



comunicar  
es ganar.com

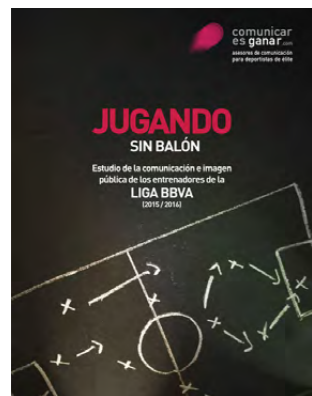
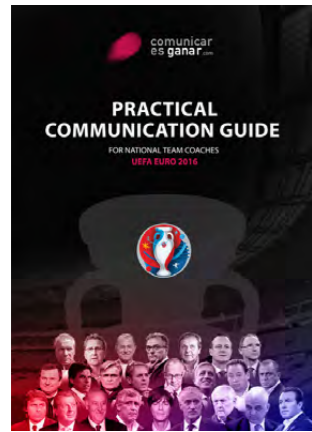
EL CLÁSICO

# MÁS ALLÁ DE LAS PALABRAS

Estudio sobre la imagen pública y la comunicación no verbal de los  
entrenadores del F.C.Barcelona y el Real Madrid

2016





Comunicar es Ganar, asesores de comunicación para deportistas de élite, ha desarrollado y dirigido numerosos proyectos en el ámbito de la comunicación pública e institucional. Entre los más recientes:

- [Coach Reputation Ranking](#). Primer monitor de reputación y comunicación para los entrenadores de élite. (2016).
- [Guía Práctica de la Comunicación de la EURO 2016](#). (2016).
- [Jugando sin balón](#). Estudio de la comunicación e imagen pública de los entrenadores de la Liga BBVA 2015/2016. (2015).
- [Estudio de la Comunicación de los Clubes de la Liga BBVA 2012/2013](#). Análisis de la imagen y comunicación proyectada por los 20 clubes de fútbol de la Liga BBVA. (2013).
- [El Clásico, más allá de las palabras](#). Análisis pionero de la comunicación no verbal de los principales referentes mediáticos del Real Madrid y FC Barcelona. (2011).



## Ficha técnica del estudio

### Objetivo

Analizar y medir la eficacia de la comunicación e imagen pública a partir de diferentes parámetros (verbales, paraverbales y no verbales) de los entrenadores del F.C.Barcelona y Real Madrid.

### Universo de la muestra

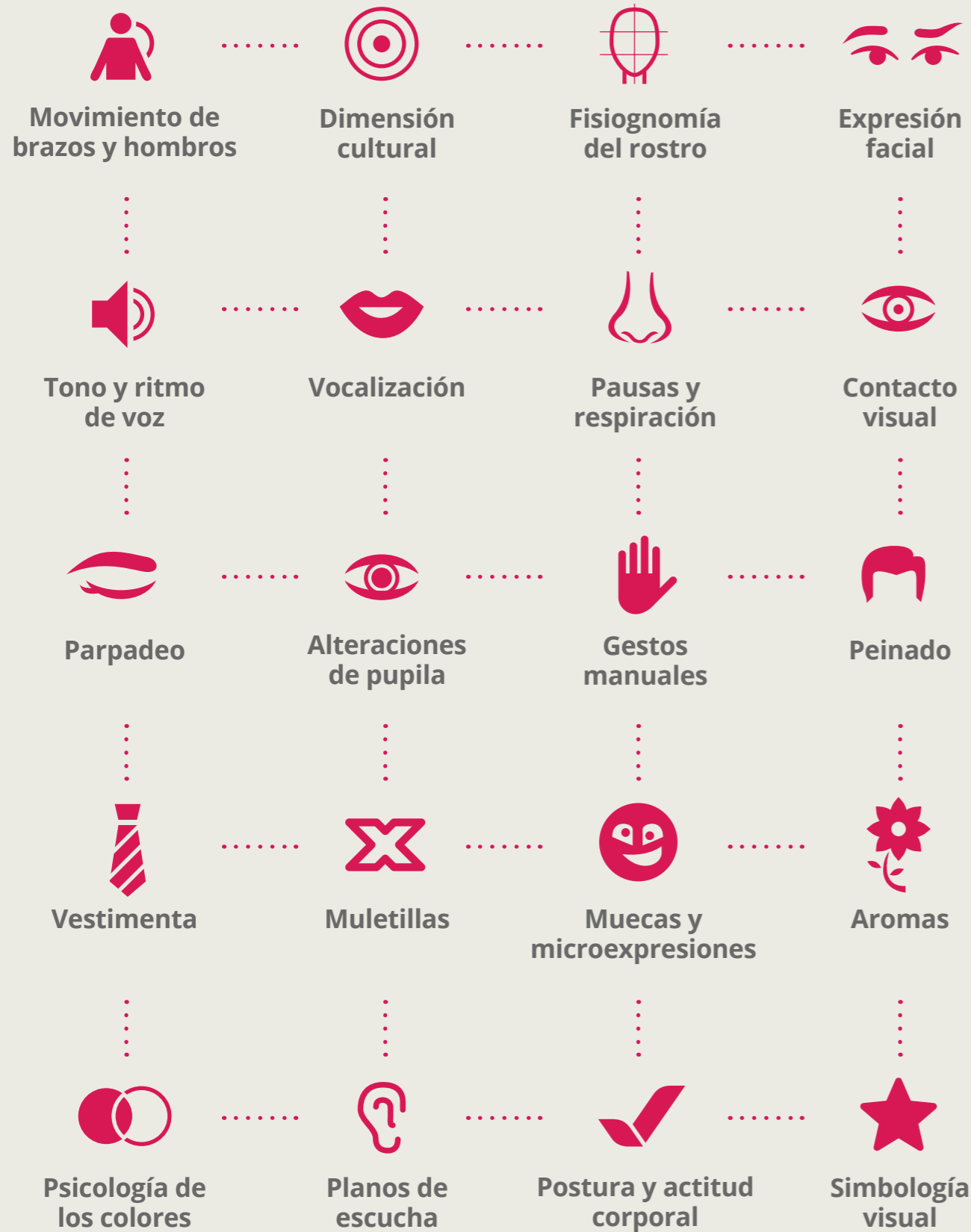
Más de 200 vídeos con las intervenciones públicas correspondientes a las ruedas de prensa (previa y post partido) de Luis Enrique y Zinedine Zidane, realizadas a lo largo de este año 2016.

### Metodología

El estudio se apoya en la triangulación metodológica a partir de técnicas cualitativas (observación participante) y cuantitativas (análisis de contenido). Las variables y categorías de análisis han sido definidas a partir de criterios que afectan a aspectos visuales (mirada, parpadeo, muecas...), gestuales (tono, pausas, actitud...), corporales (expresión facial, postura, balanceo, movimiento de hombros y manos...) y lingüísticos (registro idiomático, terminología, recursos estilísticos...).

\*\* El contenido que se presenta a continuación es tan solo un extracto de la información recabada con motivo de este estudio. Si usted está interesado en acceder a un contenido más completo puede contactarnos en: [contacto@comunicaresganar.com](mailto:contacto@comunicaresganar.com)

# ¿Qué es la comunicación no verbal?



# Breves apuntes sobre lenguaje corporal

**E**l lenguaje corporal nos aporta abundante información sobre lo que realmente piensa el personaje público en cada intervención, además de permitirnos conocer mucho más sobre su personalidad, su estado de ánimo y sus intenciones.

**L**as manos son, junto a la cara, las mayores deladoras de nuestros sentimientos y reacciones ante todo tipo de públicos y escenarios. Con ellas podemos estar transmitiendo convicción, confianza, credibilidad, o todo lo contrario.

**L**os gestos hablan antes, más alto y más claro que las palabras, porque nos transmiten más información, nos generan menos dudas y, sobre todo, se recuerdan mejor.



**S**i existe contradicción entre lo que uno dice con la palabra y lo que uno hace con su cuerpo, entre el qué y el cómo, no hay duda: el público se queda con lo segundo. Juzgamos más por los ojos que por las palabras. Y es que es muy fácil mentir con la boca, pero hay que ser muy buen actor para saber mentir con el cuerpo.

**L**os gestos, salvo en profesionales entrenados, no suelen mentir, ya que son indicadores inconscientes, no siempre controlables, y en ese sentido más sinceros.

\* Los gestos y sus significados no son concluyentes por sí mismos. Son indicadores que han de interpretarse bajo un contexto y metodología de análisis que contemple también la estructura y alcance del propio mensaje verbal. De ahí el motivo de este estudio.



## Luis Enrique, el agitador de las ruedas de prensa

- 1 Reacio y escéptico a las críticas.** Ceño fruncido, movimientos rápidos y bruscos, tapa la boca, risa irónica, postura corporal pasiva.
- 2 Se siente superior.** Mentón elevado, ojos bien abiertos y mirada expresiva. En ocasiones, desafiante.
- 3 Ataca y se refugia.** Se inclina hacia adelante y luego se echa hacia atrás para alejarse y desvincularse de su propio comentario. Tiende a llevarse la mano a la nariz, en un claro síntoma de contención.
- 4 Teatraliza.** Gestos faciales y manuales le sirven para intensificar y subrayar sus mensajes, dando pie a microexpresiones faciales muy reveladoras. Al tiempo que camufla emociones para despistar a los periodistas.
- 5 Tono dominante en las respuestas.** Ritmo de discurso alto, enumeraciones rápidas con la intención de abrumar y dominar con la respuesta al periodista.
- 6 Desconfiado e inteligente en el manejo de la distancia.** Control del mensaje y con capacidad para de alterar la escena y colocar titulares.
- 7 Buen estratega, elige las batallas y sus soldados.** Habla para los aficionados y su vestuario, no para los medios.
- 8 Inseguro y divergente.** Puesta en escena y discurso para (re)marcar distancia y espacio con los medios de comunicación. Agresivo y distante.
- 9 Apatía.** Mira al periodista cuando le pregunta, pero rara vez cuando responde.
- 10 Monolingüe.** Le preguntan en catalán pero solo contesta en castellano.



## Zidane, o el mito de la sonrisa cautivadora

- 1 Impecable al corte.** Perfecta triangulación corporal (cabeza, tronco y brazos).
- 2 Mirada asertiva pero pocos titulares.** Identificación visual y toma contacto con el periodista, también en los planos de escucha.
- 3 Ausencia de discurso.** Frases largas, (mono)tono empático y convergente con los periodistas pero poca estrategia.
- 4 Puesta en escena armoniosa y elegante.** Sonrisa como mecanismo de desactivación de polémicas y seducción (peinar cejas, retocar la nariz).
- 5 Actor de único registro.** Ante preguntas trampa se observa cierto bloqueo e incapacidad para mostrar otro tono o estilo.
- 6 Dificultad para fijar mensajes.** Envuelve el mensaje en palabras, amasa argumentos y cuida la construcción del marco dedicando demasiado tiempo a la forma y menos a la forma. Pierde eficacia.
- 7 Dedicación y atención.** Más de noventa segundos de media por respuesta.
- 8 Habla para los medios.** Y al hacerlo, se asegura llegar a más audiencia, no solo a aficionados.
- 9 Líder tranquilo.** Discípulo de Carlo Ancelotti y su inteligencia para manejar las ruedas de prensa. Incorpora en su discurso la experiencia como jugador.
- 10 Políglota, hombre de mundo.** Con capacidad para cambiar de idioma en mitad de la pregunta y respuesta.



# Las 10 reglas de oro para preparar una rueda de prensa eficaz

**1 Todo se puede entrenar.** No hay otra manera de aprender a comunicar que comunicando. Con cada experiencia comprobarás que cuanto más te preparas, mejor improvisas. *"Personalmente, siempre estoy muy nervioso cuando empiezo a hablar. Cada vez que pronuncio un discurso me siento como si me estuvieran sometiendo a un juicio, no solo sobre mi capacidad, sino también sobre mi carácter y mi honor"* (confesiones de Cicerón). No son pocos los entrenadores que sienten esto mismo 2 o incluso 4 veces por semana.

**2 Todo discurso o intervención pública** debe cumplir con las 3 características clásicas: brevedad, claridad y verosimilitud. En tus ruedas ante los medios, recuerda pues que a partir del segundo 45 de tu respuesta, todo se vuelve oscuro, denso y aburrido.

**3 Con el mensaje pasa como con el balón.** Si él no hay pase, sin pase no hay control, y sin control no hay nada. O preparas tus mensajes o te tocará correr en el rondo de la prensa.

**6 Los buenos relatos enganchan y generan titulares.** Una rueda de prensa es una declaración de varios mensajes, sí, pero es sobre todo una escenificación de tu estado de ánimo, de tu personalidad y de tus intenciones.

**7 Siempre hay algo en juego.** Que no estés hablando no significa que no estés siendo grabado. Los planos de escucha suelen ser reveladores de tus sentimientos.

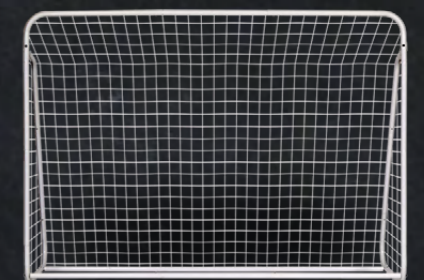
**8 Sin contacto visual, no hay confianza.** Evitar o desviar la mirada sobre tu interlocutor genera recelo y suspicacias porque transmites inseguridad. Con la palabra es muy fácil mentir. Con el cuerpo, una misión casi imposible.

**4 La mente humana necesita simplificar la complejidad de la realidad,** reducirla a una elección entre A y B. 'Eres de los míos, o de los otros'. Elegir bien las palabras, dilemas y etiquetas que definen esa realidad es tener la batalla medio ganada. La otra mitad depende de tus gestos y de tu comunicación facial. Tu lenguaje corporal, en definitiva, subrayará tu solvencia o no como comunicador.

**5 La importancia de las 110 palabras.** La gente cuando está nerviosa tiende a hablar deprisa. Y a hablar de más. El peligro aumenta cuando hay micros y cámaras delante. Ralenticemos el ritmo hasta... el...límite...de...lo...que...nos...parezca...soportable. O bien sigamos la regla de las 110 palabras por minuto.

**9 Un segundo, 24 fotogramas.** O lo que es lo mismo, 24 oportunidades para que un gesto, una mirada o una microexpresión de tu cara sirvan para resumir un hecho y encabezar una noticia. Y como intuirás, si tenemos dudas entre el titular y la fotografía, nos quedamos con la imagen. Transmiten más información, nos generan menos dudas y, además, se recuerdan mejor.

**10 La prueba del mute.** Si quieres extraer valiosa información sobre la sensación general que periodistas y seguidores extraen de ti en cada comparecencia, prueba a ver tus intervenciones sin sonido. ¿Reveladoras, verdad?





comunicar  
es ganar.com

asesores de comunicación  
para deportistas de élite