



UNIVERSIDAD DEL SALVADOR

Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social

LICENCIATURA EN RELACIONES PÚBLICAS

TRABAJO FINAL DE LICENCIATURA

Título: ¿Cuál es el rol de las emociones en la Comunicación Política?



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

Alumno: Matías Sorini

Tutor: Lic. Constanza Lazazzera

Director: Lic. Daniel Gutiérrez

# Índice General de Contenidos

## Introducción

Presentación del tema.....1

## Capítulo I

¿Qué son las emociones? .....3

¿Cuál es el rol e influencia de las emociones en la comunicación política? .....4

La retórica. ¿El origen del discurso político racional? .....5

¿Y el origen del discurso político emocional? .....7

## Capítulo II

¿Cuál es el poder de influencia que tienen las emociones sobre la sociedad?.....13

El efecto de la Post-verdad y el Fact-checking sobre las emociones.....16

Neuro Marketing y emociones. ¿Los políticos saben cómo gestionar sus emociones?.....22

## Capítulo III

¿Es posible gobernar a las emociones? .....30

¿Aprender a gestionar las emociones, es un arte? .....33

Emoción vs Razón. ¿Hay alguna relación entre el cerebro y las emociones?.....37

## Capítulo IV

¿Cuál es el vínculo entre las emociones y la ética? .....39

¿Coaching emocional? Algunos modelos que nos ayudan a comprender y gestionar mejor a las emociones.....40

Comunicación política: ¿Se pueden elegir qué emociones comunicar?.... 47

¿A quién se decide comunicar las emociones?.....50

## Capítulo IV

¿Qué descubrimiento y cambios conlleva el comienzo del estudio de las emociones en la comunicación política? .....54

¿Cuál es el rol y la implicancia que tienen las emociones sobre la comunicación social y la comunicación política específicamente?.....58

## Conclusiones

¿Qué importancia tiene una adecuada identificación de las emociones propias y ajenas?, ¿Y su posterior gestión? .....60

¿Por qué podemos comprender a las emociones, como otro recurso retórico o como una herramienta más, dentro de la comunicación política? .....66

En el presente Trabajo Final de Licenciatura, se pone en manifiesto a las emociones como un recurso retórico más en las estrategias de comunicación política contemporánea. Por lo tanto, el objetivo central es profundizar el conocimiento respecto del rol que desempeñan las emociones en la comunicación política.

En esta línea de pensamiento, uno de los interrogantes que se plantea el presente trabajo es ¿Cómo influyen y de qué manera se gestionan las emociones, como un recurso retórico más, en las estrategias de comunicación política contemporánea?

Partiendo de la base que, el ser humano no es un ser racional, sino un ser emocional que razona, resulta imprescindible en la actualidad, identificar qué papel juegan las emociones a la hora de comunicar.

En todo acto comunicacional humano, voluntario e involuntario, existe, en mayor o en menor medida, un componente emocional que lo afecta. Poder entender y analizar cuáles son estos componentes emocionales y de qué manera afectan a la comunicación es fundamental.

Más específicamente hablando de la comunicación política contemporánea, tanto nacional como internacional, donde las emociones no resultan ser ajenas a la misma, sino todo lo contrario.

Tanto la política en general, como las estrategias de comunicación que se utilizan en la misma, se encuentran empapadas por el aspecto emocional del ser humano.

El recorte espacio temporal que se realiza, es una selección de un determinado conjunto de discursos políticos, imágenes y piezas audiovisuales históricas y contemporáneas, nacionales e internacionales.

El cierre de la fórmula peronista el 28 de Octubre de 1983 y la posterior asunción presidencial del Dr. Raúl Ricardo Alfonsín, el 10 de Diciembre del mismo.

En lo que respecta al plano internacional, se pone el foco y bajo análisis la victoria de Barack Obama frente a Hillary Clinton en la campaña presidencial de los EE:UU en el año 2008 y el caso de la victoria de Donald Trump en las elecciones presidenciales estadounidenses del año 2017, también ante Hillary Clinton.

Finalmente, se realizan menciones y se toman referencias, a los roles protagónicos que desempeñaron Winston Churchill y Adolf Hitler durante la Segunda Guerra Mundial, entre los años 1939 a 1945.

La relevancia de tomar los casos mencionados radica en que se puede observar de forma clara, por un lado, la construcción de una identidad política emocional y personalista.

Y por otro, estrategias de comunicación política, que se diferencian en muchos aspectos entre sí, pero que tienen algo en común, todas son atravesadas de manera significativa por componentes emocionales y, que a su vez, apelan a las emociones del público receptor.

Se pone en manifiesto a través del análisis de los distintos casos, que a lo largo de la historia y con mayor frecuencia y notoriedad en los últimos años, las estrategias de comunicación política tienen entre sus principales propósitos, ejercer influencia sobre la imagen que posee la ciudadanía acerca de las personalidades o instituciones propias de la esfera política.

Es decir, candidatos, campañas, partidos políticos, gobernantes, entre otros, para que los ciudadanos formen la imagen deseada por los políticos.

El mayor recurso y la herramienta utilizada por excelencia para ello, es la utilización de todo lo relacionado a lo emocional, por sobre lo racional y, la apelación, a través de discursos y diversas estrategias de comunicación política, a las emociones de sus receptores, en otras palabras, la ciudadanía.

La importancia de la temática de este trabajo recae en que no se puede estudiar a la comunicación por separado de los fenómenos emocionales del ser humano.

El hombre, no solo es un ser racional, sino que también es un ser emocional y comunicacional por excelencia, ya que, tanto las emociones como la necesidad de comunicarse, forman parte de su naturaleza.

Es por ello que el ser humano atraviesa distintos procesos emocionales consciente e inconscientemente y, voluntaria e involuntariamente los comunica, de forma verbal y/o no verbal.

Siempre y de manera constante se comunica. Incluso cuando se decide no comunicar, se está comunicando algo. Y, en todo acto comunicacional, haya intención de comunicar o no, existe, en mayor o menor medida, un componente emocional.

Particularmente hablando de la comunicación política, no es una excepción. Por ende, resulta esencial comprender de qué manera influyen y se emplean las emociones en las estrategias de comunicación política en la actualidad.

A partir de estas reflexiones y cuanto mayor sea la información que permita ampliar el conocimiento respecto de la comunicación del ser humano y la influencia de las emociones en la misma, mayor será la posibilidad de comprender aún más el comportamiento comunicacional, político y emocional del hombre.

Este trabajo es de tipo reflexivo, ya que, se busca profundizar y ampliar el conocimiento existente acerca del tema en foco de análisis.

Se pone en manifiesto también, cómo el componente emocional está y estuvo presente en la comunicación política a lo largo de los años, donde se estudia y analiza respecto a distintos acontecimientos políticos históricos para comprender y reflexionar mejor otros hechos políticos relevantes más recientes, pero que todos poseen un mismo hilo conductor que los vincula, las emociones.

En lo que concierne a la metodología de investigación y al relevamiento de información del presente TFL, por un lado, como fuente primaria se realiza una entrevista a un especialista del campo de la comunicación social y política, el Lic. en Ciencias Políticas y Profesor Titular de la Universidad Católica La Plata Oscar Miguel Sorini, estudioso del análisis político - comunicacional y en la implicancia de las emociones.

Por otro lado, como fuentes secundarias se utilizan diversas piezas audiovisuales, tales como imágenes y recortes fragmentados de discursos históricos de distintos líderes políticos nacionales e internacionales.

Además de investigaciones previas y el análisis de diversos profesionales especialistas en la temática, es decir, libros, informes, ensayos, artículos periodísticos y académicos.

Por ejemplo, se acude y reflexiona sobre diversos libros, tales como, el de la escritora Nussbaum, M. (2014). *Emociones políticas: ¿Por qué el amor es importante para la justicia?*. Madrid. Ediciones Paidós, Heredia, C. (1991). *Marketing Político*. Buenos Aires. Jorge Jacobbe Editor, utilizados para el desarrollo del campo de la comunicación política.

Otros libros, como el de Goleman, D. (1996). *Inteligencia Emocional*. (Ed. Castellano) Barcelona: Editorial Kairós, Rosetti, D. (2017). *Emociones y sentimientos: no somos seres racionales somos seres emocionales que razonan*. Buenos Aires. Grupo Planeta y el del libro de Manes, F. Niro, M. (2016) *El cerebro argentino: una forma de pensar, dialogar y hacer un país mejor* Ciudad de Buenos Aires: Grupo Planeta.

Además claro, como se menciona anteriormente, el estudio realizado sobre los distintos casos políticos contemporáneos e históricos, nacionales e internacionales.

Para el desarrollo de la temática en cuestión, se pone en manifiesto la retórica, como origen, cimiento y recurso principal de la comunicación política estratégica. Para ello, es necesario ir a los orígenes de la misma.

La retórica, cuyo origen etimológico proviene del griego *rētorikḗ*, es una disciplina que se encarga del estudio de las distintas técnicas de utilización del lenguaje, con un objetivo estético y persuasivo.

En la Grecia Clásica, periodo de tiempo en el cual nace esta disciplina, los atenienses empleaban dicha técnica por medio de sus discursos.

Aquel orador que mejor empleaba estos artilugios lingüísticos, mayor poder de convencimiento tenía. Demóstenes, Lisias, Isócrates, Heródoto, Tucídides, entre otros, son tenidos en cuenta como los oradores más relevantes de esta época.

Sin embargo, Anaxímenes de Lámpsaco, Cicerón y Aristóteles, son considerados grandes referentes de la disciplina.