



Campañas judiciales, decisión electoral e inteligencia política (2)

En el libro *Political Brain*, del que escribí en la entrega previa, las conclusiones del autor, Andrew Westen, son dos, con sus respectivas implicaciones para aquellos que hacen política o la estudian, y personas candidatas en especial, en estos tiempos de campañas judiciales.

Primera, que las y los candidatos de los partidos grandes, cuando están en campaña, no deberían preocuparse por tratar de atraer a la militancia de otros partidos, sino esforzarse por persuadir para su causa al 10% o 20% del electorado del centro llamadas y llamados cambiantes (o swichters) y que sumadas y sumados a su base partidaria tradicional, generalmente de alrededor de 30%, podrían darles la victoria.



**SERGIO
GONZÁLEZ**

SALÓN TRAS BANDERAS

Segunda, que el cerebro político es un cerebro emocional; que no estamos ante una máquina de cálculo desapasionado que busca objetivamente los hechos y las cifras adecuadas para tomar una decisión razonada. Es más, mientras más estrictamente racional sea un llamado o alegato político, menos probable resultará la activación de los circuitos de la emoción, que son los que regulan la decisión electoral.

Con estas conclusiones, el autor propuso un nuevo tipo de inteligencia: la



inteligencia política, con estos componentes: inteligencia emocional, empatía, habilidad para emanar y concitar confort o bienestar, y habilidades para formar coaliciones y administrar jerarquías e inteligencia general. Quizá otro día les platique de eso.

Ahora bien, la inteligencia política se refiere no sólo a la del electorado, que al parecer evalúa y califica candidaturas en siete segundos aún antes de que pronuncien una palabra; sino a la que deberían proyectar las referidas candidaturas y sus mensajes de campaña, como lo hicieron exitosamente Reagan, Clinton y Obama, espléndidos comunicadores de gran inteligencia política y que, en los primeros dos casos, además de desbancar a un presidente en funciones (Carter y Bush padre, respectivamente) lograron reelegirse 4 años después. O sea, a mayor inteligencia política de la o el candidato, mayores posibilidades de que resulte triunfante. ¿Podríamos incluir válidamente a

Trump en esta categoría?

Decía David Hume que la razón es esclava de la emoción y en política electoral el aserto cobra cada día más peso. Las personas aspirantes a un puesto de los Poderes Judiciales deberían desplegar sus campañas con otros parámetros; los de la inteligencia política, que por ningún motivo debería ser desestimada debido a que, celebro informar, no estamos ante un descubrimiento menor.

Cierro por ahora citando una frase imprescindible de Political Brain que bien podría ser el núcleo de la obra y la semilla de una nueva percepción política de la manera en que se hacen las campañas judiciales actuales: “No podemos cambiar la estructura del cerebro político, que representa millones de años de evolución, pero podemos cambiar la manera en la que le hablamos”.

• @ElConsultor2
gsergioj@gmail.com