

Pedro Sánchez y el efecto 'Underdog'

GERMÁN GORRAIZ LÓPEZ :: 26/07/2023

El CIS habría conseguido en buena medida al impedir la mayoría absoluta PP-Vox

El estadounidense Harold Lasswell, identificó una forma de manipular a las masas (teoría de "la aguja hipodérmica o bala mágica"). Dicha teoría aparece plasmada en su libro "Técnicas de propaganda en la guerra mundial (1927) y se basaría en "inyectar en la población una idea concreta con ayuda de los medios de comunicación de masas para dirigir la opinión pública en beneficio propio y que permite conseguir la adhesión de los individuos a su ideario político sin tener que recurrir a la violencia".

Dicha teoría tendría su plasmación en las actuales encuestas de opinión electorales en la que "bajo una apariencia aséptica al basarse presuntamente en principios estadísticos, se utilizarían para dirigir a la opinión pública hacia un objetivo concreto".

La traslación de dichos resultados al receptor individual, provocaría en el individuo unidimensional los llamados efecto 'Bandwagon' y efecto 'Underdog'.

Feijóo y el efecto 'Bandwagon'

Según wikipedia, el efecto 'Bandwagon' o "efecto arrastre" consistiría en que "las personas tienden a apoyar las ofertas que se consideran ganadoras pues les proporciona una alta dosis de oxitocina que refuerza su autoestima al saberse parte de un colectivo ganador".

Dicho efecto aparece en campañas electorales en las que descolla "una polarización diáfana en favor de una de las opciones de actuación o decisión en la práctica totalidad de las encuestas de opinión pero que tan sólo serían una técnica de persuasión sibilina para el grueso de votantes indecisos", como en el caso de Feijóo, considerado caballo ganador casi por unanimidad demoscópica.

Sánchez y el efecto 'Underdog'

Sin embargo, el efecto 'Bandwagon' u opinión de la mayoría provoca un rechazo y se despierta una simpatía por la opción minoritaria que se conoce como "efecto 'Underdog' o perro apaleado".

Según wikipedia, el término 'Underdog' fue usado por primera vez en 1859 en los campos político y deportivo anglosajones y su origen estaría en las peleas de perros. Así, el 'top dog', era el perro que ganaba la pelea pues quedaba por encima del 'Underdog', perro de abajo o perdedor.

Dicho efecto, consiste en que "el elector se inclinaría por la opción política menos valorada (perro apaleado), ya que la considera injustamente atacada o menospreciada", y del que se habría beneficiado el PSOE y Sumar. Así, parte del electorado habría asimilado el rol de ambas formaciones políticas como muro de contención ante el tsunami derechista que

pronosticaban todas las encuestas.

Mención especial merece el CIS de un Tezanos vilipendiado sistemáticamente por el resto de las empresas demoscópicas, teledirigidas en su inmensa mayoría por las élites económicas del país pero cuya soberbia intelectual les habría impedido adivinar que la misión maquiavélica de Tezanos era conseguir despertar la ilusión en el segmento de electorado progresista desencantado y que habría conseguido en buena medida al impedir la mayoría absoluta PP-Vox vaticinado por los manipuladores de la opinión pública (léase empresas demoscópicas).

La Haine

https://www.lahaine.org/mm_ss_est_esp.php/pedro-sanchez-y-el-efecto