el relato no es una retahíla de palabras, ideas o datos. El relato es una historia que cobra vida y es efectivo cuando transmite, evoca, comunica, emociona, moviliza, seduce, identi-

¹⁰ Juan-José López Burniol. “De líderes y políticos. Luces y sombras en el ejercicio del poder.” (El Periódico, 14/09/2006).

fica, compromete y convence desde la veracidad de lo que sentimos como auténtico¹¹.

Todo ello, en un contexto social donde el tiempo es un bien escaso, y el hecho de captar nuestra atención se convierte en toda una proeza. La política debe aprender a contarnos cosas, a narrar, a implicarse desde la emoción y la vivencia. Necesitamos líderes políticos que no teman –incluso– contar conflictos personales, debilidades, que no renieguen de las emociones.

Se acabó el charlatán, el titiritero de palabras. El relato es la clave. Y puede convertirse en una herramienta de gran efectividad para captar nuestro interés en esta nueva *Economía de la Atención*, de la que nos habla Antonio Núñez en su último libro¹². En ella, ya no mandan los emisores, sino los receptores o consumidores del mensaje. Y se empieza a hablar de los primeros como creadores de relatos, mientras que a los segundos les denomina usuarios de relatos. Vivimos inmersos en un entorno infosaturado, donde diversos estudios científicos coinciden en señalar que el cerebro no puede gestionar simultáneamente la gran

¹¹“El liderazgo es más que una cuestión de esfuerzo y dinamismo; de riesgo y de reto; una cuestión de proyección, de percepciones y contrastes; de audiencias y de mensajes. La imagen es la forma más segura para transmitir una idea.” Walter Lippman.

¹²Antonio Núñez. “¡Será mejor que lo cuentes! Los relatos como herramientas de comunicación”. (Empresa Activa, 2007).

cantidad de información y percepciones que recibe diariamente.

5. Las imágenes. Núñez define el relato como *“una herramienta de comunicación estructurada en una secuencia de acontecimientos que apelan a nuestros sentidos y emociones.”* Nos habla de los mitos, los ritos, los arquetipos y las metáforas como cuatro de los elementos imprescindibles para hacer más persuasivo y efectivo nuestro relato. Los marcos simbólicos compartidos y consensuados a lo largo de la historia como creencias universales, la evocación de imágenes e ideas que viven en nuestro subconsciente y que despiertan en cada uno emociones y experiencias vitales, son elementos clave en la construcción del relato.

En otra de sus obras¹³, Lakoff y Johnson hablan de la metáfora como principal mecanismo por el cual entendemos conceptos abstractos y realizamos el razonamiento abstracto. De ahí, la importancia de la metáfora en la construcción del discurso y de la imagen que queremos transmitir.

La propia estructura del relato (con un narrador y una historia que tiene personajes, un principio, un

¹³ George Lakoff y Mark Johnson. “Metáforas de la vida cotidiana”. (Cátedra. Madrid, 1991).

nudo y un desenlace o final que ilustra una *verdad*, una enseñanza que todos asimilamos a partir de nuestras propias experiencias), consigue, de entrada, captar mejor nuestra atención y que retengamos de manera clara ideas, imágenes y sensaciones que hacen del relato algo vivo y lleno de matices y significados.

Conclusión. El placer estético de la palabra y de la historia bien narrada se convierte en un claro aliado en la acción política. El efecto de un buen relato perdura y resiste al tiempo y los envites. El político como narrador es el nuevo reto para una interpretación actualizada y contemporánea del proyecto político. La intencionalidad con la que despliega su historia, la voz, el tono y los silencios intencionados, emocionados, expectantes..., junto a los gestos, el lenguaje no verbal, forman parte de la capacidad expresiva de la política de la palabra. No hay por qué avergonzarse o despreciar la necesidad y la urgencia de la política del relato.

No estoy hablando de oratoria, imprescindible y necesaria. Tampoco de facilidad de palabra. Estoy hablando, precisamente, de la historia que nos cuentan las palabras políticas. Esa es su fuerza.

El tono, el timbre, los recursos dialécticos, la oratoria parlamentaria es sólo técnica y, como tal, puede adquirirse, mejorarse, pulirse..., pero la historia política es la clave.

Aprendamos de nuevo las claves para entender la realidad y para explicar nuestro proyecto.

El mundo de hoy necesita más que nunca historias para ser compartidas. Palabras para cambiar el mundo.

LOS TRISTES NO GANAN ELECCIONES (NI LIDERAN, NI SEDUCEN, NI CONVENCEN)

“En la mayoría de los hombres el intelecto es una máquina pesada, sombría, chirriante, que cuesta poner en marcha: cuando quieren trabajar y pensar bien con esta máquina, lo llaman ‘tomar en serio el asunto’ -¡Oh, cuán fastidioso tiene que serles el pensar bien! Tal como parece, la amada bestia hombre pierde el buen humor cada vez que piensa bien: ¡se pone ‘serio’! Y donde hay risa y alegría el pensamiento no vale nada’ -así suena el prejuicio de esta bestia seria en contra de toda ‘ciencia jovial’.-¡Pues bien!

¡Mostremos que es un prejuicio!”

Friedrich Nietzsche. *La gaya ciencia*

La risa, esencialmente humana

A lo largo de la Historia, la risa, y su relación con la salud, la moral, la religión o la inteligencia, ha formado parte de las preocupaciones filosóficas y científicas de los pensadores más importantes de nuestro bagaje cultural. Galeno (129-199 DC)¹⁴

¹⁴ Galeno. <http://es.wikipedia.org/wiki/Galeno>

-quien fuera médico del emperador Marco Aurelio- describió, por ejemplo, centenares de dolencias y curaciones y, entre otros remedios, comprobó que no hay mejor medicina que la risa. En una ocasión, fue requerido para tratar a la mujer de un aristócrata romano, tras los reiterados fracasos de su doctor habitual que le había estado administrando hierbas para tratar un supuesto mal orgánico.

Galeno le cogió la muñeca y mientras sentía su pulso casualmente mencionó el nombre de un actor con el cual se relacionaba a la mujer en los chismorreos romanos. Al oír su nombre, inmediatamente el pulso saltó. Entonces Galeno se agachó y le susurró algo al oído que la hizo estallar en una prolongada carcajada. La risa fue el inicio de su curación y es uno de los primeros ejemplos documentados del tratamiento psiquiátrico de enfermedades psicosomáticas¹⁵. La risa mejora la autoestima y la confianza; ayuda a desinhibirte y aleja el temor; libera endorfinas que son las hormonas responsables de la sensación de bienestar, oxitocina (responsable del placer sexual) y adrenalina, bajando los niveles de hipertensión y estrés; mejora las digestiones rebajando el nivel de colesterol; y, finalmente, es un masaje cardíaco natural de efectos terapéuticos.

¹⁵ Si no utilizas tu sonrisa, se atrofia. La Vanguardia (20.11.2008)

Platón y Aristóteles también trataron la cuestión, desde posturas opuestas. El primero consideraba la risa un placer y la reconocía como un remedio medicinal pero, a la vez, afirmaba que era peligrosa porque era de locos, bufones, viles o esclavos. En general, consideraba las manifestaciones jocosas como armas subversivas, extremadamente peligrosas para el poder. En sus obras *Filebo* o *La República* escribió: “No será admitida, por tanto, ninguna obra en que aparezcan personas de calidad dominadas por la risa, y menos todavía si son dioses”. Veía la risa desatada – la carcajada- como algo inconveniente, obsceno, perturbador. Capaz de dominar, como el demonio, la mente y el cuerpo humanos.

Aristóteles, afirmaba la naturaleza radicalmente humana de la risa (“*el hombre es el único animal que ríe*”) y se mostraba favorable a ella, alejándose de la severidad y la prevención de Platón, cuando se produce “*en su justa medida*”, como resultado del ingenio, de la ironía; cuando divierte y genera simpatía tanto en la vida social (ética), en la vida política (política y retórica) o en la vida artística (poética).

Siglos más tarde, Nietzsche, en su obra “*Así habló Zaratustra*” aseguraba que “el hombre sufre tan terriblemente en el mundo que se ha visto obligado a inventar la risa”. Nietzsche reflexiona sobre el super-

hombre, considerando la muerte de Dios un requisito previo a su concepción. Como hiciera antes en su libro *La gaya ciencia*, escribe la famosa frase: “Dios ha muerto”. De nuevo, la risa es parte de la rebelión del hombre propietario de su destino frente a lo divino que lo determina.

Umberto Eco, en *El nombre de la rosa*, escribe sobre ella, reconstruyendo, con gran belleza literaria, una discusión entre William de Baskerville y Jorge de Burgos¹⁶, el ciego guardián de la fe y la ortodoxia del monasterio, donde se afirma que la risa es “*un viento diabólico*”. “*Cristo nunca rió*” asegura el anciano como argumento de peso, “*ya que no lo dice ningún texto de los Evangelios*” (aunque tampoco niega que lo hiciera). El franciscano reivindica la risa como parte de la naturaleza humana y del camino hacia la verdad. La discusión se zanja con autoridad y agresividad por parte de Jorge de Burgos cuando el debate le supera gracias a la fina ironía y la inteligencia del que –precisamente- sonrío... La risa, el humor, como apunta David de Ugarte¹⁷, se dibuja en la obra de Umberto Eco como “subversiva al poder”.

¹⁶ Escena de la película *El nombre de la rosa*.
<http://www.youtube.com/watch?v=cfvoDnHnLow>

¹⁷ David de Ugarte. <http://www.deugarte.com/humores-detestables>

La sonrisa y risa políticas

La risa es la aliada natural de la política emocional, la política del futuro. Ha sido protagonista –también en la gira diplomática de Hillary Clinton por distintos países¹⁸ y en la gira europea del presidente Barack Obama que exhibe su fortaleza moral y política con la seducción de su amplia sonrisa y su sentido del humor. Es el *poder inteligente*, el “*smart power*”. El poder inteligente sonríe; no amenaza. Así se ganan las nuevas batallas. Nada que ver con los graciosos machistas, misóginos, homófobos o racistas, modelo Silvio Berlusconi. Tampoco nos referimos, esta vez, a los cómicos y los humoristas que revitalizan la percepción política con sus críticas anti-sistema o anti-política¹⁹. Estamos hablando, *en serio*, de otra cosa.

Con el objetivo de “reiniciar” las relaciones con Moscú, Clinton centró la atención mundial al obsequiar a su homólogo ruso, Serguei Lavrov, durante su encuentro en Ginebra, con un pequeño artefacto que recordaba el botón rojo nuclear y tenía una etiqueta con la palabra *reset*. Lavrov le hizo notar que la traducción en ruso no era correcta, ya que la palabra utilizada

¹⁸ Hillary Clinton inicia en Japón su primer viaje como secretaria de Estado. El País (16.02.2009)

¹⁹ HP contra ZP. <http://www.gutierrez-rubi.es/?p=271>

–*peregruzka*²⁰ significa sobrecargar y no reiniciar. El buen humor y las carcajadas, recogidas por los medios de comunicación en distintas imágenes, constatan una vez más el poder y la efectividad de la risa que seduce²¹, comunica y logra acompañar a la palabra con una mayor efectividad. Una imagen distinta que representa el auge del *smart power*²² (poder inteligente) frente al “poder duro” de la era Bush.

Clinton, sonriente y lúdica, comunica recuperación y protagonismo político y personal dando un nuevo aire a la diplomacia encorsetada y rígida. Y se reparte, a la perfección, el nuevo liderazgo mundial con Obama, que seduce y convence con su franca sonrisa, al tiempo que proclama, unas semanas más tarde, su fe y su determinación en acabar –definitivamente– la era nuclear en la carrera armamentística. No es tampoco casual, ni trivial, ni menor que Obama concediera su primera gran entrevista, alternando la seriedad y las bromas en una inusual aparición, a *The Tonight Show with Jay Leno*, uno de los programas de televisión más vistos del país. El presidente habló sobre diversos asuntos: desde la crisis económica hasta la llegada de un

²⁰ Peregruzka. <http://www.mundo.in.rs/2009/03/peregruzka-er-perezagruzka/>

²¹ Hillary Clinton y la nueva diplomacia. El Mundo.es (23.03.2009)

²² Smart Power. <http://www.foreignaffairs.com/articles/59716/suzanne-nossel/smart-power>

perro a la Casa Blanca. Un hombre que se ríe abiertamente, incluso de él mismo podrá exigir, también, sacrificios. Su sonrisa es, en parte, reflejo de su política.

La percepción estética es una forma de conocimiento

La sonrisa es belleza natural, humana, relacional... y la belleza es —a la vez— fuente de conocimiento. Es una opinión de artistas... y de científicos. Como la del neurocientífico Semir Zeki²³, del University College de Londres²⁴: *“Michelangelo entendió instintivamente la organización visual y emocional del cerebro humano, y sus mecanismos comunes de funcionamiento, para excitar experiencias compartidas que la palabra no puede alcanzar”*. La percepción de belleza, o su ausencia, es una de las principales fuentes de conocimiento del otro. Nuestra evaluación de lo que nos interesa está íntimamente ligada a lo que nos atrae.

Un equipo de matemáticos y psicólogos de la Universidad de Bergen (Noruega)²⁵ ha demostrado empíricamente que la simetría (también la claridad)

²³ Semir Zeki. <http://www.profzeki.blogspot.com/>

²⁴ University College de Londres. <http://www.vislab.ucl.ac.uk/>

²⁵ Universidad de Bergen. <http://www.uib.no/en/>

que subyace en lo que percibimos como belleza²⁶, por ejemplo, propicia juicios de verdad y mejora la fluidez del procesamiento mental. Los resultados de dos experimentos revelaron un mecanismo mental relacionado que conformaba los juicios intuitivos entre lo bello y lo verdadero. Jacques Hadamard²⁷, matemático francés, escribió en su libro *Psicología de la invención en el campo matemático* (1954) que el sentido de la belleza y la búsqueda de la misma es casi el único móvil “*para el descubrimiento en las matemáticas*”.

El rostro espejo del alma (...política)

Más recientemente, en 2008, un equipo de investigadores de la Unidad de Gráficos y Visión por Ordenador e Inteligencia Artificial de la Universidad de Baleares (UIB)²⁸ ha desarrollado un modelo informático que permite generar caras que visualizan diferentes estados de ánimo acordes a los rasgos de personalidad. El resultado del estudio -que ha sido publicado en la revista *Computer Animation and Virtual Worlds*-²⁹ demuestra que las personalidades se reflejan en estados de

²⁶ Demuestran empíricamente que la mente humana relaciona belleza y verdad. *Tendencias* 21 (03.11.2009)

²⁷ Jacques Hadamard. http://es.wikipedia.org/wiki/Jacques_Hadamard

²⁸ Unidad de Gráficos y Visión por Ordenador e Inteligencia Artificial. <http://dmi.uib.es/~ugiv/esp/presentacion.htm>

²⁹ *Computer Animations and Virtual Worlds*. <http://dmi.uib.es/~ugiv/ing/pubs.htm>

ánimo y en expresiones emocionales y que éstas, a su vez, se “reflejan” en el rostro, dejando una huella visual y de percepción que ofrece muchísima información a los interlocutores. El modelo ha sido capaz de identificar los “puntos de la cara” que expresan las emociones y manipularlos para ofrecer patrones visuales.

En otro contexto, psicólogos británicos han comprobado que las personas confían más en los líderes políticos con rasgos faciales femeninos³⁰. Tras varios años de trabajo vinculados a la importancia del rostro, la voz, la piel y la apariencia general de los seres humanos en sus relaciones interpersonales, un equipo de investigadores de la Universidad de St. Andrews (Escocia)³¹ publicó varios estudios en 2004. En uno de ellos, y tras analizar cientos de rostros a través de animación computada en los que se llevaban a cabo distintas modificaciones, se destacó la influencia que determinados rasgos faciales (también de los políticos) tienen sobre la preferencia del electorado. La conclusión es que *“la gente suele juzgar a una persona por su rostro, así como elige a un libro por su cubierta”*. Las mutaciones informáticas que se hicieron, por ejemplo, en el rostro de

³⁰ La feminización de la política. El Mundo (08.07.2004)

³¹ Universidad de St.Andrews. <http://www.st-andrews.ac.uk/>

Tony Blair³², concluían que la feminización de su cara provocaba un aumento en la confianza y en la predisposición favorable de las personas hacia él, como señala Michael Stirrat³³, uno de los investigadores del *Perception Lab* (Laboratorio de Percepción)³⁴ de la universidad escocesa.

El rostro aporta “información esencial” sobre las características de una persona y, por consiguiente, juega un papel clave en las decisiones de aprobación, interés o atracción de la persona sobre sus interlocutores u observadores. Dicha información tiende a configurarse también como “patrones de atracción” que actúan de manera diferente sobre hombres y mujeres.

La sonrisa, decisiva

A finales de 2007, un grupo de científicos de las universidades de Stirling³⁵ y Aberdeen³⁶ desvelaban las claves de la seducción³⁷: la sonrisa y mirar a los ojos. El estudio pretendía determinar si nuestras preferen-

³² Tony Blair. <http://tonyblairoffice.org/>

³³ Michael Stirrat. <http://www.perceptionlab.com/~michael/>

³⁴ Perception Lab. <http://www.perceptionlab.com/>

³⁵ Universidad de Stirling. <http://www.external.stir.ac.uk/>

³⁶ Universidad de Aberdeen. <http://www.abdn.ac.uk/>

³⁷ Psicólogos británicos afirman que sonreír y mirar a los ojos son las claves de la seducción. El Mundo.es (08.11.2008)

cias faciales son fruto o no de la evolución y la sonrisa es una señal muy clara, que nos indica si existe un interés concreto hacia el interlocutor además de tener una función psicosocial muy útil. “*Las personas prefieren caras que les transmitan la impresión de que son importantes*”, según una de las autoras del estudio, Claire Conway³⁸.

En un reciente artículo en *The Economist*, “*About face*”³⁹, que referencia el blog de Enrique Dans⁴⁰, se recogen las conclusiones de un experimento en el cual se evalúan distintas solicitudes para recibir un crédito, única y exclusivamente a partir de la visualización de una fotografía de la persona que lo solicita, además de la información básica sobre el proyecto que quiere financiar.

Entre las conclusiones cabe destacar que, en aparente igualdad de condiciones, la información que transmite la expresividad del rostro influye de manera decisiva en la percepción que los otros tienen de uno mismo, haciéndonos tomar decisiones que pueden ser determinantes.

³⁸ Claire Conway. http://www.abdn.ac.uk/~psy410/php_practice2/

³⁹ “About face”. http://www.economist.com/science/displaystory.cfm?story_id=13226709

⁴⁰ El Blog de Enrique Dans. <http://www.enriquedans.com/2009/03/la-cara-lo-dice-todo.html>

La risa política y alternativa

La risa es una poderosa herramienta también en la agitación política y en las nuevas expresiones y manifestaciones de ARTivistas y creadores de situaciones en espacios públicos⁴¹. El 1 de octubre de 2008 se llevó a cabo un taller gratuito de risoterapia en una céntrica plaza de Madrid, de la mano de formadores y terapeutas en la disciplina de la risa con una larga experiencia en la materia, que fueron los encargados de hacer que más de un centenar de personas se rieran a carcajadas acompañando los lemas “me río de la hipoteca”, “me río de mi jefe” y “me río de los políticos”. La política a través del humor y de la risa no ha hecho nada más que empezar. Vamos a asistir a ingeniosas manifestaciones de acciones políticas centradas en su potencial subversivo, revulsivo y revolucionario.

También como primer paso para cambios personales y colectivos que empiezan con el compromiso individual. *“Una sonrisa es el primer paso a la libertad del hombre”* como señalaba Jaume Sanllorente, fundador de Sonrisas de Bombay⁴² (una ONG que desde el año 2005 se dedica al cuidado y educación de niños huér-

⁴¹ Improv Everywhere. <http://improveverywhere.com/>

⁴² Sonrisas de Bombay. <http://www.sonrisasdebombay.org/experiencias.asp>

fanos y familias pobres de las calles de Bombay), en un reportaje para La Vanguardia –“Sonrisas al poder”⁴³. En él reflexiona sobre la importancia de alegrar nuestras caras e influir positivamente en aquellos que nos rodean. Lo saben bien un grupo de payasos de todo el mundo que han impulsado el proyecto “Parlamento de Payasos”. Una institución que pretende construir *“un mundo para y de nosotros, en el que se reciba con cordialidad al otro, se le escuche y se le obsequie con una sonrisa”*.

Conclusión: La política debe ser..., también, bella.

“El gran estilo nace cuando lo bello obtiene la victoria sobre lo enorme.”

Friedrich Nietzsche

Estoy convencido de que los tristes no ganan elecciones. Ni son capaces de liderar emociones positivas (sin la cuales no hay proyectos, ni comunidad, ni esperanza). Tampoco la tristeza puede seducir ni infundir ánimos colectivos. Los que creen que es posible un proyecto político transformador y progresista desde la cultura de lo pésimo, de lo trágico, de lo feo (de lo serio, de lo adusto, de lo severo)... no se dan cuenta de que el concepto “cuanto peor, mejor” es el núcleo psicológico y cultural de los pensamientos autoritarios, que ceban

⁴³ Sonrisas al poder. La Vanguardia (24.12.2008)

el desánimo y la desazón, para canalizarla como rabia agresiva... y amenazante.

La tristeza se da la mano con el aburrimiento, la fatalidad, el nihilismo. No comunica esperanza. No propongo la trivialidad, en absoluto. Tampoco reivindico la superficialidad de la sonrisa hueca, del gesto artificial, de la pose previsible de gesto acartonado. Reclamo una renovada mirada política y comunicativa a lo lúdico y festivo como la conexión emocional y ambiental de las fuerzas del cambio y del progreso. Su vinculación con el ánimo y la inteligencia ya están fuera de toda duda científica y sociológica. Aún se resiste una parte de la política formal... que ve su ceño fruncido amenazado por la sonrisa contagiosa de una política más desinhibida, fresca y dinámica. En muchos casos, representada por la creciente feminización de la política.

La política que gana (convence y seduce) contagia ilusión. Y el ánimo es energía movilizadora. Los retos y problemas del mundo (con la crisis económica-financiera, medioambiental y política) que dejan a millones de personas en la precariedad, la miseria o en el umbral de la muerte es algo muy, muy serio. Ciertamente. Pero lo enorme (por abrumador y devastador que

parezca) debe ser combatido con inteligencia y determinación. Para ello, necesitamos sumar muchas voluntades y alianzas para una gobernabilidad progresista y sostenible del planeta. Mejor será que lo hagamos con ilusión cautivadora... o nuestra tristeza emocional, combinada con nuestro aburrimiento intelectual nos alejará –definitivamente- de la fuerza emergente que quiere cambiar el mundo.

VIVIR LAS IDEAS (POLÍTICAS) PARA COMBATIR EL FRAGMENTO Y EL OLVIDO

“La vida sin memoria no es vida”

Luis Buñuel

Manfred Osten ha escrito recientemente un interesante e imprescindible libro: *La memoria robada. Los sistemas digitales y la destrucción de la cultura del recuerdo. Breve historia del olvido*. El autor nos alerta que “aunque los sistemas son cada vez más potentes y de ellos se espera que descarguen de trabajo a la memoria humana, se están volviendo cada vez más frágiles y, de este modo, están propiciando la pérdida irreparable de la memoria cultural”.

La reflexión es muy pertinente -y merece un debate- en un mundo en el que la tecnología de tratamiento, almacenamiento y gestión de datos es capaz de doblar, casi anualmente, toda la información disponible. Quizás, antes de 2040 la capacidad de procesamiento de Internet será mayor que la de los cerebros de todos los habitantes de la Tierra. Una reflexión imprescindible, también, para el ámbito de la política.

La fragilidad tecnológica de la que habla Osten ¿es la causa o la consecuencia de una creciente cultura del olvido? Como apunta Juan Freire, “existen diferentes velocidades en los desarrollos tecnológicos que deberían avanzar en paralelo. Así, hemos pasado a archivar ‘cerebros externos’ sin preocuparnos demasiado por la fiabilidad de los sistemas tecnológicos que nos dan soporte. Esto posiblemente tenga relación con la escasa preocupación que mostramos por pensar en los nuevos modos en que manejaremos esas memorias externas en el futuro.”

Disponemos de más memoria (informática) y cada vez sentimos –crecientemente– que se desvanece aquello que deberíamos recordar siempre y nunca olvidar. Una sensación extraña nos invade al guardar y archivar digitalmente. ¿Es el inicio de la pérdida de la memoria en relación al dato, la cita, la idea? ¿Archivamos para olvidar? Algunos expertos hablan de un nuevo “Síndrome de Diógenes”, ante la capacidad de memoria de nuestros dispositivos informáticos y nuestra pereza psicológica para elegir (es decir, decidir “eliminar”), lo que nos lleva a almacenar basura o a engancharnos a todo tipo de recuerdos que acabamos olvidando.

Las voces de alerta de los que consideran que nuestra capacidad de archivo también puede ser una ame-

naza, más allá de las obvias oportunidades, se hacen más audibles y persistentes que nunca. Y aunque alimentan, de nuevo, un cierto fatalismo y desconfianza hacia la tecnología, lo cierto es que el desenlace dependerá, como siempre, de nuestro uso y de nuestra formación para utilizar las posibilidades de la tecnología y de cómo vivamos y sintamos cada dato, cada idea, cada *link*.

El debate iniciado -y casi ignorado- tiene profundas repercusiones en el ámbito de la política democrática. Si la política olvida o no recuerda, o no es capaz de rememorar, las posibilidades de volver a cometer errores históricos aumenta. La política no puede olvidar lo que siempre debería recordar. Nuestra capacidad de archivo y almacenamiento es un arma de doble filo si relaja el discurso de la historia en la oferta política democrática. Quizás una explicación que debería merecer más nuestra atención es que el resurgimiento de la ultraderecha en las elecciones europeas de 2009, así como el creciente número de expresiones políticas xenófobas responde a que parte de la política democrática (en especial la socialdemócrata) ha relajado su capacidad de memoria y recuerdo. La izquierda, atrapada por la gestión del presente y olvidando la historia, ha perdido el discurso del futuro.

Aristóteles creía que la memoria estaba alojada en el corazón (que consideraba mucho más importante como órgano humano que al cerebro), por eso los romanos empleaban la palabra *recordari*, derivada del *cor* (corazón) cuando hablaban de lo que no se podía –o debía– olvidar. La memoria no garantiza el recuerdo si no es emocional. Sólo los recuerdos vividos son perdurables y no se olvidan. Ahí están las oportunidades para la política, para los progresistas. Vivir el presente, vivir las ideas, para no olvidarlas y, así, ser capaces de un relato de la esperanza y del futuro.

Quizás Aristóteles tenía razón. El Informe *Grand Challenges in Computing Research 2008* -de la prestigiosa institución *British Computer Society BCS*- recoge los avances del proyecto *Memories for Life*, del profesor de inteligencia artificial Nigel Shadbolt de la Universidad de Southampton (Reino Unido). Asegura el científico que en el transcurso de los próximos 20 años los ordenadores reconocerán emociones humanas y podrán almacenar, en una sola unidad, toda la información, experiencias y emociones de un individuo a lo largo de toda su vida. La creación de estos “archivos del conocimiento”, y sus complejas interrelaciones, permitirían, también, comprender (sentir, vivir, saber...) qué su-

cedió en el pasado y explorar, con mejor capacidad de anticipación, los escenarios del futuro.

La biotecnología podrá ayudarnos a predecir el futuro y recordar, para siempre, lo que nunca deberíamos olvidar: nuestros errores individuales y colectivos. Aunque también nos tentará justo lo contrario. *The Times* informaba hace unas semanas que unos investigadores de Brooklyn, Nueva York, han probado un fármaco en unas ratas capaz de bloquear una sustancia química fundamental para la memoria. En el futuro podríamos borrar miedos crónicos o –quizás– adicciones. Son imaginables también otras hipótesis menos positivas.

La comunicación fragmentada

Al mismo tiempo que nuestra capacidad para el archivo aumenta, se impone una fragmentación acelerada de la comunicación, en especial en las redes sociales y en los entornos digitales, que contribuye al vértigo ante un modelo relacional en el que parece primar el instante, lo inmediato, lo fugaz.

Vivimos guardando favoritos (o amigos) con diversos marcadores y rastros digitales en nuestros navegadores o repositorios *online* que difícilmente volveremos a ver o releer. Referenciamos (archivamos) constantemente, pero la aceleración –competitiva– de

los procesos de comunicación y relación en la Red nos aleja de la memoria que asocia y construye; no de la que acumula y guarda. No es de extrañar, en este contexto, que un éxito de ventas reciente se titule *Cómo hablar de los libros que no se han leído* (Pierre Bayard).

Hablamos con fragmentos, con citas que podemos recordar y repetir. Nuestra capacidad de reflexión, contraste, debate... puede verse cuestionada por la apología de lo breve (el síndrome de los 140 caracteres tan habitual en la mensajería corta o en *Twitter*, por ejemplo). Daniel Innerarity habla de que “prima el presente, y las líneas del tiempo apenas contemplan el pasado inmediato, pero casi nada el futuro. Vivimos una época de imperialismo temporal”.

El prestigio del aforismo crece, sus metáforas son cada vez más valoradas, su intensa síntesis provoca fascinación. Estas, además, se verán pronto superadas –y enriquecidas– con una nueva dimensión del recuerdo y la memoria gracias a los desarrollos de la web semántica y de las propias características de Internet. ¡Por fin, podemos repetir, sin tener que elaborar! La conversación fragmentada se impone. Lo breve y rápido gana la batalla a lo denso y lento. Pero, ¿podremos afrontar la complejidad, desde lo casi efímero, desde esta fuga-

cidad que caracteriza parcialmente muchas de nuestras relaciones y conversaciones digitales? ¿O deberemos aprender, de nuevo, a reconstruir, a relacionar, a sumar?

No debería sorprender, pues, que en la cultura digital, seguir una conversación sea “seguir el hilo”. Se deben coser y recoser fragmentos. El problema es de “aguja e hilo.”

Vivir las ideas, sumar emociones

Los mercados son conversaciones, pregonaba el *Manifiesto Cluetrain*. Cada vez más, parece que acertaron. Pero lo que confirma la cultura digital es que, más que los mercados, son nuestras sociedades las que son –fundamentalmente– una gran conversación conectada. Por ejemplo, un millón de personas cada día crea su propio perfil en *Facebook*, una de las plataformas más populares con 200 millones de contactos. Y esta cifra no para de crecer. Las relaciones personales son la nueva identidad en el mundo global.

Pues bien, para que lo fragmentario no sea fútil ni frágil, ni lo archivado, rápidamente olvidado; hay que pensar cómo vivimos y rearticulamos *los trozos* para ofrecer soluciones y pensamientos que sitúen lo colectivo (lo comunitario, lo social) en el epicentro de la política democrática. La izquierda tendrá un gravísi-

mo problema de representación política en la sociedad digital si es incapaz de entender las características de la nueva construcción del relato social y si entre sus características renovadas no se encuentra la capacidad de recoser retales sociales.

Y si los mercados son conversaciones, la inteligencia es colectiva y las personas son –sobre todo- relaciones... sólo la idea vivida (compartida) es la que no olvidaremos. La política democrática y progresista debe tener una praxis comunitaria. Las 200.000 personas que estuvieron en Berlín, en el verano de 2008, para escuchar a Barack Obama sintieron que vivían un momento histórico. La mayoría afirmaba que la motivación para asistir era que querían poder decir “yo estuve allí”. Aunque, después de un tiempo, la mayoría no recuerde apenas frase alguna de su intervención, eso no será necesario para que no olviden nunca aquel momento. ¿Cuántas de nuestras propuestas políticas presenciales son capaces de generar tal emoción? O volvemos a emocionarnos en un acto público político... o no habrá opciones para los progresistas en una sociedad acelerada, fragmentada y olvidadiza.

Artículos de interés:

Condenados a la estupidez digital (Juan Freire)

SOITU (16.06.08)

Más información no significa más conocimiento

Bajo La Línea (26.02.09)

Els suports de la informació (Umberto Eco)

AVUI (24.04.09)

Tim Berners Lee: “Internet es un legado al futuro”

El País (22.04.09)

Microrrelatos (Andrés Ibáñez)

ABC Digital (22.03.09)

LA NEUROPOLÍTICA: CONOCER EL CEREBRO PARA LIDERAR LAS IDEAS

“¡Triste época la nuestra!
Es más fácil desintegrar un átomo que un prejuicio.”

Albert Einstein

Carlos Belmonte, prestigioso científico del Instituto de Neurociencias de Alicante y experto en los mecanismos del dolor y del funcionamiento del cerebro, afirma que en un futuro cercano *“leeremos y manipularemos el cerebro como queramos”*. Una posibilidad más que inquieta y que se convertirá en un desafío ético para la humanidad y para la política democrática. No es ciencia-ficción, es ciencia posible.

El poder de la ciencia: un debate abierto

La capacidad de modificar un cerebro física o químicamente, también genéticamente, va a suponer un debate ético sobre los límites de esta actuación y de su legitimidad. Podremos borrar, selectivamente, recuerdos traumáticos (como los que sufren los soldados en situaciones de guerra o las personas víctimas

de torturas o agresiones) o pretender que el cerebro de nuestros hijos esté especialmente dotado para la música o la literatura. Pero la investigación que permite la posibilidad técnica de tales avances debe de ir acompañada de un profundo debate político y social sobre los límites del poder científico. La respuesta política a este desafío debe desarrollarse de manera conjunta desde ambos ámbitos. Y debe ser, también, una responsabilidad ineludible de los progresistas.

El cerebro humano, el gran desconocido

Pero para ello, debemos conocer más y mejor el cerebro de hombres y mujeres, superando algunas reservas y bloqueos a los avances de la ciencia que todavía atemorizan a la izquierda transformadora que, a veces, parece conservadora.

Estamos, por ejemplo, y gracias a las nuevas técnicas de imagen, retratando y monitorizando el cerebro de tal manera que podemos ver ya cualquier alteración de su corteza o de sus amígdalas. Pronto vamos a discutir si aceptaremos como prueba irrefutable en los tribunales las imágenes de éste mostrándonos cómo se altera con la verdad o la mentira.

Sabemos que las mujeres detectan mejor que los hombres los estados emocionales de sus interlocuto-

res porque sus amígdalas funcionan de manera diferente, lo cual explicaría que ellas sean más empáticas que ellos. ¡Y qué decir de la química! Hemos confirmado la intuición y hemos demostrado que el exceso de testosterona de los varones (mayoritarios en los parques bursátiles del mundo) puede haber jugado un papel decisivo en el riesgo excesivo e imprudente de los gestores de mercados financieros en la actual crisis, como se demostró recientemente en un artículo publicado en *Proceedings of the National Academy of Sciences*.

Sabemos, también, que los condicionantes genéticos son determinantes para la evolución de la inteligencia de las personas, que un cerebro puede ir al máximo de sus posibilidades pero no más allá de su capacidad genética. Así como que la plasticidad de éste en los primeros años de formación y crecimiento es decisiva, en su configuración y potencialidad intelectual y relacional. De ahí, la enorme responsabilidad de la educación social, familiar y reglada.

Tenemos 100.000 millones de neuronas y, cada una de ellas, 1.000 conexiones que forman un circuito determinado. La neurociencia nos indica que lo importante es la configuración de estas conexiones. Su conocimiento es el que nos permite bloquearlas con las sus-

tancias capaces de alterar un circuito. Si se administra a una persona depresiva, por ejemplo, un bloqueante de la recaptación de la serotonina, al día siguiente está como nueva. ¿Lo que es legítimo en un enfermo (el individuo depresivo) lo va a ser, también, en una persona melancólica y triste? Nuestra capacidad de cambiar lo enfermo está en la misma línea que nuestra capacidad para cambiar el carácter, las emociones, las percepciones... y las opiniones. La proximidad de lo aceptable y lo inaceptable se pone en jaque por la posibilidad técnica. Renunciar a lo que no es posible no requiere coraje. Renunciar a lo que es posible es el auténtico desafío.

El poder del subconsciente. Intuición vs razón

Sabemos también que las decisiones “libres” que tomamos en nuestra vida cotidiana tienen que ver en un 80% con la información subconsciente. Decidimos en función de una gran cantidad de información que tenemos en nuestro cerebro... y de la que desconocemos su existencia. La zona consciente de nuestro cerebro es muy pequeña y la experiencia vital (nuestra escala de valores acumulada) que determina nuestras decisiones (intelectuales, emotivas y raciona-

les) es muy vulnerable a nuestros prejuicios. *“¡Triste época la nuestra! Es más fácil desintegrar un átomo que un prejuicio”* decía Albert Einstein.

Eduard Punset, en su libro *“Por qué somos como somos”*, afirma que en la vida (en nuestras decisiones) recurrimos a intuiciones que requieren mucha menos información de la que creemos. Que tomamos decisiones muy serias e importantes con un gran nivel de exposición a la equivocación. Y que incluso *“cuando el cerebro percibe una explicación distinta a lo que él cree no sólo la cuestiona, es que corta los circuitos de comunicación para que no penetre. Por eso no cambiamos de voto”*. Es a lo que se llama disonancias. Es decir, nuestro cerebro bloquea la información racional que podría hacernos cambiar de opinión ya que preferimos las convicciones emocionales o morales a las confirmaciones racionales o epistemológicas. Las personas preferimos escuchar lo que queremos escuchar, leer lo que queremos leer, opinar lo que queremos opinar.

Neuropolítica como base de la acción transformadora

Sabemos todas estas cosas, pero todavía las ignoramos para la acción política transformadora. La neuropolítica se abre paso como una nueva disciplina capaz

de comprender el cerebro de las personas en su condición de ciudadanos, electores o activistas. Nos permite conocerlo mejor, saber cómo funciona, cómo articula sus imágenes, con valores, con sentimientos y cómo se canalizan sus decisiones. Esa es la cuestión que debe ocupar más tiempo y energías a la política democrática de orientación progresista.

Ya hemos aprendido la fuerza cognoscitiva del lenguaje en la política, con los trabajos sobre comunicación política de George Lakoff y la fortaleza de los marcos conceptuales que inhiben la razón y la condicionan. Estamos explorando el potencial de la “política de las emociones”, leyendo las aportaciones, entre otros, de Drew Westen, profesor de psicología y psiquiatría de la Universidad de Emory y su trabajo “El cerebro político”. Sabemos ya que las razones no siempre dominan la razón. Y que la mejor manera de llegar al cerebro de un elector es a través de su corazón.

Repensar la ideología en función del factor humano

Pero debemos convertir el conocimiento de la psicología, de la neurociencia y de las emociones que rigen y explican el comportamiento de nuestros ciudadanos,

en un estímulo para repensar la oferta progresista, con nuevos ingredientes para no renunciar a nuestras convicciones políticas e ideales morales. La arrogancia de la ideología debe dar paso a una nueva filosofía.

Obsesionados con las ideas programáticas, decididos a que nuestra superioridad intelectual en el debate ideológico es abrumadora y debe ser reconocida y aplaudida por los ciudadanos en su dócil misión de aprobación electoral, hemos olvidado la comprensión real de las emociones, de las palabras, y no tenemos ni idea del comportamiento del cerebro en su misión reguladora y directiva de las actitudes humanas.

Seguimos sorprendiéndonos de que algunas mayorías electorales sigan revalidando candidatos y propuestas que, objetivamente, perjudican a los propios intereses de las comunidades que los eligen o a valores y patrimonios superiores, como el planeta. Sobredimensionamos la capacidad concluyente de la información, del dato, y no nos damos cuenta de que nuestras sociedades están abrumadas, precisamente, de datos, opiniones, informaciones, rumores... y reclaman dosis de simplicidad reconfortante. Y de que, además, nuestros cerebros se resisten a dar crédito a la verdad, asiéndose en el terreno de las convicciones y de las emociones como la mejor arquitectura para la toma

de decisiones y cómo bastión irreductible de las opiniones. Los prejuicios, nunca mejor dicho, anteceden a los juicios.

“Buscar la verdad es complejo, es más sencillo validar una opinión previa”, afirma Daniel Eskibel. Nuestro cerebro detesta el conflicto interno, por eso se refugia y valida toda la información previa que refuerce el apriorismo instalado. A su vez, José Antonio Marina, en su libro *“La inteligencia fracasada. Teoría y práctica de la estupidez”*, señala cuatro tipos de fracaso de nuestra inteligencia: cognitivos, afectivos, de lenguaje y de la voluntad. *“Los fracasos cognitivos provienen del empeño que tenemos muchas veces las personas de negar la realidad. Los prejuicios, la superstición, el dogmatismo, el fanatismo son formas de pensamiento que niegan la realidad, que evitan la aceptación de las evidencias que se nos presentan”*. Algunas de estas creencias son conscientes, pero la mayoría son inconscientes e influyen poderosamente en nuestras emociones y decisiones.

Y todavía más. Ted Brader, autor de la *“Teoría de la Inteligencia Afectiva”*, afirma que: *“las emociones tienden a anticiparse para definir las decisiones políticas de las personas, y las emociones positivas liberan el camino para el ingreso de mensajes que confirmen las ideas pre-*

concebidas, mientras que las negativas parecen conducir a la reflexión, aunque no modifiquen el sistema de creencias previas”.

Ideología y filosofía

En este contexto complejo, la propuesta progresista debe replantear su estrategia de persuasión-comunicación-adhesión con un mejor conocimiento de lo emocional y neuronal y con una práctica política que favorezca, también, las “*filosofías de vida*” como complemento revitalizante de las ideologías. Una nueva mirada a lo espiritual, a la tradición vital, a los valores, a los estilos de vida, a las conciliaciones cuerpo-mente, individuo-sociedad, persona-planeta y una radical apuesta por la modernidad cultural, tecnológica y social de la inteligencia cooperativa y compartida que se abre paso en la sociedad digital. Una oferta tan vital... como ideológica.

En lugar de presentar las emociones y los estilos de vida como un conflicto frontal, y como un fracaso de la racionalidad, la oferta política debe comprender las relaciones de complementariedad entre lo cognitivo, lo emocional, lo vivencial y el aprendizaje, como un conjunto inseparable de la naturaleza humana... y del cerebro humano.

Todo ello con el objetivo de que los valores progresistas, vividos y sentidos, se preinstalen de manera legítima, pero segura y confortable, en el mundo apriorístico que precede nuestras decisiones y comportamientos. Instalados en el corazón y en las emociones de las personas podremos pedirles la atención mínima a nuestras propuestas. No hay otro camino para el desafío de las ideas.

Bibliografía:**Por qué somos como somos**

Punset, Eduard. Editorial Aguilar (Madrid, 2008)

No pienses en un elefante. Lenguaje y debate político

Lakoff, George. Complutense 2007 (Madrid, 2007)

The Political Brain. The Role of Emotion in Deciding the Fate of the Nation

Westen, Drew. New York Public Affairs, 2007

La inteligencia fracasada. Teoría y práctica de la estupidez

Marina, José Antonio. Anagrama, Colección Argumentos (2004, 2005)

The Sentimental Citizen. Emotion in Democratic Politics

Marcus, George E. The Pennsylvania State University, 2002

“Affective Intelligence and Beyond: Next steps in research on emotion in politics”

Brader, Ted.

The Political Mind: A Cognitive Scientist's Guide to Your Brain and Its Politics.

Lakoff, George. Penguin Books (2009)