Pedro, Pablo y Mariano

Mario Saavedra

¿Qué imagen proyectan los máximos representantes políticos españoles?

Ha sido toda una revolución. La nueva forma de hacer política en España está dejando instantáneas inimaginables hace unos años. Piensen, por ejemplo, en el secretario general del Partido Socialista Obrero Español, Pedro Sánchez. Se le ha visto en televisión descalzo caminando por su casa, recogiendo los cacharros de la cena, subiendo a lo alto de una torre eólica y, lívido, arrojándose al vacío haciendo *rafting*. Incluso enfundado en unas mallas ceñidas corriendo en Madrid en el parque de El Retiro y escalando una montaña. Todo en horario de máxima audiencia, para darle a conocer como candidato y proyectar una imagen de alguien cercano a la vez que valiente.

La revolución en el mundo del *marketing* político no se está produciendo sólo en el PSOE. En España hasta hace un año era impensable que un joven con pendientes, admirador de regímenes bolivarianos y agresivo tertuliano pudiera llegar a aparecer en las encuestas como líder más valorado y con mayor intención de voto, como es el caso del secretario general de Podemos, Pablo Iglesias.

En **esglobal** hemos querido preguntar a cinco prestigiosos expertos en imagen y comunicación sobre la persona pública que proyectan los tres máximos representantes del debate político nacional en este año de maratón electoral en España (con elecciones en Andalucía en marzo, locales y municipales en mayo; en Cataluña, en septiembre y comicios generales eventualmente en noviembre). Con estos analistas hemos descubierto cómo encaja Pedro, Pablo y Mariano en las *teorías del yo* de Eric Berne; qué tipo de relato literario encarnaría cada uno (Historia, epopeya o novela); qué trucos de imagen utilizan o, incluso, qué revelan sus expresiones faciales.

Sabemos que Mariano Rajoy Brey es un gallego de 59 años, casado y con dos hijos, que vive en La Moncloa, licenciado en Derecho y que fue el registrador de la propiedad más joven de España con 24 años antes de hacer carrera en el partido conservador español. Que Pedro Sánchez Pérez-Castejón es un madrileño de 42 años, casado y con dos hijas, que vive en Pozuelo de Alarcón y que es doctor en Economía y master en Liderazgo Público y Política Económica. Y que Pablo Iglesias Turrión es un madrileño de 36 años, soltero pero con pareja, sin hijos, que vive en el barrio madrileño de Vallecas y es doctor en Políticas y Master en Comunicación Política. Hasta aquí, lo que son. ¿Pero qué imagen política proyectan?

Según Vicente Rodrigo,

Especialista en Asuntos Públicos y Comunicación Política.

Para Rodrigo, “**Mariano Rajoy** ha sabido construirse, y creerse, esa visión propia de ‘hombre de estado’ que reprochaba, por ausente, a su antecesor en el cargo, José Luis Rodríguez Zapatero”. Según este experto en comunicación política, “transmite serenidad y sosiego, fruto de su afán por demostrar que en su Gobierno no se improvisan las cosas; templanza y firmeza para mostrarse ajeno a la influencia que puedan ejercer sobre él todo tipo de presiones. Se revela alejado y vigilante, pero a veces inseguro, lo que en el pasado se ha traducido en evitar las preguntas de los periodistas y en comparecer a través de una televisión de plasma. Se muestra cómodo con el perfil bajo y confía en su equipo de cercanos para asegurarse que sus mensajes llegan adonde deben”.

Para este experto, y basándose en lo que comentan los que conocen bien al presidente del Gobierno, la imagen que proyecta Rajoy tiene mucho que ver con su personalidad real. “Esto no es tan así en Pedro Sánchez y Pablo Iglesias, en quienes se percibe de forma más notoria la estrategia y estudio de la imagen política”.

“**Pedro Sánchez** explora el nicho de la imagen cercana y desenfadada. Lo vemos tanto en su atuendo -los vaqueros, la camisa sin corbata y la mochila al hombro son ya su indumentaria

habitual- al igual que en la elección de los espacios públicos donde se deja ver. Su presencia pública denota la impronta del presidente estadounidense Barack Obama, desde su lenguaje corporal hasta la estudiada presencia de su mujer en momentos muy concretos. Por último, la clave de su comunicación política pasa incluso por la seducción: no abandona la sonrisa ni parpadea ante la mirada atenta de su interlocutor, y se siente cómodo en las distancias más cortas.

Pablo Iglesias ha utilizado de manera valiente los medios de comunicación *on* y *offline* para labrarse un perfil político propio. Utiliza, en gran medida, la retórica belicista, casi revanchista, tan conocida en Latinoamérica. Su presencia habitual en tertulias le confiere un semblante combativo, utiliza mensajes y proclamas sencillos, casi pegadizos y a modo de eslogan".

Según Inma Aguilar,

Asesora de Comunicación y Consultora Política.

Para Aguilar, asesora en el Senado, una de las mejores metáforas para explicar la imagen proyectada por Mariano, Pedro y Pablo, respectivamente, es compararlos con los distintos géneros literarios.

"Si la política fuera un relato, tomaría forma de la Historia en Mariano Rajoy, por su transcurrir lento y por su anclaje pasado. Pedro Sánchez sería una novela, que busca en la estilística y la retórica recursos para reescribir la Historia; y la epopeya se encarna en Pablo Iglesias, el héroe".

Jorge Santiago Barnes,

Director del Master de Asesoramiento de Imagen y Consultoría Política de la Universidad Camilo José Cela.

Barnes aprovecha la "Teoría de los estados del yo" del psiquiatra Eric Berne para ayudar a comprender la figura psicológica que proyecta cada uno de los candidatos. Según Berne, los patrones de personalidad pueden clasificarse en tres tipos: Niño, Adulto y Padre. En ese sentido, Pablo Iglesias sería el Niño, que se mueve "por la ilusión, los sentimientos y las emociones; es el cambio, como un niño, y tiene ese tono mesiánico", explica Barnes, para quien Pedro Sánchez sería el Adulto: "el que pondera lo bueno, lo malo y lo posible, el que analiza". Mariano Rajoy sería el Padre: "el que te ampara, te da consejo y recomendaciones, y aplica la ley y el rigor".

Más allá de la psicología asociada a cada uno de los responsables públicos, Barnes se centra

en el estilo de vestir y en la imagen: "**Pablo** tiene muy bien delimitado cuál es su estilo, que es el estilo del cambio, de la juventud. Y no sólo por el mensaje, sino por lo que él representa como persona: un profesor joven, bastante intelectual, con un atuendo nada común, la coleta, el *piercing* y un estilo de vestir desaliñado pero estudiado, con vaqueros y camisa blanca, que simboliza la trasparencia, lo limpio. Un poco a lo Barack Obama o Matteo Renzi.

Mariano, con su imagen, da un mensaje de Estado, de la clase política tradicional, nada desenfadado, nunca informal. Su forma de vestir es siempre conservadora.

Pedro es jovial y nuevo, sobre todo comparado con Alfredo Pérez Rubalcaba; refleja una imagen de luz frente a la oscuridad: su camisa blanca frente a la eterna chaqueta azul marino del ex ministro de Interior, la cara afeitada frente a la barba. Es una persona joven con dos niñas, ex jugador de baloncesto…"

¿Qué hay que cambiar de las campañas de imagen de los candidatos?

"Que no arriesguen y se centren en el éxito económico. A Mariano le diría que cuidado con la campaña que trata de bajarle del pedestal (los anuncios en los que visita a los ciudadanos para darles las gracias o las charlas alrededor de un café de los vídeos promocionales del PP): hay que seguir manteniendo la distancia, no romper con su imagen de presidente del Gobierno. A Pablo Iglesias le diría que rebajara un poco el tono, que modere el mensaje y que deje de calificar de casta al perfil profesional al que él ya pertenece como eurodiputado. Y a Pedro, que tiene que dar un golpe en la mesa, definir sus propuestas y su imagen, y no quedarse en el medio bailando al son de Pablo y Mariano".

Fernando Herrero-Nieto,

Presidente de Vonselma Group de Asesoramiento político y empresarial.

Herrero-Nieto arranca por el perfil de **Pedro**, que fue su compañero de facultad y con quien tomaba café. "Se lo dije personalmente: te hace un flaco favor aparecer en *Sálvame* o escalar un rocódromo. Está bien darse a conocer y hacerse popular y dar una imagen afable, pero hay que tener cuidado. Está todo mal orquestado, mal *guionizado,* y esto se lo he dicho a la cara en la sede del PSOE en Ferraz. Lo que tiene que hacer es cambiar de registro y decantarse más por el centro, que es donde está el 23% de los votantes, según el CIS. La batalla por la izquierda está perdida. En general, tiene muchas posibilidades, pero no sabe vender bien sus ideas políticas, y le falta método y perspectiva. Su *look* está bastante trabajado, un *mix* entre Pablo y Mariano. Vende a un hombre de 42 años, más evolucionado que Pablo", explica.

¿Cuánto importa que se le considere "guapo"? "No tanto como, por ejemplo, en Latinoamérica,

pero ayuda porque proyecta una imagen en positivo, la de un hombre agraciado de más de un metro noventa. Suma, pero no es determinante para conseguir los votos".

"Pablo está más próximo a su electorado fiel, que es el de la izquierda más radical, cuyo voto tiene garantizado. Su estilo de vestir, aunque no lo parezca, está perfectamente milimetrado para vender al hombre progresista.

Y **Mariano** es un gran tímido, mucho más serio. Ha conseguido mantiene su perfil sin cambiar ni un ápice su imagen de profesional de la política. No tiene que hacer una opereta de su vida profesional porque ya lo es".

¿A qué personaje histórico asociaría a cada uno de los candidatos? "**Pablo** sería como Juan Domingo Perón, un populista que congregaba a millones de personas; **Pedro** sería como el ex candidato socialista Josep Borrell, sólido pero con poca identidad propia; y **Mariano** sería una especie de Franklin D. Roosevelt".

Àngels Llimargas Comas,

Consultora de Imagen y de Marketing Personal.

Llimargas nos sugiere hacer un estudio psicomorfológico y de imagen para tratar de indagar en la personalidad de los candidatos.

En cuanto a la imagen:

La de **Pedro**: "Es un hombre atractivo y él es consciente. Sabe jugar con sus gestos y seducir. Su vestuario es correcto y elegante, poco estricto, bien coordinado y combinado en armonías de colores y estilos. Es alto y esto le favorece para que la ropa le siente bien. Acusa un poco de inclinación de hombros, algo que habría que enseñarle a rectificar. En el lenguaje no verbal destaca su forma de caminar, que es decidida y con fuerza y da seguridad, no es agresivo y sí dinámico. El cabello es correcto, sus gestos faciales comunican mucha actividad y es próximo a la gente. El problema radica en que está copiando a su contrincante Pablo Iglesias, y son dos estilos completamente distintos. No debería dejarse llevar por la imagen que no le corresponde".

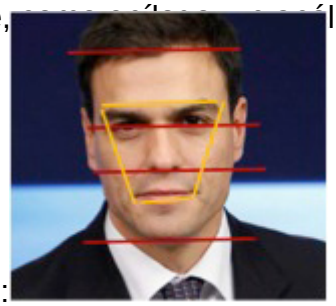
Pablo: "Su estilismo es de rebelde y poco habitual en el mundo de la política. Él se ha hecho su propia imagen y le funciona. Es una manera de romper con los moldes clásicos y destacar. Quiere dar una imagen de reminiscencias contestatarias. Viste sin gracia, con poca calidad en el tejido y mal conjuntado. Esto hace que, sobre todo en la situación actual de austeridad, sea más próximo a las clases sociales que sufren la crisis. Su coleta podría estar mejor arreglada, algo que no estaría reñido al pretendido desaliño. Su cabello carece de estilo y forma, la barba

descuidada y sus dientes necesitan de más cuidado. Lo que él quiere comunicar con su imagen no está reñido con la calidad, no hace falta gastar dinero en ropa pero sí saber escogerla […] Habrá momentos en los que, por protocolo y respeto a las instituciones, tendrá que ir mas estructurado en el vestuario. Sería aconsejable un estilo moderno y accesible. Su lenguaje no verbal es desestructurado; sus movimientos, agresivos y nada elegantes".

Mariano, en cuanto a su imagen: "Es muy clásica y estructurada, siempre viste igual, nunca arriesga, sus colores son sobrios y autoritarios. No obstante, ha mejorado con respecto a cuando empezó, ha habido un cambio importante. Su pelo teñido no le favorece para nada, cabello oscuro y barba blanca desentonan totalmente. La barba es clásica, excesivamente llena de pelo y en muchas ocasiones le baja hasta el cuello, le da un *look* desaliñado y le hace más mayor. De joven tuvo un accidente de tráfico y le quedó una cicatriz en la cara que disimula con la barba. El corte de pelo es muy clásico, le convendría cambiar un poco la forma. Sus gafas son anticuadas. El conjunto es como su personalidad: sosa, sin arriesgar y sin evolucionar. Se ha quedado parado en el tiempo. ¿Su lenguaje no verbal corporal? En movimiento de traslación es demasiado rígido, altivo y duro en sus pasos, camina como un militar. Sus brazos y sus pasos son demasiado grandes y esto a nivel de percepción del espacio es que te viene alguien encima y sales corriendo. No es un hombre elegante ni carismático, acorde con el partido al que representa. Sus gestos con las manos son muy robóticos y nada naturales. Su mano derecha es con la que siempre marca la pauta".

Añade, [illegible]lisis psicomorfológico de las líneas del rostro:

Pedro:



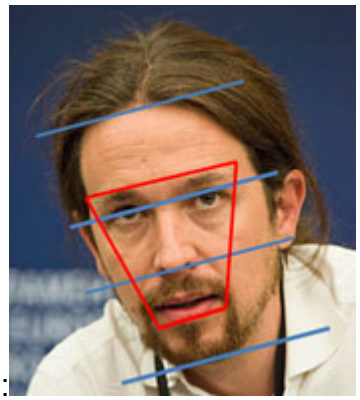
Medida del esqueleto: grande= expansion.

Conjunto muscular: con Tono Alto: es más emisor que receptor. El tono le da actividad, activa las energías y sus potencialidades, quiere conseguirlo todo, es un poco egocéntrico e individualista. El Tono Activo: su función específica está en la expresividad de sus ojos. Hay comunicación fluida y moviliza el lenguaje verbal y no verbal, intensidad en las relaciones sociales, el tono da seguridad y confianza. Es un fan de la comunicación, permite recibir ideas y las transmite.

Zonas del conjunto óseo:

- Zona superior: expansiva = actividad mental.
- Zona media: es la zona de la producción sentimental y social. Está en repliegue. En relación con la gente es selectivo y desconfiado, sensible y reservado socialmente.
- Zona inferior: expansiva = personalidad recia que impone su estilo y sus maneras son contundentes.

Triángulo de los sentidos: grandes, calidad superficial, generosa y abundante, fácil adaptación. Comunicación sin control, sentimientos afectivos, quiere que la gente lo reciba bien.

Pablo: 

Medida del esqueleto: mediano.

Conjunto muscular: modelado, abundan las superficies planas y angulosas en los extremos. Indica que son personas con una adaptación deficiente o insatisfactoria. Vive en desacuerdo con las condiciones actuales o resultados obtenidos. No le complace su estatus (social o profesional) y adopta una actitud combativa, destructiva – constructiva respecto a que se propone cambiar el panorama y someterlo a sus criterios y pulsiones. Despliega una agresividad evidente que puede ser útil en acciones comerciales.

Su Tono es medio – alto, lo cual le da rebeldía ante lo establecido o existente. Desde luego se guía por una mentalidad egocéntrica, que en la mayoría de los casos justifica su combatividad agresiva y con frecuencia acaparadora. Sus contactos se caracterizan por ser enérgicos, bruscos, más bien impetuosos, y con frecuencia unidos a aires de reto y autosuficiencia.

Zonas del conjunto óseo:

- Zona superior: expansiva = muchas energías y actividad mental.
- Zona media: pequeña y átona = súper activo, emotivo y exigente.
- Zona inferior: expansiva = personalidad recia que impone su estilo. Sus maneras son contundentes.

Triángulo de los sentidos: tamaño medio = no escucha, es más emisor que receptor. Riguroso, selectivo, desconfiado, moviliza a la gente, impositivo, muy seguro, dominante y unidirecci

Mariano:

Medida del esqueleto: repliegue.

Conjunto muscular: átono. La atonía hace a la persona inhibida, que inmoviliza los contenidos, interioriza las emociones. Son individuos más prudentes y conservadores, se bloquean, se inmovilizan, tienen miedo a asumir riesgos, son inseguros. En ellos la voluntad del individualismo queda anulada. Sufren angustias, dudas, no exteriorizan sus sentimientos. Aparentemente incluso resultan fríos, tranquilos o pacientes, aunque en el fondo esconden emociones.

Zonas del conjunto óseo:

- Zona superior: expansiva = actividad mental.
- Zona media: pequeña = emotivo y exigente.
- Zona inferior: medina-pequeña = no es práctico.

Triángulo de los sentidos: En repliegue y pequeño y átono = las capacidades de relación y comunicación se reducen. Los ojos hundidos revelan reserva y cautela en la comunicación y expresión de criterios. La comunicación de sus ideas y opiniones las manifestará con las personas o situaciones que le aporten algún beneficio o ventaja.

Fotos de portada de Flickr y Wikipedia.

Fecha de creación
11 febrero, 2015