

Cuestión de imagen

POR
Koldo Mediavilla



Tal vez no nos demos cuenta pero, por mucho que valoremos la profundidad, la idoneidad o la equivocación de unas ideas expresadas verbalmente, nuestro subconsciente atiende más al envoltorio, al continente que al fondo o contenido de lo que contempla. Según todos los expertos en comunicación, en un discurso, el 55% de la audiencia retiene las sensaciones transmitidas por la información no verbal

O CURRIÓ el pasado miércoles en la casa de Juntas de Gernika. La representación parlamentaria vizcaína celebraba una sesión plenaria como cierre al pleno de política general anual y en ella los diversos grupos políticos representados en la Cámara defendían propuestas de resolución vinculadas a la actual coyuntura. En el uso de la palabra el portavoz *popular* desgranaba las medidas que a juicio de su grupo mejor hacían frente a la actual crisis derivada de la invasión de Ucrania. Era un discurso —como era habitual— sin medias tintas ni matices. Muy en la línea de las exageraciones de Casado o Iturza. Fue entonces cuando, al fondo de la Cámara, junto a la puerta que de acceso al árbol, se situó una joven que, en principio, no llegué a identificar. No era juntera, ni personal de la institución. Luego caí en la cuenta de que se trataba de una asesora del grupo interviniente. Su aparición en el marco parlamentario, cuidadosamente discreta —la mayoría de los allí asistentes no percibió la escena— no tenía como objetivo captar una imagen del

discurso de su representante, algo que suele ser habitual en la labor de comunicación del personal adscrito a los grupos políticos. Su intención era mucho más sutil y efectiva. Por medio de la gesticulación la asistente conseguía atraer la atención de su portavoz, centrado en el discurso, para que este, con la mayor naturalidad posible, pudiera corregir un mal gesto de su indumentaria que distraía la atención de quienes observaban y seguían la sesión a través de la transmisión en directo por la página web de la institución.

El portavoz en cuestión, ocupado en plantear de forma diáfana sus ideas, descuidó un simple detalle de su porte impecable de traje y corbata: los cuellos de la camisa. Los cuellos camiseros, sin un soporte rígido que los mantuviera almidonados, dirigían sus puntas hacia arriba en un gesto evidente de desaliño que contrastaba notablemente con la imagen “de gente de orden” que el partido conservador pretendía ofrecer.

Alertado por su eficaz asesora, el portavoz popular estiraba las puntas del cuello de su camisa y recobraba por un instante la posición de su indumentaria. Pero aquella sensación de rigidez sería pasajera. En el cuello camisero faltaban las ballenas, las varillas que en las vestimentas destinadas a portar corbata se colocan en el interior del cuello para evitar que este se doble o deforme. Así que, sin pretenderlo, la imagen que transmitía el representante de la derecha española, lejos de la etiqueta repolluda a la que nos tienen acostumbrados, fue —sin ánimo de faltar— la de un *fardel ganorabako*. Un fallo que ni la destreza de la citada asesora pudo solventar. Así que pese a que el portavoz del PP se esforzó por enfatizar las hipérbolas y expresar una posición de radicalidad fuera de lo común, lo dicho por él, por extraordinario que fuera —y que fue— quedaba eclipsado por el aspecto dibujado por aquellos cuellos estrábicos.

Tal vez no nos demos cuenta pero, por mucho que valoremos la profundidad, la idoneidad o la equivocación de unas ideas

expresadas verbalmente, nuestro subconsciente atiende más al envoltorio, al continente que al fondo o contenido de lo que contempla. Según todos los expertos en comunicación, en un discurso, el 55% de la audiencia retiene las sensaciones transmitidas por la información no verbal. Es decir, lo que percibe visualmente. Otro 38% de los espectadores se queda con el tono del orador y solamente el 7% del público valora el contenido de lo dicho. Solo el 7% valora y señala el fondo del mensaje emitido verbalmente.

De ahí la importancia por controlar todos los elementos sensitivos de una aparición pública. La luz, el fondo, el color, la vestimenta, el sonido... todo es relevante para captar la atención de un espectador que se formará una u otra opinión dependiendo de si lo que ve y percibe le gusta o le desagrada. Una chaqueta mal brochada puede acabar marcando la impresión que sobre un personaje se llega a formar.

Un artista en este campo del dominio de la imagen ha sido el expresidente norteamericano Barack Obama. La puesta en escena de sus intervenciones, su vestuario, sus gestos, su tono de voz y el contenido de sus discursos que siempre contaban historias, le convirtieron en un ejemplo a estudiar y a emular por quienes se han dedicado a perfeccionar la comunicación política.

La imagen se ha convertido en el principal impacto que se cuida en la divulgación de líderes o planteamientos políticos. Quizá el cuidado de las impresiones pueda resultarnos una frivolidad —en ocasiones lo es— pero no debemos olvidar que en el mundo en el que nos movemos, la búsqueda de impactos positivos es una característica básica de los productos competitivos y bien hechos. Eso no quiere decir que nos debamos dejar llevar por la mercadotecnia o por la superficialidad en la comunicación política. No. Por eso suena ridículo que ante un problema tan serio como la crisis energética derivada del conflicto armado provocado por Rusia, se frivolicen con la utilización o no de la corbata como una manera de combatir el gasto derivado de la utilización del aire acondicionado. En verano, fue la corbata la que ocupó espacio informativos y en invierno —por seguir con la misma ocurrencia— serán los

jerséis de cuello vuelto los que ganen titulares en rotativos y noticiarios. Macron, que suele marcar tendencia en este campo de la imagen y de las ocurrencias, ya ha empezado con la idiotez de los suéteres de cuello alto o cuello tortuga para combatir el frío y ahorrar calefacción. Veremos cuanto tiempo tarda Pedro Sánchez en copiar la iniciativa y posar con una prenda similar mientras se traslada aquí y allá a bordo del Falcon. La venta de la mejor imagen o el culto por la superficialidad centran el interés de las formaciones políticas españolas de un tiempo a esta parte. Es la pelea por el relato, por identificar una historia de buenos y malos en los que se denosta al adversario como elemento de autoafirmación maniquea. Así, los partidos gobernantes bautizan el proyecto de presupuestos que acaban de pactar como el escudo protector de los desfavorecidos mientras que, en la acera contraria, Núñez Feijóo y los suyos, con apenas conocer la música de las cuentas no nacidas hablan ya de un "proyecto antisocial". Se habla, simplemente para alabar o afear posiciones. Es curioso cuando menos observar las liturgias que unos y otros llevan a cabo en un hecho tan poco entretenido como es la presentación de las cuentas para el próximo ejercicio.

Los socios de coalición rivalizan por sacar pecho de progresía, autoadjudicándose el mérito de las propuestas de impacto social que aparecen en el proyecto presupuestario. Los socialistas valoran que este es el tercer proyecto que Pedro Sánchez lleva al parlamento y porfían que con esta herramienta podrán enfrentarse sin complejos a las próximas elecciones. Sus compañeros de consejo de ministros resultan patéticos. Por un lado porque *podemitas* y seguidores de Yolanda Díaz pugnan por atribuirse particularmente el éxito del acuerdo. Porque *gracias a ellas* han *arrastrado* al PSOE a posiciones de *izquierdas*. Eso sí, en su mérito ocultan que en el mismo proyecto presupuestario aparece un notable incremento de las partidas dedicadas al ministerio de defensa, una consecuencia directa de los compromisos adquiridos por Sánchez con la OTAN. Silencio selectivo.

La derecha sigue empeñada en su mantra de la bajada de impuestos. Como si no hubiera más mañana que la laxitud tributaria como fórmula mágica con la que combatir la crisis. Una política desaconsejada por todos los organismos internacionales —OCD, FMI o la propia Comisión Europea— y cuyo fiasco en el Reino Unido ha estado a punto de echar abajo el novísimo gobierno de Liz Truss, forzada a dar marcha atrás en las medidas económicas que aquí propone Núñez Feijóo.

Donde el PP parece haber tenido éxito es en la neutralización del empuje de los de Abascal, entretenidos ahora en su primera gran crisis interna.

El sainete continúa. Todo es cuestión de imagen. Hasta la gestión gubernamental ha sido llevada a la televisión como una serie de ficción. Cuatro capítulos del *ala este* de la Moncloa justificada por el gabinete Sánchez como "ejemplo de transparencia". Inaudito. Espero que no se olviden de que para aprobar el presupuesto, Sánchez y su equipo necesitarán llegar a obtener 176 votos en el Congreso. Vascos y catalanes, de nuevo decisivos para convertir lo líquido en sólido. No descuiden sus apoyos. Los cuellos de su camisa pueden arrugarse si lo hacen. Y la foto final no será bonita. ●