

Candidatos a la Comunidad de Madrid: una guía

La Asamblea de Madrid se fragmenta. El Parlamento madrileño ha sido, en los últimos 30 años, una cámara que se debía únicamente a tres fuerzas políticas: PP, PSOE e IU...

Por **MADRID ES NOTICIA** - 18 mayo, 2015

La Asamblea de Madrid se fragmenta. El Parlamento madrileño ha sido, en los últimos 30 años, una cámara que se debía únicamente a tres fuerzas políticas: PP, PSOE e IU. Esta composición sólo varió en las elecciones de 1987 con la fugaz entrada de CDS, el partido de Adolfo Suárez que permaneció una única legislatura, y en 2011, con la irrupción de UPyD al obtener 8 escaños. Hoy, Podemos y Ciudadanos han alterado el mapa político y parece que el Parlamento será cosa de 5, con la plausible salida de la formación de Rosa Díez al no contar con el número mínimo de sufragios para obtener representación parlamentaria.

El debate político, por ende, se sofisticó hasta el punto de ser todo un reto mantenerse al día de la cantidad de caras, programas y propuestas. No obstante, y a pesar de la entrada de nuevos actores y el significativo cambio en la narrativa del discurso político, la campaña de las elecciones autonómicas 2015 se ha limitado a un reducido número de temas. La capacidad de los nuevos partidos por llevar la iniciativa en el debate público se ha traducido en una **escasa localización de las campañas**, dominando el debate grandes asuntos de la política nacional como la regeneración democrática, medidas contra la corrupción y la marcha de la economía.

En la Comunidad de Madrid, y ante la concentración de los temas de interés, la comunicación de los partidos se ha esforzado en ofrecer discursos diferenciales. La popular Cristina **Cifuentes presume de ser la única candidata con un programa tan aterrizado**, tan concreto y lleno de medidas. Sus propuestas estrella: las destinadas a generar empleo y a bajar impuestos.

Ángel Gabilondo, candidato socialista, **humaniza el discurso**. Su comunicación no se basa tanto en propuestas como en personas; hace referencias concretas a las personas en desempleo, a las víctimas de la desigualdad, a los niños desprotegidos.

Podemos, a través de **José Manuel López**, y Ciudadanos, con **Ignacio Aguado**, tiran de **campaña de siglas**, aprovechando el tirón de sus respectivas marcas y de sus líderes nacionales. Los primeros, con propuestas más locales, como blindar el agua mediante el Estatuto de Autonomía de la comunidad; los segundos, declinando a la CAM propuestas marco de su programa nacional como el pacto anticorrupción que tan bien está funcionando mediáticamente en Andalucía.

Por último, IU alinea su discurso con el de "las personas que sufren" y se esfuerzan por acercar el lenguaje con **mensajes menos técnicos**. **Luis García Montero**, en este sentido, se queja de la "falta de empatía del gobernante con el que sufre" y lamenta los chistes de

Aguirre o el 'que se jodan' de Andrea Fabra en aquel acalorado debate parlamentario en 2012. UPyD, con **Ramón Marcos**, se instala en la **denuncia a la impunidad y a los privilegios de la clase política madrileña**. Así, ha manifestado que el partido luchará por que el salario de los diputados regionales no tenga cantidad alguna libre de impuestos.

El comportamiento no verbal de los candidatos

Nuestros seis candidatos han sido políticamente correctos. Ni han dado lo mejor de ellos ni han intentado aniquilar al adversario; han apelado a la conciliación. Por eso, el comportamiento no verbal ha sido, en rasgos generales, muy dócil.

Ignacio Aguado de Ciudadanos muestra, a menudo, inseguridad. Está tenso, especialmente en televisión, con gestos precipitados y una limitada expresión facial, lo que afecta al discurso haciéndolo menos activo y menos eficaz. El candidato tiene un buen tono vocal, una voz muy cálida y potente pero no acentúa las partes del discurso que le tocan el corazón.

El discurso de **Ramón Marcos**, de UPyD es natural. En comunicación política, la naturalidad resta eficacia. El candidato mira con frecuencia a cámara; se olvida del elector. Apuesta a menudo por la camisa remangada, tal vez para transmitir la imagen de buen trabajador.

El candidato de Podemos, **José Manuel López**, busca en sus alocuciones la conexión con el público. Ladea la cabeza, gesto de escucha activa y dirige su torso hacia el frente, buscando proximidad. Le resta eficacia la sensación que transmite de seguir un guión, y su tono pausado pierde en tono y firmeza. La expresión facial marca de la casa, que es el ceño fruncido, también se observa en José Manuel López.

En el comportamiento no verbal se analiza también la apariencia, lo que transmitimos a través de nuestro aspecto físico. **Cristina Cifuentes** se presenta con un peinado que ella misma afirma haberle dado seguridad como Delegada del Gobierno en la Comunidad de Madrid. Un peinado recogido transmite profesionalidad y una imagen responsable. Ha adoptado gestos al más puro "estilo Esperanza Aguirre", con movimientos muy pausados y negativos como el dedo apuntador tan utilizado en política.

Notamos también que se siente más cómoda al hablar de política social que de economía. La candidata esconde las manos al hablar de temas económicos, mientras que al hablar de políticas sociales o educación hace uso de gestos ilustradores y de mayor énfasis.

El candidato de IU, **Luis García Montero**, está siendo el más empático de todos. Su expresión facial denota verdadera tristeza cuando habla de la situación desafortunada de algunos madrileños. Un gesto muy curioso es ponerse la mano sobre el corazón unas décimas de segundos antes del mensaje verbal, transmitiendo emoción.

Ángel Gabilondo, en sus gestos abiertos y espontáneos, es un interlocutor abierto al

dialogo. Su postura erguida y su cabeza levantada denotan seguridad, se siente cómodo hablando en público. La conexión con el elector se pierde al leer los apuntes que le suelen acompañar.

Vemos una campaña contenida, correcta. La situación cambia con los candidatos a la Alcaldía de Madrid, pero eso lo analizaremos en el próximo artículo.

—

Vicente Rodrigo es especialista en comunicación política y asuntos públicos y Cristian Salomoni es profesor universitario de comportamiento no verbal y miembro de ACoNVE, la asociación española de expertos en comunicación no verbal.

Madrid es noticia

