

## ÍNDICE

Prólogo de Jaime Durán Barba .....	9
Prólogo de Rosendo Fraga .....	13
A modo de introducción .....	15

### **Capítulo I. La emoción: el campo de batalla electoral**

El redescubrimiento de la emoción .....	19
La filosofía de las emociones.....	21
Para qué sirven las emociones .....	25
Ignorar hechos es parte del trabajo.....	28
La conceptualización de las emociones.....	30
La base biológica de la emoción .....	33
La culpa es de las amígdalas .....	38
Las trampas del deseo.....	41
Los gigantes del alma .....	46
La política del deseo .....	50
Eres lo que fuiste .....	61
Las experiencias previas y la proyección .....	64
Incapacidad de cambiar de opinión .....	69
La emoción es contagiosa.....	71

### **Capítulo II. Dos millones de años después**

La percepción y la interpretación en nuestro cerebro político .....	77
La verdad es la percepción del otro .....	78
La interpretación directa .....	81
La importancia de influencia .....	84
Los influyentes en política.....	89
La mentira personal.....	92
Participación e influencia social .....	96
De regreso a la tribu .....	98
El liderazgo moderno y la historia evolutiva.....	101

**Capítulo III. Las nuevas realidades**

La cybermilitancia. Hay vida en Internet.....	115
La política 2.0 .....	117
Ciudadanía 2.0 .....	123
¿De qué quieres que se hable en la campaña electoral? .....	128
El arte de contar historias .....	132
El Muro sigue en las cabezas.....	140
Las democracias del 70 por ciento.....	143

**Capítulo IV. Los temas, los mensajes y los marcos conceptuales**

Una aproximación a “nuestros” marcos .....	158
Los mitos y la identidad.....	171
La construcción retórica de la realidad .....	173
La selección temática.....	175
Los temas, los fines.....	179
Caracterización temática .....	184
La disciplina en el mensaje.....	187
Cómo elegimos cuando elegimos .....	193

**Capítulo V. Los problemas concretos**

Palabra y emoción.....	201
El Gran Jurado.....	202
Trascender los cargos.....	207
La visibilidad en la política .....	210
Las reglas de juego .....	217
La imagen de marca en la política .....	218
¿Quién es usted? .....	221
El contacto personal.....	224
La etiqueta .....	228
La campaña profesional.....	233
La profesión más antigua del mundo.....	235
El equipo ideal .....	235