



¿por qué no nos emociona Pedro Sánchez?

*el storytelling y la imagen
no son suficientes para
vencer las elecciones*



¿por qué no nos emociona Pedro Sánchez?

Un relato perfectamente estructurado por sus asesores. Un mensaje, basado en el cambio y la regeneración, repetido hasta la saciedad y que parecía reilusionar a un Partido Socialista en horas bajas. Todo ello, acompañado por una imagen atractiva, que según los estudios, se corresponde con la morfología ¹ de un hombre que transmite, entre otros atributos, energía, seguridad, optimismo...

Pero parece que las técnicas de marketing político que le sirvieron para salir vencedor de las primarias del pasado mes de julio, no serán suficientes para conectar emocionalmente con la ciudadanía; Pedro Sánchez tiene camino por recorrer si quiere llegar a ser un líder que conmueva y genere esa imprescindible conexión emocional que va más allá del mensaje elaborado por sus consultores.

Así lo demuestran los datos extraídos de la investigación realizada durante el pasado mes de septiembre por parte de CORE STRATEGY, consultoría de comunicación experta en la medición y evaluación de la reacción emocional que generan tanto marcas políticas como comerciales.

¹ El análisis de la morfología de Pedro Sánchez se correspondería con una tipología denominada como "mesomorfo": cuerpo robusto, musculoso y atlético que se asocia a atributos como "jovial, confiado, enérgico, impetuoso, eficiente, entusiasta, competitivo, decidido, comunicativo, conversador, activo, dominante, valiente, emprendedor, audaz, dogmático, optimista y fogoso". (Knapp, M. 1982, "La comunicación no verbal", Paidós, Barcelona).



la investigación de core strategy

El estudio, que fue desarrollado en colaboración con la consultora en comunicación política Itziar García, se llevó a cabo en la Universidad de Deusto a través de la visualización de seis vídeos con una muestra de 31 personas de diferentes tendencias políticas y una media de edad de 24 años. La conclusión: Pedro Sánchez no es un líder que emocione; y, en caso de hacerlo, su tendencia es más negativa que positiva.

En general, para el conjunto analizado, la reacción emocional ante la presencia de Sánchez se sitúa en un rango de neutralidad, salvo en algunos casos que se detallan abajo y que se pueden asociar con algunos aspectos comunicativos que generan aversión. No se ha querido dejar pasar por alto la respuesta consciente que ha dado cada uno de los participantes en la investigación; entre las emociones subjetivas verbalizadas por los mismos, destacan dos: el “interés” por un lado, y la “confusión” por otra.

Si analizamos los resultados por sexos, en contra de lo que se pueda intuir (incluso se ha publicado en medios de comunicación), la respuesta emocional de las mujeres es ligeramente peor que la de los hombres, hecho que puede obedecer a una mayor sensación de “confusión” que manifiestan estas tras visualizar los vídeos del mismo. Aunque en ambos sexos Sánchez produce un grado de interés, éste no se traduce en una experiencia positiva porque viene acompañado por emociones negativas como es el caso de la confusión.

En cualquier caso, no cabe duda de que esa primera reacción, la de interés, se explica, entre otras cosas, por una correcta “postura” que Pedro Sánchez adopta mediante su cuerpo tanto cuando está sentado como cuando se encuentra de pie, como se demuestra en la siguiente imagen; erguido, inclinado ligeramente hacia delante, demostrando atención en interés.

Tal y como se esperaba, la tendencia ideológica no arroja demasiadas novedades, aunque cabe destacar que mientras que la respuesta consciente de los votantes de izquierdas “castigan” al nuevo Secretario General, su reacción emocional tiende más a la neutralidad. El de centro, sin embargo, parece que da un voto de confianza a nivel de respuesta consciente, mientras que sus reacciones fisiológicas muestran resultados más negativos.

Por último, y probablemente el dato que nos lleva a explicar esa neutralidad y cierta indiferencia que genera Pedro Sánchez entre la ciudadanía, es el resultado que se desprende de la comparativa entre el análisis de los vídeos sin sonido y aquellos con sonido. Cabe destacar que los primeros apenas generan impacto emocional (la variación es prácticamente nula) mientras que los verbales provocan ciertos cambios emocionales, como se ha dicho con una tendencia negativa, lo que nos lleva a concluir que la emoción global generada por Pedro Sánchez es neutra con una ligera desviación negativa cuando entra la variable sonora.



¿cuáles pueden ser las principales causas de la falta de conexión emocional?

El pormenorizado análisis de la comunicación verbal y no verbal de los seis vídeos visualizados permite observar cierta incongruencia entre la comunicación verbal y no verbal de Sánchez, hecho, que a su vez, se correlaciona con esa respuesta aportada por los voluntarios de la prueba de que el político genera cierta “confusión”. Desde luego que no podemos olvidarnos del contenido del mensaje, ya que como veremos a continuación, existe un momento clave, con una reacción emocional negativa, que se desprende del contenido del mensaje.

Los siguientes puntos nos permitirán ver las fortalezas y debilidades que hemos observado en el candidato, y las razones que se esconden detrás de esas primeras conclusiones.

El primero de los vídeos con voz que se analizó fue en Crivillente (Comunidad Valenciana), donde el líder socialista solicitó el voto para las elecciones europeas; sin embargo, lo hizo en primer lugar, reconociendo su desconocimiento del valenciano; un hecho asociado con una reacción emocional negativa y que tiene sus raíces en la manera en que el subconsciente percibe la susceptibilidad y la ignorancia; esta aceptación, que aparentemente podría ser juzgada como positiva por mostrar cierta humildad (puede proyectar una imagen más humana del político), provoca justamente el efecto contrario a lo que busca al producir desconfianza en la gente.

A esto se le añade el momento en el que su comunicación no verbal, en este caso, a través de las cejas y entrecerrando los ojos, genera emociones negativas: demuestra desprecio y desdén. Además, subir las cejas, en este caso (analizando el discurso verbal), transmite arrogancia y angustia

En el caso del programa de la Sexta Noche, Pedro Sánchez basó su discurso en su deseo de “cambio” y “regeneración” (conceptos, ambos, con gran fuerza comunicativa y positivismo (Luntz, F. 2009), que no siempre se ven acompañados por una comunicación no verbal acorde; así como con un cruce de manos que según los estudios muestran una actitud ansiosa y/o negativa (Hernández, M. y Rodríguez, I. 2009).



contacto

weare@corestrategy.es

www.corestrategy.es