

¿Los líderes políticos tienen las competencias que demandan los ciudadanos?

6 noviembre, 2019

“Se puede engañar a parte del pueblo parte del tiempo, pero no se puede engañar a todo el pueblo todo el tiempo” Abraham Lincoln

Los líderes de cinco partidos políticos participaron este pasado lunes, 4 de noviembre, en el Debate planteado por TVE para defender sus candidaturas para las “nuevas” elecciones del próximo 10N.

Las campañas electorales se han desarrollado de manera cíclica en los últimos 4 años y, durante estos, hemos observado que los partidos políticos intentan adaptarse a los mensajes que piensan que buscan los electores; pero la pregunta que nos hacemos es si en este tiempo de “entrenamiento”, **¿los líderes han desarrollado las competencias que demandan los ciudadanos?**

¿Entienden las necesidades reales de la sociedad en su conjunto? ¿Son flexibles, tolerantes ante las diferencias? **¿Saben escuchar y empatizar?** ¿Realizan aprendizajes profundos que ponen en práctica en su oratoria y presentación al mundo? **¿Son capaces de llegar a acuerdos?** ¿Están al servicio del cargo? ¿Están **entregados a la sociedad** en la búsqueda de un bien común?

La **Comunicación no verbal** nos sirve de **instrumento** para saber si las competencias de los líderes están puestas al servicio de la sociedad, para escuchar más allá de las palabras, para ver más allá de los formalismos y comprender al otro más allá de la seducción en su puesta en escena. La Comunicación no verbal nos muestra la verdad, integridad y autenticidad de la persona.

Buscamos la coherencia, la comunicación que eleva nuestros deseos individuales y sociales como ciudadanos en propósitos que pueden llevar a cabo los partidos políticos. El público cada vez es más exigente y pide que los líderes se comprometan. ¿Esta vez serán capaces?

La **primera mirada** desde la comunicación no verbal la posamos en la **imagen** de los políticos. Es el primer impacto que recibimos las personas sobre el mundo exterior. La segunda, en la **posición**; luego el **movimiento**, y por último en la **palabra y el compromiso en esta** que se evalúa con los gestos. ¿Hay coherencia y autenticidad en nuestros políticos?

Analizamos los carteles de la **campaña electoral**, la expresión de su cuerpo y la comunicación que han transmitido en el **debate del pasado 4 de noviembre**.

PSOE. PEDRO SÁNCHEZ. Lema: “AHORA SÍ”

Sánchez aparece en el cartel de la última campaña electoral mirando de frente, mostrando más su lado derecho, con camisa blanca, corbata oscura y sin americana sobre un fondo también claro.

Podría ser el cartel electoral que más ha perdido respecto a la campaña electoral pasada. Sánchez abandona el blanco y negro que le hacía más reflexivo y maduro y, en definitiva, más *cool*. También el juego de color junto a su indumentaria y el corte del cartel permitía que la persona que veía el cartel electoral imaginara si llevaba corbata y americana o no, haciéndolo parecer formal al votante que le hubiera gustado con americana y corbata, y más informal al votante que se lo figuraba sin ellas.

Parece que el **PSOE vuelve a algo más convencional**, mostrando la imagen de un Sánchez sin chaqueta pero su mirada deja de ser directa como en el anterior cartel. Por otra parte, parece más serio, el lado más visible es el derecho en el cual se observa mayor tensión y enojo que en el izquierdo a través de la comisura de su boca y la caída de su ojo. **Se echa de menos** que Sánchez saque la hermosa **sonrisa** que tiene cuando está relajado y con la que genera mayor cercanía y credibilidad.

¿Qué relación guarda todo esto con la **comunicación no verbal** que pudimos observar en el debate a 5 del pasado lunes? Del mismo modo que ocurre en los carteles, lo que ha mostrado en el debate ha sido **contención**

Categorías

[Archivo secreto](#)
[Coaching](#)
[Comunicación](#)
[Comunicación No Verbal](#)
[Creatividad](#)
[Educación](#)
[Empresas](#)
[Inteligencia Emocional](#)
[Laboratorio educativo](#)
[Relaciones](#)
[Salud y Bienestar](#)
[Sin categoría](#)
[Talento femenino](#)
[Transformación Personal](#)

Próximos Cursos

MAYO 2020

May 08 2020 - Jun 1 2020

EXPERTO EN COMUNICACIÓN NO VERBAL

Instituto Hune

SEPTIEMBRE 2020

Sep 15 2020 - May 2 2021

MÁSTER ONLINE EN INTELIGENCIA EMOCIONAL

OCTUBRE 2020

Oct 15 2020 - Jun 1 2021

MÁSTER EN INTELIGENCIA EMOCIONAL

emocional. Pedro Sánchez, muestra un movimiento más contenido que en debates anteriores. Eso le ayuda a acudir de forma continuada a los datos que revelan las acciones realizadas durante su mandato, tratando de evitar afectarse emocionalmente o mostrar falta de firmeza en su discurso.

Hemos echado de menos la flexibilidad en su rostro y una actitud abierta hacia el otro. En su caso, recoge **su cuerpo hacia el interior**, está como “a sus cosas”, apuntando, ordenado los papeles, para reducir el impacto emocional que le genera las intervenciones de sus compañeros y bajar el nivel de tensión con que lo vive. **Encuentra su mayor fuerza** cuando habla de aquello en lo que cree, la cohesión, la unidad, la proporcionalidad, el diálogo, el compromiso social, etc. y cuando piensa en lo que “debe ser”, aquello que conecta con su responsabilidad. Sin embargo, hay algo que le debilita totalmente y es el **miedo al conflicto** en el que no quiere entrar de ninguna de las maneras. Esto hace que pierda confianza y que su capacidad de respuesta práctica para resolver los conflictos sea anula. Aunque su competencia emocional tiene una preferencia hacia las personas, en este caso consideramos que ha renunciado a ella.

Sánchez **limita sus cualidades**, deja de ser auténtico, en aras de protegerse frente al contrario. ¿Qué significa “Ahora sí” en este sentido?

PP. PABLO CASADO. Lema: “POR TODO LO QUE NOS UNE”

El cartel del Partido Popular gana en algo respecto a la pasada campaña. Vemos un líder que se ha dejado barba, seguramente para parecer **maduro, competente, reflexivo** y diferente de otras alternativas de centro derecha. Sus colores cálidos, con una luz que pareciera natural, y con un fondo simulando estar en la calle, **muestra su preocupación** por atender los problemas que los ciudadanos pudieran tener.

Por otro lado, Pablo Casado enseña su perfil, suponemos que para reducir una posible imagen de ego, renunciando a la confrontación y a las del cartel de la campaña anterior. Tal vez **busca la cercanía** de un público que reclama a un líder más “hecho” y creíble. Pablo se muestra **aparentemente reflexivo** pero, ¿esta es la foto correcta para el cartel del PP? Los mensajes tan diferentes de unas campaña a otra pueden descolocar al votante en cierto modo y dudar de la credibilidad del candidato.

En cuanto al comportamiento observado en el debate del 4 de noviembre y su relación con los carteles de la campaña electoral, encontramos ciertas **incoherencias**. Si por un lado en los carteles persigue una imagen madura y reflexiva, **en el debate confronta, le cuesta reflexionar** y su actitud reactiva habla de su **falta de regulación emocional**. Los comentarios de sus compañeros de debate le generan un impacto emocional que se traduce en un movimiento corporal que le saca del escueto espacio de protección que es el atril, así como en una gestualidad principalmente de su mano derecha y rostro, que por momentos, **delata desprecio** por aquello que escucha y que o no comparte o no le gusta, como le ocurre también a Rivera. Sus análisis son meramente valorativos, sus datos memorísticos lo que hace es que no pueda entrar en un debate en profundidad de los temas tratados. Su mirada dirigida de forma intermitente a sus papeles y una **actitud de réplica constante**, son indicadores de “defensa” que le impiden salir de sí mismo, relajarse y expresarse emocionalmente desde un lugar diferente. Su comunicación no verbal, en definitiva, es **poco conectiva con el oyente**, y confrontante con sus opositores. Es cierto que en su minuto de oro hablaba de personas y que su discurso trata de darles importancia y llegar a ellas, sin embargo, encontramos una mirada y una expresión sin la autenticidad suficiente como para creer en sus palabras.

En este caso, ¿qué competencia emocional muestra el candidato? ¿Práctica, emocional, intelectual? Podríamos hablar más bien de la maduración de un líder que **mejora gradualmente en sus presentaciones**, pero que dudamos de su autenticidad.

CIUDADANOS. ALBERT RIVERA. Lema: “ESPAÑA EN MARCHA”

Albert Rivera apareció desnudo en su cartel de su primera campaña, y eso nos dice que el líder de la formación naranja ha demostrado su actitud para asumir riesgos con una clara **ambición de ganar**. Su reto es el de convencer que el voto a Ciudadanos sirve para algo, vista la enorme pérdida de votos y de liderazgo interno sufrida. ¿Tal vez es por eso que ha sustituido las banderas de España por personas respecto el anterior cartel? ¿A lo mejor ha entendido que no solo hace falta hablar de unidad de España para ganar votos?

El lema podría ser un guiño a su amigo liberal francés Macron y su partido “En marche” y, junto al plano americano y la figura de Albert Rivera, lo que pareciera que quiere transmitir es **dinamismo, energía y dotes de un verdadero líder**. El rostro parece más sereno que el del cartel pasado donde se mostraba mucho más

erio, y junto a una **mirada autodeterminada**, le dota de mayor confiabilidad en la consecución de los objetivos que promete.

¿Concuerda su campaña con la imagen que recibimos en el debate del 4 de noviembre? Desde luego que no podemos negar su **actitud vital y de disposición ante la "batalla"**, que se observa tanto en el cartel como en su comunicación. Sin embargo, otra vez le vimos **frenético, atropellado, sin pausas, sin silencios** y en el minuto de oro intentó poner conceptos que lo desnaturalizaron. En realidad, se observa autenticidad cuando habla de sí mismo, del partido que él preside y del que es el protagonista, y menos cuando hace alusión a la emociones del votante. Así pues, desde la defensa de su "territorio" a ultranza, desde la ambición de lograr ser presidente y desde su acción, consideramos que es un **candidato con preferencia práctica**, que propone "ponerse en marcha para resolver esto". Sus propuestas son concretas, pero por momentos contradictorias. **Su prioridad es acometer acciones** que desbloqueen, que resuelvan de forma inmediata las situaciones pendientes, pero le falta estrategia. Continúa accediendo a los datos de forma memorística sin entrar en una reflexión en profundidad, ni tampoco en la escucha que le permita generar respuestas más creativas. Su cuerpo se mueve en bloque, **acude a su cuerpo para tener confianza** y su mentón es elevado. Acude nuevamente a su **mapa de representación visual**, el ladrillo, el rollo de papel, necesita ver para entender y para hacerse entender. También, le sirve como formato para mostrar hechos en los que basa su argumentación y su confianza. Sin embargo, ¿estos recursos apoyan su discurso o le hacen perder fuerza?

Creemos que Albert Rivera es un líder con fuerza, alta capacidad para la oratoria pero que su **falta de estrategia y un propósito claro** le hacen perder el foco e ir a la deriva perdiendo la confianza de su audiencia.

UNIDAS PODEMOS. PABLO IGLESIAS. Lema: "UN GOBIERNO CONTIGO"

Al contrario que lo observado en el PP, nos encontramos con **el lema más emocional** de esta campaña: "Un gobierno contigo". Este lema, que junto al propio nombre del partido, genera sentido de pertenencia y de inclusión, lo mismo que quiere generar Albert Rivera con el nombre "Ciudadanos" y el lema "España en Marcha".

El cartel también recuerda mucho al de Albert Rivera, aunque la expresión facial de Pablo Iglesias es algo más penetrante. Pareciera que, efectivamente, **va a por ti para poder gobernar**, frente a una expresión algo más distante de Albert Rivera. Por otro lado, se observa que el fondo de Unidas Podemos es **inclusivo**, donde se ven varias personas, de **diferentes edades y culturas, mujeres y niños**, reflejo de la verdadera diferencia social. ¿Esto concuerda con la comunicación no verbal mostrada el lunes por Pablo Iglesias?

El candidato de Unidas Podemos sigue mostrando una imagen distinta al resto de candidatos, pero cada vez más próxima a estos a falta de chaqueta azul, algo compartido por los otros cuatro líderes políticos. Parece que **busca encajar y mantener su sello diferencial** a la vez.

Pablo Iglesias **quiere sintonizar con la ciudadanía**, en su inicio de discurso hace referencia a las mujeres de la limpieza y a la gratitud que siente. Sin embargo, ¿es **auténtico o manipulador**?

Observamos que la **competencia preferente de este candidato es el conocimiento y la oratoria**, es capaz de acudir de forma natural y fluida a sus ideas y a su conocimiento, donde asienta su seguridad. A su cualidad intelectual se le suma una competencia verbal que le permite no sólo acceder al razonamiento sino también a la argumentación de sus ideas en las que cree profundamente, y lo hace **conectando con los problemas cotidianos de la ciudadanía**, explicándolo de forma sencilla y para los que encuentra propuestas estratégicas.

Hemos podido observar cómo va construyendo su discurso más allá del trabajo preparado previamente, sus respuestas ágiles a lo que estaba pasando y la capacidad de confrontar desde la argumentación. Despista sus alusiones a ciertos colectivos, sus referencias a algunas situaciones que introdujo con calzador en sus intervenciones con miras a generar simpatía, pero en los que se pierde porque **pierde su autenticidad**. Es muy interesante observar la **mirada de Iglesias, totalmente hacia adentro**. Cuanto más acude a sus ideas, cuando construye su argumentación y cuando lo expresa, su mirada no está con nosotros sino en el conocimiento.

Pablo Iglesias es un líder de la palabra, pero creemos que está **alejado del sentimiento que expresa** con estas. Su autenticidad está en las ideas, en el conocimiento, en la reflexión social. Pierde su autenticidad cuando quiere mostrar que es cercano al otro, y que entiende las diferencias; algo que inevitablemente implica gobernar para todos.

VOX. SANTIAGO ABASCAL. Lema: "ESPAÑA SIEMPRE"

Vox sigue en su línea, con una foto que pareciera muy antigua. Su cara de perfil, nos inspira la de una moneda, la de **una esfinge**. A diferencia del perfil de Casado, es como si no quisiera conectar con el votante, **no mira hacia**

ti, no conecta. Eso podría deberse a su personalidad. Entendemos con esto que **sólo se siente cómodo delante de las masas** y de ahí que sea el fondo de su cartel.

Abascal mira hacia el horizonte, hacia el futuro, claramente mira hacia la derecha del cartel. En este caso, el mensaje que transmite con ello nos podría hablar de un **foco puesto en la ambición y en los logros.**

Si en la última campaña era "Por España.", ahora tenemos "España siempre" y es el reflejo de lo que promete: una ideología. Desde nuestro punto de vista, observamos que la clave está en ir **directo a un único mensaje,** sencillo de entender y con gran facilidad **para acceder al votante objetivo.**

Por su parte, en el debate a cinco, Santiago Abascal nos muestra una **preferencia práctica.** Orientado a la acción, sus propuestas son concretas y no tiene miedo ni al conflicto, ni a la confrontación. Piensa que forman parte de la vida y que hay que enfrentarse a ellas. Acude a su cuerpo para conectar con su fuerza y mostrarla. Lo que quiere es generar confianza en los votantes. Su discurso se sostiene en sus ideales de lo que entiende es la familia, la seguridad, la unión, etc. Hay que resolver y hay que hacerlo con valentía, pero lo que muestra su **comunicación no verbal,** y que rige su propuesta electoral, es **el miedo.** Conecta con el instinto de supervivencia y con la **necesidad de protección** contra el enemigo del que hay que defenderse. La fuerza es lo más importante, la debilidad inadmisibles. Pero lo que más llama la atención es la **falta de componentes psíquicos o emocionales** en su comunicación no verbal. La distancia física que establece con su cuerpo, los movimientos en bloque, la falta de conexión en la mirada, su estado de posición totalmente en el cuerpo, su mentón elevado, etc., muestra la total exclusión que hace del mundo emocional que considera como **algo secundario o innecesario.**

Creemos que el discurso de este candidato fue muy potente e inesperado por una postura sólida, una **capacidad enorme para mantenerse firme y argumentar** sus propuestas sin encontrar enfrentamiento por las otras partes. Sin embargo, la palabra mostrada sin la capacidad emocional de entender las diferencias y sintonizar con intereses opuestos, nos genera dudas sobre la coherencia entre una propuesta que emplea "España" de manera continua y solo habla para algunos.

Los cinco candidatos han lanzado sus propuestas de la nueva campaña electoral, casi 6 meses después de las últimas elecciones. ¿Cuáles son los cambios? Percibimos **pocos cambios y un gran trabajo pendiente en competencias por parte de cada candidato** para afrontar con éxito los resultados del próximo 10 de noviembre.

Escucha, flexibilidad, tolerancia, empatía, capacidad para establecer acuerdos, diálogo, compromiso, etc. son cualidades necesarias en la vida de cualquiera para funcionar. ¿Podemos pedir menos a quienes nos van a representar?

Equipo docente del [curso de Comunicación No Verbal](#)

Noelia Estévez

Sandra Huertas

Rebeca Rueda

Cristian Salomoni

¿Compartes?



2 respuestas a "¿Los líderes políticos tienen las competencias que demandan los ciudadanos?"

Cati Seguí Crespí dice:

7 noviembre, 2019 a las 13:12

Un artículo muy interesante el cual recomendaría a los susodichos candidatos e incluso la aplicación de algún que otro cambio en sus maneras de actuar, o incluso en coger ideas para el futuro que nos viene encima. En mi humilde opinión, a veces me da la sensación de que nuestros líderes políticos se olvidan de que trabajan para el pueblo, "por y para", en lugar de para sí mismos, que están obligados si no por ley, al menos por coherencia, moral, inteligencia, educación y urbanidad, a entenderse, a dialogar, a convivir y a gobernar un país, que España es de todos y todas, para todas y todos y que ellos deberían ser nuestros capitanes y dar ejemplo.

Responder

Laura Monio dice:

19 noviembre, 2019 a las 12:50

Hola Cati, muchas gracias por tu comentario. Efectivamente, a veces hace falta la conciencia de lo que representan para España y las cualidades que deben tener y saber utilizar para gobernar un país.

Responder

Deja un comentario

Tu dirección de correo electrónico no será publicada. Los campos obligatorios están marcados con *

Comentario

Nombre *

Correo electrónico *

Web

Recibir un email con los siguientes comentarios a esta entrada.

Recibir un email con cada nueva entrada.

Publicar comentario

Este sitio usa Akismet para reducir el spam. [Aprende cómo se procesan los datos de tus comentarios.](#)

Nuestra Formación

Curso Inteligencia Emocional
Coaching & Design Thinking
Máster Comunicación No verbal
Comunicación Sin Miedo
Otros Cursos
Formación a Empresas

Instituto Hune

Blog
Hune TV
Nosotros
Equipo
Qué dicen sobre nosotros
Joaquina Fernández Blog

Contacto

Instituto Hune
Escuela de Humanidades y Negocios
C/ Miguel Ángel 18 - 3º exterior
28010 , Madrid

91 532 08 80 - 696 363 700
info@institutohune.com

Recibe Nuestra Newsletter

Suscribirme Ahora

MI CUENTA

[Política de Privacidad](#) - [Condiciones de Compra](#)

