



Universidad de Valladolid

CURSO 2015-2016

Facultad de Filosofía y Letras

Grado en Periodismo

**Los líderes políticos españoles en el
nuevo escenario de la radiovisión: 'Hoy
por hoy' de la Cadena SER**

Alumno(a): Rocío López Mateo

Tutor(a): Nereida López Vidales

Convocatoria: Julio 2016

Marco legal

El presente Trabajo de Fin de Grado sigue las normas del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, regulado en la Universidad de Valladolid por las Cortes de Castilla y León y publicado en el B.O.C. y L. n.º 32, de 15 de febrero, modificado el 27 de marzo de 2013, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, indica que todas las enseñanzas oficiales de grado concluirán con la elaboración y defensa pública de un Trabajo de Fin de Grado, que ha de formar parte del plan de estudios. Los 6 ECTS a los que equivale este Trabajo de Fin de Grado son en los que el alumno deberá demostrar las competencias básicas de la titulación.

Resumen

La nueva tendencia de hacer una “radio que se ve” a través de Internet ha fomentado nuevos aspectos que antes no se tenían en cuenta en este medio de comunicación. Los oyentes se han convertido en espectadores, y por tanto, exigen ya no solo un discurso claro y conciso en contenido, sino que también tienen en cuenta el aspecto, los gestos o la posición corporal visible en la interacción de los actores comunicativos.

Esta investigación se centra en el análisis de la voz, los gestos y la posición corporal de los principales líderes políticos españoles en entrevistas del programa de radio ‘Hoy por hoy’ de Cadena SER publicadas en la página web de la propia cadena. De esta manera, se comprueba la importancia de la comunicación no verbal tanto en la comunicación mediática de los políticos, como en el nuevo formato de “radio que se ve”.

Palabras clave

Comunicación no verbal, radiovisión, líderes políticos, Cadena SER

Abstract

The new tendency of radio broadcasting via the Internet has promoted new aspects which used not to be taken into account in said means of communication. Listeners have become spectators and, therefore, they expect not only a discourse which is clear and concise in terms of content but they also consider the importance of the appearance, gestures and body posture of those who intervene in the radio.

This research centres on an analysis of the voice, gestures and body posture of the main Spanish political leaders in interviews carried out in the programme ‘Hoy por hoy’ on Cadena SER published in the web page of the own chain. This goes to prove the importance of non-verbal communication both in the media-based communication of politicians and in the new format of watchable radio.

Key words

Non-verbal communication, radiovision, politicians, Cadena SER

INDICE

1. Introducción	5
1.1 Justificación	6
1.2 Objetivos	7
1.3 Hipótesis	7
1.4 Metodología	8
2. La nueva tendencia comunicativa: la radio que se ve	
2.1. El nuevo panorama radiofónico	12
2.2. Adaptación de la radio a la web 2.0: la radiovisión	13
2.2.1. La radiovisión en las principales cadenas generalistas de España	15
2.3 Importancia del lenguaje no verbal en el nuevo modelo radiofónico	18
2.4 Una aproximación a la comunicación mediática de los líderes políticos	20
2.4.1. Elecciones generales 20 D	21
3. Análisis del programa 'Hoy por Hoy', de Cadena SER	
a) 'Hoy por hoy', un programa magazine de éxito	23
b) Entrevistas a los principales líderes políticos del 20D	25
a. Mariano Rajoy, líder del Partido Popular	25
b. Pedro Sánchez, líder del Partido Socialista Obrero Español	30
c. Pablo Iglesias, líder de Podemos	35
d. Alberto Garzón, líder de Izquierda Unida	39
4. Conclusiones	45
5. Referencias bibliográficas consultadas	
5.1. Fuentes bibliográficas y Fuentes de Internet	47
5.2. Fuentes audiovisuales	50
5.3. Ilustraciones	52
6. Anexos	
6.1 Ficha de análisis de contenido de los principales líderes políticos	56
6.2 Ilustraciones de las entrevistas analizadas	62

7. 1. **Introducción**

La radio ha sufrido varias transformaciones en los últimos años. En un primer momento se adaptaron a Internet con la ayuda de los podcast junto con las emisiones streaming en la Red de redes. En España, a principios de 2015, emisoras radiofónicas como RNE o Cadena SER han adoptado otra forma de hacer radio acercándose aun más al formato audiovisual, grabando sus programas en video.

Esta transformación ha obligado al medio radiofónico a enfrentarse a un proceso de adaptación de lo que hasta ahora no había supuesto ningún problema. La nueva tendencia a grabar en video los programas hace que la comunicación no verbal adquiera importancia en la transmisión de contenidos. Se trata de un fenómeno importante en el ámbito político y social para analizar la importancia del lenguaje corporal y la kinesia en el espacio comunicativo.

Por lo tanto, en esta investigación se estudia, a través de determinados sujetos escogidos, la comunicación no verbal presente en entrevistas radiofónicas grabadas en formato audiovisual. Aparecen en este momento nuevos retos para los periodistas que anteriormente no trabajaban con estos elementos kinésicos. Pero no solo el entrevistador afronta este nuevo formato, sino que el entrevistado también ha de solventar y dominar estas novedades comunicativas. Estas premisas relativas a la comunicación no verbal, se comprobarán a través del análisis de las entrevistas de Pepa Bueno, en el programa de 'Hoy por hoy', en Cadena SER a los líderes políticos durante la temporada de Septiembre a Enero, coincidiendo con el periodo preelectoral de las elecciones generales del 20 de Diciembre.

Este estudio se completará a través de una ficha el análisis de contenido donde se recogerán las diferentes variables, centradas en el lenguaje corporal y la estrategia comunicativa de cada líder político, así como los nuevos desafíos a los que se enfrentan también los profesionales de la radio.

1.1. Justificación

Esta investigación se centra en el estudio de la nueva tendencia comunicativa en radio fomentadas por Internet, basada en la realización de programas en formato audiovisual. Este nuevo formato radiofónico donde, además de realizar una radio en streaming, se graban en video los programas ha supuesto grandes retos para profesionales y participantes en este medio de comunicación. La radio tradicional sufre una transformación donde muchos elementos quedan sin respuesta, debido a su pronta puesta en marcha.

A partir de esta nueva tendencia de hacer “radio que se ve” el oyente, ahora convertido en espectador, exige ya no solo un contenido informativo a través de la voz, sino una visión formal y un dominio del lenguaje corporal de todos aquellos que aparezcan en cada programa.

Por este motivo, este estudio se ha centrado en la importancia de la comunicación no verbal en el nuevo panorama informativo radiofónico, y se ha apostado por un análisis de entrevistas en un programa de máxima audiencia de una de las cadenas de radio con más oyentes del país: ‘Hoy por hoy’, de Cadena SER.

Los sujetos escogidos para la investigación han sido los principales líderes políticos españoles, debido a la importancia que dan a su imagen y su comportamiento en los medios de comunicación. La kinesia o el estudio de la comunicación no verbal les han servido como herramienta fundamental para llevar a cabo sus campañas políticas. Es por ello por lo que se han escogido para el análisis entrevistas realizadas en el periodo preelectoral a las elecciones generales del 20 D. Gracias a este contexto, centrado en el afán de los candidatos por recabar votos, la comunicación mediática y el comportamiento de los entrevistados ha de ser analizado, para estudiar el dominio o las carencias de la comunicación no verbal en un medio donde antes este aspecto no tenía tanta importancia como el propio discurso.

1.2. Objetivos

La finalidad de este proyecto es mostrar y estudiar la tendencia de los medios de comunicación a grabar en formato audiovisual sus programas, y plantear si la radio y sus profesionales están preparados para esta nueva forma de transmitir contenido.

En esta investigación se abordará un análisis del comportamiento y del lenguaje no verbal, junto con todos los elementos kinésicos que puedan percibirse, de los líderes políticos españoles en las entrevistas de radio realizadas en formato vídeo. Con este estudio se quiere mostrar la importancia de la comunicación no verbal en los medios, ya sea en televisión o en “la radio que se ve.”

Este nuevo formato de radiovisión demanda, ya no solo cambios en el perfil del periodista, sino también un dominio del lenguaje corporal por parte de aquellos que intervengan en cada programa.

Incluso los líderes políticos deben tener en cuenta la importancia de la comunicación mediática, tanto en televisión como en radio. El oyente se convierte en espectador, por lo que las exigencias que antes se centraban en el discurso político, ahora también se van a centrar en el lenguaje corporal y los gestos que puedan percibir en los programas de radio grabados en video.

1.3. Hipótesis

H1: El nuevo formato de “radio que se ve” plantea nuevos retos al periodista. Surgen problemas para los profesionales de la comunicación que con el formato de radio convencional no percibían, como la existencia de la imagen o la información que ahora transmite acompañando al audio.

H2: Ni el medio Cadena SER, ni los profesionales que intervienen en él, se muestran preparados para este novedoso método informativo. Con este formato audiovisual en la radio, no sólo la voz es la protagonista del medio, sino que elementos como la postura corporal, la gestualidad y la mirada entran a formar parte del contenido informativo.

H3: Los cuatro líderes políticos españoles escogidos para el análisis tienden a descuidar su comportamiento tras tratarse de encuentros radiofónicos, pero gracias a este nuevo

formato, el oyente se convierte en espectador, por lo que exige un dominio del lenguaje corporal por parte de todos aquellos que intervienen en el programa.

1.4. Metodología

Este proyecto de investigación, centrado en la observación y el análisis del comportamiento de determinados sujetos en un contexto radiofónico, se lleva a cabo mediante una metodología cualitativa. Debemos de tener en cuenta que se trata de una investigación basada en un ámbito social como es la comunicación. Esta metodología está apoyada en los métodos científicos de las ciencias sociales. “Es innegable que se pueden formular cuestiones o problemas referentes a la vida social, anticipar soluciones a ellos y tratar de verificarlas mediante la observación sistemática de los fenómenos sociales, la clasificación de estos fenómenos y su análisis y explicación”. (Sierra Bravo, 1997) Por ello, en este estudio se plantean cuestiones relacionadas con la comunicación no verbal entre diferentes sujetos en un ambiente condicionado.

“A través de los métodos científicos cualitativos se pretende comprender, lo más profundamente posible, una entidad, fenómeno vital o situación determinada” (Sierra Bravo, 1997). Como método cualitativo se utilizará el análisis de contenido, una técnica centrada en el estudio de mensajes- verbales o no verbales-, por lo que puede considerarse el método por excelencia de investigación en comunicación. “El análisis de contenido permite examinar científicamente tanto los “significados” (análisis temático) como los “significantes” (análisis de los procedimientos, de las convenciones, de los rasgos formales) de cualquier texto” (Bardin, 1986; Weber, 1994; Wimmer y Dominick, 1996 en Igartua y Humanes, 2004).

La metodología cualitativa elegida se compone de los siguientes pasos: visionar varias muestras de estudios y estudiar, mediante un análisis de contenidos, diferentes variables recogidas en una misma tabla. En esta tabla de contenidos de elaboración propia se examinan variables que se consideran importantes para el estudio. Se analizan los elementos ligados a la voz junto con los diferentes rasgos contextuales que acompañan a la propia comunicación verbal, como son los gestos y el lenguaje corporal. A través de estas variables se señala el comportamiento que diferentes sujetos presentan en una entrevista observada por oyentes, y así contribuyen a dar importancia a la comunicación no verbal.

Esta técnica cualitativa está centrada en el estudio del comportamiento de los líderes políticos españoles que se presentaban a las elecciones del 20 de Diciembre. Son

Mariano Rajoy, líder del Partido Popular, Pedro Sánchez, líder del Partido Socialista, Albert Rivera, líder de Ciudadanos, Pablo Iglesias, líder de Podemos y Alberto Garzón, líder de Izquierda Unida. Los sujetos escogidos para dicha investigación han sido Mariano Rajoy, Pedro Sánchez, Pablo Iglesias y Alberto Garzón, puesto que se han encontrado fragmentos de las entrevistas que coinciden con la temporada de septiembre a octubre del programa de la Cadena SER. La entrevista a Albert Rivera, líder de Ciudadanos, no se ha encontrado en formato audiovisual, dentro de estos límites de contexto, por lo que no se ha realizado un análisis de este candidato.

Las muestras escogidas, que corresponden a entrevistas realizadas durante el periodo preelectoral, son elegidas porque permiten un análisis de la comunicación no verbal, menos cuidada en radio y más espontánea que el propio discurso.

Estos sujetos son los protagonistas de la investigación en entrevistas radiofónicas audiovisuales del programa de Pepa Bueno, 'Hoy por hoy', de Cadena SER. Este formato comunicativo escogido corresponde al contenido expuesto por el programa la temporada del programa de septiembre a enero de 2015. Las fechas coinciden con el panorama preelectoral correspondiente a las elecciones generales del 20 D, donde los líderes políticos cobran especial importancia y deben cuidar no solo las palabras, sino también los gestos.

Posteriormente, se da paso al trabajo de campo realizado por una ficha de análisis donde se recogen variables escogidas para conocer así el posible significado de dichas acciones. De esta manera, se da valor a la comunicación no verbal y se pueden observar, a través de los ítems seleccionados, las carencias o fortalezas que muestran los sujetos de la investigación.

Esta ficha de contenido, que se presenta a continuación, está formada por los diferentes rasgos corporales y gestos, que profesionales de la comunicación no verbal, como Flora Davis o Teresa Baró, consideran importantes para transmitir determinada información y aportan el significado que acompaña a la palabra. Además, las variables que se recogen en esta relación de ítems son extraídas de un estudio sobre el comportamiento kinésico de líderes políticos de María Hernández Herrarte e Imelda Rodríguez Escanciano en "Investigar en comunicación no verbal: un modelo para el análisis del comportamiento kinésico de líderes políticos y para la determinación de su significación estratégica" donde queda recogido todo el significado de los gestos y los distintos elementos kinésicos. Esta clasificación de temas, como la posición de las manos o del cuerpo, las variables de la voz como el tono o la velocidad, la mirada, la sonrisa o la posición de las

cejas, se observarán en las entrevistas radiofónicas audiovisuales escogidas para la elaboración de la investigación en cada uno de los sujetos a analizar. Se concluirá el estudio con los resultados obtenidos tras comprobar los mensajes y el comportamiento de los sujetos y tras mostrar las reacciones corporales y no verbales percibidas en las entrevistas radiofónicas. Todo ello quedará recogido en la ficha de análisis de contenido de los principales líderes políticos:

Kinesis	Significado	Líderes políticos			
		Mariano Rajoy	Pedro Sánchez	Pablo Iglesias	Alberto Garzón
<u>LENGUAJE PARA VERBAL:</u>					
Conocer el interés y transmitir actitudes, emociones y grados de implicación. Capacidad de influir.					
VOZ					
Tono	Energía por transmitir información. Monotonía				
velocidad	Ganas de informar o no. Capacidad para convencer				
Claridad	Nerviosismo que dificulta la transmisión del mensaje				
Volumen	Detectar la mentira				
POSICION CORPORAL					
Erguido	Respeto, emoción, seguridad				
Inclinado hacia delante	Interés y cercanía				
Inclinado hacia atrás	Desinterés, rechazo y desconfianza				
Cara a cara/Frente a frente	Intervención activa en la interacción				
GESTOS					
CABEZA					
Ladear la cabeza	Mientras asientes se muestra más				

	confianza				
Asentimiento	Interés, acuerdo y escucha activa.				
Negación	Desacuerdo y disgusto				
Encogerse de hombros	Desconocimiento o duda				
CEJAS					
Levantar cejas	Sorpresa o miedo y temor				
Fruncir ceño	Frustración, enojo, ira				
Solo una ceja levantada	Incredulidad				
Levantar cejas repetidamente	Enfatizar información				
MIRADAS					
Mantener la mirada	Intimidar o mostrar interés				
Desviar la mirada hacia arriba	Evasión o búsqueda de una salida				
Desviar la mirada hacia abajo	Modestia, emociones y sentimientos				
Dirigir la mirada hacia un lado	Timidez, falsedad o nerviosismo				
Mirar hacia la izquierda	Recuerdo				
Mirar hacia la derecha	Invención o imaginación				
SONRISA					
Sonrisa con labios cerrados	Forzada. Cortesía. Inexpresiva				
Sonrisa natural	Contagiosa. Sincera. Docilidad				
Sonrisa torcida	Sarcasmo. crueldad				
Sonrisa triste	Comisuras. Sin pliegues en los ojos				
MANOS					
Fuertemente apretadas o inquietas	Tensión				
Agarrando un	Más quietas pero				

objeto	con más foco de atención. Estorbo				
Movimiento constante de manos	Da energía a las palabras. Puntualizar y acentuar el discurso				
Gestos descriptivos	Pone imagen al discurso				
Manos hacia fuera	Relación con la otra persona. Abertura.				
Tocarse la cara	Nerviosismo. Incomodidad. Negatividad				
Tocarse el torso con las manos	Reafirmar convicción. Hablar de uno mismo.				
Cruzar brazos	Negatividad. Friedad. Falta de interés				

2. Nueva tendencia comunicativa: “La radio que se ve”

2.1. El nuevo panorama radiofónico

“La magia de la radio ha residido en gran parte en algo tan sencillo como emular una relación interpersonal sin que se notase la mediación técnica. Con un lenguaje claro, sencillo, conciso y directo, la radio supo desplegar todo su poder de seducción y sobrevivir a los distintos envites de la historia que quisieron acabar con ella”. (Peñafiel y López, 2002: 127) La aparición de la televisión, en los años 50, supuso un problema para la radio. La imagen, junto con el sonido, se convertía en los elementos clave para transmitir contenido. Se presenta, en este momento, el formato audiovisual como componente fundamental en el ámbito comunicativo. Autores como Peñafiel y López (2002) o Cebrián (2008) muestran un planteamiento de la evolución de la radio junto a la aparición de nuevos elementos tecnológicos que benefician a la comunicación. “Los 90 manifiestan la importancia del audiovisual como empresa de mercado, como negocio. La recién nacida industria audiovisual viene acompañada de nuevos planteamientos y nuevos conceptos para la comunicación de finales del siglo XX”. (Peñafiel y López, 2002: 128) Todo ello ha hecho que la radio se adapte a las nuevas

tendencias comunicativas, evolucionando al interés de la sociedad, y enfrentándose a competencias más novedosas para no caer en el olvido. Gorka Palazio (1999), asegura que “la llegada de los sistemas multimedia, el avance de la informática, la adaptación a los nuevos mercados publicitarios y a los hábitos de los oyentes nos abren un nuevo panorama para este viejo medio”.

“La radio ha nacido como tecnología, es tecnología y seguirá siendo tecnología. No puede prescindir de ella o de lo contrario deja de ser radio. Ha empleado y sigue empleando la tecnología vieja o tradicional, las innovaciones que se van produciendo y se sitúa en la vanguardia con la tecnología en punta” (Cebrián, 2008) “La radio tiene hoy más medios que nunca y más posibilidades que nunca. La tecnología le está brindando la posibilidad no de un nuevo resurgimiento sino de un nuevo nacimiento”. (Peñafiel y López, 2002: 129)

2.2. Adaptación de la radio a la web 2.0: El fenómeno Radiotelevisión

Internet ha supuesto para los medios de comunicación una plataforma imprescindible para mostrar sus contenidos e interactuar con el receptor. “El sitio web evoluciona y deja de centrarse en la propia emisora para convertirse en un medio informativo periodístico. Utilizando las fuentes de información con las que se elaboran los mensajes radiofónicos, se añaden contenidos textuales, y gráficos” (Rives, 2003:94).

La radio en Internet, o como el comunicador Mariano Cebrián (2009) denomina ciberradio, “es el resultado de las convergencias tecnológicas donde la radio tradicional y sus nuevos desarrollos entran en una dimensión multimedia con diversas vinculaciones que a su vez están logrando una identidad y desarrollo propio”. Gorka Zumeta (2015/2/13), por su parte, asegura que “la radio online ha llegado para demostrar que todavía a este medio le queda mucho por decir y aportar”.

Gorka Palazio (1999) analiza la digitalización que está cambiando a la radio. “Hasta ahora la radio ha sido sólo audio, y a más de uno nos resulta todavía duro poder seguir denominando así a este medio que ahora, con la digitalización, nos aparece con valores añadidos, que nos trae imágenes, mapas y datos gráficos sobre pequeñas pantallas”.

Se produce un cambio en el tratamiento de la información en un contexto donde la multimedialidad y el formato audiovisual es posible gracias a la Red de redes, y donde el medio radiofónico tiene que usar todos los recursos necesarios que le ofrecen. Gorka Zumeta (2015/2/13) asegura que “la red ha abierto una puerta a la radio que ésta no solo no podía nunca rechazar, sino que está aprovechando para demostrar que el medio sigue

tan vivo que es capaz de aportar originalidad, creatividad y arrojo, tres elementos que hay que reivindicar para la radio, por casi ausentes.”

Pero Internet le ha dado la posibilidad a este medio para que se adapte a los nuevos tiempos. “Se ha de reinventar la radio, la llamada ‘radio for the web’ en base a la oferta de productos innovadores muy distintos de los de las radios convencionales”. (Peñafiel, López, 2002: 212)

La posibilidad de plasmar contenidos a través de formato podcast, programas streaming o incluso el empleo de imagen y texto para complementar la información son algunos de los elementos que Internet ha facilitado para la publicación de contenidos en radio. Desde el año 2000, incluso el formato audiovisual de la radio en la Red adquirió protagonismo, pero la acompasada adaptación aún se puede percibir.

Un medio de comunicación regido por el sonido, no se puede adaptar simultáneamente a formatos audiovisuales que durante años no han estado presentes. “La interactividad es precisamente la que pueda cambiar algo el rumbo de los contenidos de radio, pues por lo demás los expertos de radio no ven más que trasvase de contenidos de la analógica a la digital”. (Palazio, 1999) Desde su creación, la voz y la música han sido los materiales fundamentales de elaboración de contenidos hasta la llegada de la multimedialidad y la interactividad con el oyente.

La nueva tendencia de añadir a la radio un formato audiovisual no solo se centra en la voz, sino que entra en juego la comunicación no verbal y el ambiente donde se elabora esa información. “Internet se muestra insuficiente a la hora de transmitir determinado contenido, principalmente si este posee lenguaje no verbal como la inflexión de la voz, los gestos personales, el movimiento corporal, la mímica, la entonación etc., que resultan todavía excesivamente artificiales”. (Peñafiel, López, 2002: 206).

Surge el fenómeno conocido como *radiovisión*, en el que elementos como el lenguaje corporal o la mímica cobran mayor importancia y tanto los profesionales de la radio, como todo aquel que intervenga en ella, ha de percibirlos. Gorka Palacio (1999) define esta nueva tendencia como una unión de dos conceptos candentes: “Será "radio" porque tendrá su base en el audio y nos debe recordar sus orígenes; será "visión" porque con el audio ejercitaremos la vista como complementariedad usual para una información total - y porque la radio no va a dejar de renunciar a su cualidad de medio para la información rápida-”.

Ya no solo hay que dominar la voz y la entonación, sino que también hay que tener en cuenta la posibilidad de elaborar contenido audiovisual donde la comunicación no verbal también forma parte del contenido y, además, transmite información.

2.2.1. La radiovisión en las principales cadenas generalistas de España

Pilar Martínez Costa (2003:75) asegura que “solo los radiodifusores que asuman con entusiasmo la convergencia con otros soportes y servicios e inviertan en la capacidad expresiva y comunicativa de la radio, tendrán en su mano la posibilidad de reinventar con éxito el medio”. Es por ello, por lo que las principales cadenas generalistas españolas han apostado por la web para enaltecer la radio a través del uso de contenido audiovisual.

Desde sus primeras publicaciones en 2000, aún posee carencias debido a su corta evolución, pero las principales cadenas de radio han visto en este nuevo formato un impulso radiofónico tal que gracias a Internet la radio sigue estando viva. Aún así, son muchos los profesionales que carecen de dominio, sobre todo, del lenguaje corporal y desconocen la información que pueden transmitir de forma no verbal.

Tras la aparición de este nuevo panorama radiofónico, las principales cadenas españolas en adaptarse a los cambios comenzaron con la creación de páginas web donde más tarde colgarían todo el contenido posible. “En el primer trimestre de 2001 se podían contar con al menos 20 emisoras. Entre ellas, Cadena Ser, Cadena 40, Radio Nacional de España, Onda Cero y la Cadena COPE”. (Peñafiel, López, 2002) Pero aún así, las radios han apostado por incorporarse poco a poco en la Red, y así proporcionar la misma información, pero en formato más sencillo.

La audiencia importa al medio para evolucionar al mismo tiempo que la demanda de la sociedad, de tal manera que la sociedad incita a la radio a apostar por un contacto más directo con sus oyentes. Como forma de hacer que el oyente participe de forma activa se muestra una evolución de la radio desde sus elementos más convencionales hasta la actualidad a través de la interacción, y cada día más, en el ámbito de la multimedialidad. “Se comprueba una mejora notable de la presencia en Internet de las cadenas generalistas –SER, COPE, Onda Cero, Punto Radio y Radio Nacional– entre 2006 y 2011, especialmente del diseño, la navegabilidad y las opciones multimedia de algunas páginas web, de entre las que sobresalen los sitios de las cadenas SER, COPE y Radio Nacional”.(Martínez Costa, Moreno, Amoedo 2012: 169) “La convergencia y la adaptación de este medio en Internet amplía las ventajas comunicativas, de la mano del

formato multimedia y la variabilidad de contenido textual, auditivo o incluso visual a través de imágenes y videos, e incorporando ya la tendencia audiovisual de los programas”. (Peñafiel, López, 2002)

Gema Rodríguez Lavín, directora de cadenaser.com, quiere “que la página no solo sea un reflejo de la antena, sino con contenido propio producido para el entorno digital”. “Cada vez hay más videos aunque no se trate de un canal de televisión. Se trata también que lo que nazca en lo digital viaje a la antena”. (González Aldea, citado por Ortiz y López, 2011: 109) Cadena SER en formato digital se ha convertido, junto a cadenas generalistas españolas como RNE o COPE, en el reflejo de esta nueva radiovisión.

Especialmente, la radio generalista Cadena SER no solo consigue los primeros puestos en el Estudio General de Medios, con 4.512.000 oyentes diarios superando a su principal rival la Cadena COPE con más de 1.800.000, sino que también adquiere grandes resultados con su página web.

Según el último EGM (tercera ola de 2015) cadenaser.com también es líder en Internet con 2.900.000 usuarios únicos -Según los últimos datos de comScore multiplataforma de octubre de 2015-. Gema Rodríguez Lavín, directora de la página web, aseguraba ya en el anuario de la Cadena SER de 2010 que el sitio web era “donde se multiplican los canales de escuchas tanto procedentes de la antena como creados específicamente para Internet, la oferta de contenidos y las posibilidades de que los oyentes interactúen con nosotros. Para opinar, pero también para informar, compartir, y para construir su propia radio. Hoy, más que nunca, la radio está en todas partes, y como siempre cerca, muy cerca”.

Ángel Nieto, director general de la SER, aseguraba en el anuario de la cadena de 2010 que esta emisora “pertenecía al primer grupo radiofónico del mundo en castellano, Prisa Radio. Casi 27 millones de personas en todo el mundo escuchan cada día los programas de la SER a través de las más de 1.250 emisoras repartidas en 10 países”. Nieto cree con pasión que “la radio es capaz de aglutinar y enriquecer lo local, lo nacional y lo global, porque el mundo está cambiando y la radio es también el medio más mimético con la vida. El que mejor y más rápido se adapta a los cambios de escenario”. Han sido cambios de escenario que incluso la Cadena SER creó en este mismo año la campaña ‘Ideas por descubrir’ en la que los equipos de los programas magacines de la Cadena SER, ‘Hoy por Hoy’, ‘La Ventana’, ‘Hora 25’ y ‘A vivir que son dos días’, recorrerían durante el mes de octubre 34 ciudades españolas para tomar el pulso al país y descubrir las mejores iniciativas en todos los ámbitos. En ese momento

esta emisora española realizaba el mayor despliegue de su historia, en la que, los programas emitidos y grabados en diferentes auditorios iban a ser colgados en la web *cadener.com* e incluirán conexiones por videoconferencia y pantallas de plasma. La característica principal era la posibilidad de hacer radio cara a cara con el público. En esta campaña, se dieron los primeros pasos hacia la radiovisión, donde el oyente se convertía en espectador y donde los profesionales ya no solo informaban con su voz, sino también con su cuerpo y su actitud.

Carles Francino (2010), periodista de 'La Ventana', respecto a esta campaña, aseguraba que "muchas historias, muchos personajes, muchos momentos y sobre todo muchas sensaciones compartidas, son el gran activo del medio". Cree que el futuro, depende, en buena medida, de cómo se trate a los oyentes y de cómo puedan sentirse de especiales con el medio. Angels Barceló (2010), directora del programa 'Hora 25', también ofrece su opinión sobre 'Ideas por descubrir': "Durante 15 días, antes de empezar la emisión miraba al auditorio y daba las gracias a quienes en plena noche, con viento o frío, salía de sus casas para abarrotar la sala y ver la radio en directo". Estas declaraciones muestran que este proyecto ha servido a la cadena para apostar por nuevos formatos y así evolucionar junto a sus oyentes.

La posibilidad que les ofrece Internet a todo tipo de cadenas radiofónicas permite no solo apostar por formatos multimedia e interactuar presentando nuevos contenidos al oyente, sino poniendo en el punto de mira elementos claves de la comunicación que antes en radio no se tenían en cuenta, como, por ejemplo, el lenguaje corporal de todo aquel que intervenga en este medio. Aún así, Gema Nierga (2010), directora de la web *cadener.com*, afirma que aunque "la Cadena SER se suba al tren de ese mundo multimedia, no olvida que su misión como profesionales es mantener vivo el verdadero espíritu de la radio: 'no dejaremos que el 'video mate a la estrella de radio'".

2.3. Importancia del lenguaje no verbal en el nuevo modelo radiofónico

Esta nueva tendencia comunicativa en radio, basada en el formato audiovisual de programas emitidos previamente, no solo permite una visión diferente del concepto radiofónico al oyente, o nuevo espectador, a través de Internet, sino que son los propios profesionales los que están expuestos a nuevos cambios y nuevas técnicas comunicativas. Aparece en el escenario radiofónico la capacidad de transmitir información con el cuerpo o con los gestos, con los cuales los profesionales comunican y acompañan a la voz siempre presente en radio.

Para el teórico y filósofo del lenguaje, Mijaíl Bajtín, “es importante conocer la intencionalidad comunicativa del sujeto enunciador y la actitud que adopta con respecto al tema. El sujeto enunciador (el locutor) trata de suscitar una reacción en el interlocutor. El enunciado, es considerado como el escenario donde se establecen las relaciones dialógicas de carácter interno y externo”. (García Barroso, 2015) La intencionalidad comunicativa intenta que el locutor consiga hacer llegar al oyente todo aquel contenido que le haga reaccionar frente a ello, ya sea a través de sus palabras o a través de su actitud frente a la información que está transmitiendo. Es por ello, por lo que autores como Castillo (1982) afirman que “el hombre es un sistema global de significación en la interacción, del cual la información verbal es solo una parte, relacionada indisolublemente con el aporte no verbal o analógico”.

“Es indiscutible que el periodista comunicador de hoy en día tiene que hacer un notable esfuerzo de adaptación a las nuevas tecnologías para poder formar parte de un proyecto audiovisual cualquiera”. (Peñafiel, López, 2002: 271) Desde esta nueva tendencia de grabación en video de los programas, los profesionales se han ido adaptando a la importancia de los gestos y las sensaciones que transmiten ya no solo con la voz, sino también con la forma de vestir o el lenguaje corporal.

Y es que la comunicación no verbal ocupa un lugar muy destacado. “Su importancia reside en la identificación y clasificación de signos y sistemas no verbales que intervienen a lo largo de una interacción de forma voluntaria o involuntaria y la relación que establecen con el discurso”. (García Barroso, 2015) Estos signos y sistemas no verbales quedan recogidos en un ámbito de la comunicación no verbal conocido como kinesia.

“La Kinesia es el estudio sistemático que hace referencia a los movimientos corporales no orales, de percepción visual y aquellas posiciones del cuerpo, ya sea de forma consciente o no, que poseen un valor comunicativo clave en el proceso de la comunicación no verbal combinado con la estructura lingüístico-paralingüística del hombre” (Cestero Mancera, 2006 citado en Domínguez Lázaro, 2009).

Flora Davis (2010), especialista americana en lenguaje corporal, ha realizado numerosos estudios de campo sobre la kinesia. Davis define como “‘marcadores’ definidos, a pequeños movimientos de cabeza, de ojos, de manos, de dedos o de hombros” de tal manera que estos marcadores complementan a la palabra y reafirman su significado. Ray Birdswhistell, pionero en kinesia, ha llegado a la conclusión de que “gran parte de la base de las comunicaciones humanas se desarrolla a un nivel por debajo de la

conciencia, en el cual las palabras solo tienen una relevancia directa. Más del 35 por ciento del significado social de cualquier conversación corresponde a las palabras habladas”. (Davis, 2010: 50). Esto que significa que entre el 60 y 65 por ciento del conocimiento informativo adquirido se obtiene bajo el lenguaje corporal. Teóricos de esta rama (Mark L. Knapp (1995:17) o Poyatos 1994:130, en Hernández y Rodríguez, 2009) categorizan la comunicación no verbal englobando el comportamiento kinésico en los gestos faciales, las posturas y las maneras. Algunos de ellos (Moral e Igartua 2005:164 y Wainwright 1993:54 en Hernández y Rodríguez, 2009) definen los gestos como movimientos breves de ciertas partes del cuerpo que pueden observarse de forma más clara en la cabeza y las extremidades, y que permiten alcanzar un grado de expresividad y sutileza que no se da en otras señales no verbales. Gracias a los gestos se pueden detectar sentimientos que con palabras se intentan ocultar. Es por ello, por lo que la kinesia es estudiada y analizada por todos los teóricos y profesionales de la comunicación no verbal.

Los aspectos que engloban la kinesia son fundamentales para la comunicación en un medio. En la televisión es un elemento imprescindible a la hora de transmitir información, en cualquier formato periodístico, siempre delante de una cámara informando con palabras, pero también se ha de tener en cuenta el lenguaje corporal. Gracias a la nueva tendencia de la radio a realizar sus programas con esta nueva tendencia audiovisual, también han de contar con los principales rasgos de la comunicación no verbal para que los profesionales que intervienen en ella sepan controlarlos y utilizarlos.

Para expertos en comunicación como Flora Davis (2010: 57) “Nunca lograremos tener un diccionario fiable de gestos inconscientes, porque el significado debe buscarse siempre solamente dentro del contexto general”. Incluso esta especialista en comunicación no verbal asegura que “algunos científicos han llegado a afirmar que el lenguaje hablado sería imposible sin los elementos no verbales”. (Davis, 201: 283)

2.4 Una aproximación a la comunicación mediática de los líderes políticos

La comunicación no verbal resulta imprescindible en la política. Actualmente, la sociedad, gracias a las nuevas tecnologías y nuevos formatos, ha fomentado la importancia de la imagen en aquellos que gobiernan o están relacionados con la política de un país. Los medios de comunicación, como la televisión, o la nueva tendencia de radiovisión, han impulsado la idea de que el público, ya sea oyente o espectador, exija a

los líderes políticos un control sobre su lenguaje corporal y su imagen. “Al tratarse de líderes políticos, la gesticulación o posiciones corporales son sumamente cuidadas. La imagen para cualquier ser humano es un rasgo importante y distintivo y es un aspecto que cobra mayor importancia en el desarrollo profesional de aquellas personas cuyo comportamiento se ve reflejado en los medios de comunicación, ya sean políticos, actores o comunicadores en general”. (Hernández y Rodríguez, 2009)

La comunicación política, como los propios medios, han de estar en una evolución permanente, al ritmo de las exigencias de la ciudadanía. Por ello, “los comunicadores políticos que no se actualizan, fracasan, y los gabinetes de comunicación tienen que estar atentos a las nuevas situaciones que se van produciendo para no quedar rezagados en sus estrategias”. (Yanes, 2009:40)

La política se ha impregnado con tanto interés en los medios que la sociedad ha demandado este contenido. Es por ello por lo que la comunicación mediática ha facilitado a los líderes políticos una nueva vía de conciliación y confianza con la sociedad.

Los medios de comunicación se han convertido en un elemento dependiente para las decisiones en la política, y son ellos los que han fomentado esta idea como rasgo esencial en los debates televisivos y radiofónicos. “Existe una relación simbiótica entre los medios de comunicación y la política en la cual los políticos usan a los medios en su beneficio, mientras que al mismo tiempo los medios periodísticos utilizan a los políticos según su conveniencia”. (Chmielewski, 1996)

Actualmente, se siguen métodos exclusivos y estratégicos para convencer a la ciudadanía. “La fuerza persuasiva depende más de su físico, encanto y su sonrisa que las ideas que expone, el programa que esboza o las fuerzas que le apoyan” (Berrocal, 2003: 65) La imagen se superpone a las palabras y los líderes políticos han de cuidar ya no solo su apariencia frente a las cámaras sino manejar el lenguaje corporal y la comunicación no verbal. La imagen, la emoción, la personalización y cercanía de los líderes políticos condiciona la elección de voto de la sociedad, y por ello, la comunicación mediática está estrictamente relacionada con la kinesia y el lenguaje corporal.

2.4.1. Elecciones generales 20D

Los últimos enfrentamientos en las urnas entre líderes políticos españoles ha sido en diciembre de 2015, donde nuevos partidos emergían frente al bipartidismo español que

estaba impuesto en el país. La campaña electoral coincidía con la implantación de nuevos formatos televisivos y radiofónicos y los líderes políticos se hacían partícipes de estos elementos para mostrar sus estrategias políticas y mediáticas.

Un factor importante de estas elecciones era que surgían dos nuevos partidos políticos, desvinculados de los dos grandes conjuntos españoles- Partido Popular y Partido Socialista- , que, pese a su corta trayectoria política, se positioningarían al mismo nivel que ambos partidos. Estas dos fuerzas políticas son Podemos y Ciudadanos, liderados por Pablo Iglesias y Albert Rivera respectivamente. Ambos líderes, jóvenes y enérgicos, conocen los medios y participan en ellos con gran intensidad, manejando la comunicación y la oratoria en cada una de sus intervenciones. Durante esta precampaña previa a la participación en las urnas el 20 de diciembre, los espectadores y oyentes han presenciado en los medios debates e informaciones referentes a los líderes más destacados de las elecciones.

Otro de los elementos que también condicionan las campañas electorales de los diferentes partidos políticos son las conocidas encuestas del CIS (Centro de Investigaciones Sociológicas) previas a las elecciones. Estas encuestas, que se publicaron en la precampaña del 20 D, guían el contexto de las entrevistas escogidas para la investigación. Esto significa que los líderes políticos, además de un discurso persuasivo están condicionados a los resultados de estas encuestas. Además, los oyentes, sobre todo los indecisos, también se guían de los resultados de estas investigaciones de precampaña. Los resultados publicados de los últimos sondeos en diciembre de 2015, días antes de las elecciones, aseguraban como ganador al PP con alrededor de 120-128 escaños. Le seguiría el PSOE con 77 a 89 escaños y quedaría en tercera posición Ciudadanos con 63-66 escaños. Como cuarta fuerza, Podemos, con 45-49 escaños. Debido a estas particiones, los principales líderes han apostado por la participación en los medios, una comunicación política renovada y un manejo más exigente de la comunicación no verbal. Un claro ejemplo de este dominio de los medios, es el dossier de comunicación de Podemos, que publicó El Confidencial (Olmo, 6/3/2016) donde se mostraban los elementos que el líder del partido, Pablo Iglesias, debería de tener en cuenta en su cara a cara con Albert Rivera en el programa de la Sexta, 'Salvados'. En él se muestran aspectos de la imagen del, como la colocación de su coleta, uso de manos o comparaciones con el líder de Ciudadanos. Ambos conocen la importancia de la imagen y el lenguaje corporal en los medios, de tal manera que lo fomentan y lo controlan en cada uno de sus encuentros.

La participación en programas de entretenimiento, debates a cuatro o tertulias ha permitido que los cuatro líderes mostraran su estrategia comunicativa, se acercaran a la sociedad y empatizarán con el ciudadano, intentando ganar votos y mostrando sus propuestas.

‘El cara a cara entre Sánchez y Rajoy’ en Atresmedia, ‘El cara a cara de Albert Rivera y Pablo Iglesias’ en ‘Salvados’, Pedro Sánchez en ‘El Hormiguero’, Mariano Rajoy en ‘¡Qué tiempo tan feliz!’ o ‘El debate a cuatro’ de Atresmedia son algunos de los ejemplos de la participación mediática de los cuatro líderes políticos.

Pero a pesar de la importancia de los debates para defender sus intereses, no se pueden olvidar las entrevistas televisadas o radiofónicas. La entrevista política es “un dialogo entendido como una apertura del entrevistado hacia el receptor, por lo que el periodista se convierte en un puente de relación entre las opiniones del personaje y las inquietudes políticas del ciudadano”. (Yanes, 2009: 169) Esas opiniones de las que habla Yanes, pueden guiarse, ya no solo en el contenido informativo, sino en la comunicación no verbal que puede derivar del encuentro y del contexto. “Cada uno necesita también del otro una retroalimentación no verbal mientras habla: una mirada relativamente fija y ciertas pautas de comportamiento, movimientos asentando la cabeza o reacciones faciales adecuadas”. (Davis, 2010: 290) Son elementos del lenguaje corporal que el líder político ha de tener en cuenta porque, a partir de ahora en radio, los oyentes ven y pueden crear su opinión a través del comportamiento del propio entrevistado. “Realmente es un duelo en el que el periodista busca una información novedosa y el político la transmisión de su mensaje persuasivo” (Yanes, 2009: 169)

3. Análisis del programa ‘Hoy por Hoy’, de Cadena SER

a) ‘Hoy por hoy’, un programa magazine de éxito

‘Hoy por hoy’ sigue liderando el ranking de programas con más oyentes en radio. El programa ratifica, según el último EGM de 2015, una oleada más, su primer puesto por encima de los 3.000.000 de oyentes más de 1.000.000 por encima de Carlos Herrera, en la COPE. Este programa líder en audiencia, es dirigido por Pepa Bueno y Gema Nierga. Se emite a diario, de lunes a viernes, desde las 6 de la mañana hasta las 12,20 del mediodía. Cuenta con un programa despertador, informativos y secciones de opinión que completan el propio magazine.

Pese a que sus inicios en los años 80, este programa fue dirigido por Iñaki Gabilondo y más tarde por Carles Francino. En 2012 cogió las riendas Pepa Bueno junto a Gema

Nierga. Ambas han conseguido distinguir 'Hoy por hoy' de otros magazines por las variadas entrevistas a diferentes líderes políticos o miembros del gobierno del país.

En la temporada de septiembre – enero de 2015, coincidiendo con las elecciones generales del 20 D en España, emitieron entrevistas con los principales líderes políticos que presentaban su candidatura. Mariano Rajoy, Pedro Sánchez, Pablo Iglesias, Alberto Garzón o Albert Rivera acudieron a la emisora de la Cadena SER para entrevistarse con Pepa Bueno, y en muchas ocasiones, emitir el programa bajo la nueva tendencia de radiovisión.

En el momento en el que Pepa Bueno y Gema Nierga dirigían 'Hoy por hoy', se comenzó a, además de emitir en directo, grabarlo en formato audiovisual. Gracias a estos cambios, se pone en un primer plano la importancia de la comunicación no verbal. Como ejemplo ligado a esta investigación, se observan cambios significativos en la presentación y el dominio corporal de la presentadora de 'Hoy por hoy', Pepa Bueno, desde 2013 hasta 2015. En tan solo dos años es notable su evolución en los rasgos kinésicos y secundarios como la vestimenta o el aspecto facial. Desde los inicios hasta la actualidad, se puede percibir a Pepa Bueno con una imagen adecuada a los medios audiovisuales: el pelo ondulado, con maquillaje o accesorios que adornan el cuello. Estos rasgos son el comienzo de una evolución del lenguaje corporal que tanto profesionales como invitados, en este caso, líderes políticos, cuidan para proyectar al público una buena imagen.



Figura 1: Pepa Bueno en el inicio de la temporada 2012/2013 de 'Hoy por hoy'
Fuente: Youtube (6/9/2012)



Figura 2: Pepa Bueno en la temporada 2015/2016 de 'Hoy por hoy'
Fuente: Youtube (15/12/2015)

Como ella, muchos profesionales han tenido que adaptarse a esta nueva forma de hacer radio, sin perder la esencia del medio. Gema Nierga (2010) afirma que en la radio aunque se suba al tren del mundo multimedia, no se olvida que la misión como profesionales es mantener vivo el verdadero espíritu del medio y no dejarán que el 'video mate a la estrella de radio'.

b) Entrevistas a los principales líderes políticos del 20 D

Tras el análisis recogido en una tabla de contenidos se concluye la investigación con ciertas conclusiones de cada uno de los sujetos. El análisis se centra en el lenguaje corporal kinésico y paraverbal de los líderes políticos más importantes en las elecciones generales del 20 D percibidos en las entrevistas del programa radiofónico de 'Hoy por hoy', en Cadena SER. Este estudio de la kinesia de los sujetos se centra en tres grandes bloques: la voz, la posición corporal y los gestos.

a. Mariano Rajoy, líder del Partido Popular

Mariano Rajoy es el líder político del Partido Popular, y se presenta a estas elecciones del 20 D siendo presidente del Gobierno de España. Las encuestas y barómetros del CIS le mostraban de nuevo ganador en las votaciones, pero sin conseguir la mayoría absoluta. Por ello, ya no solo ha de convencer al oyente con sus promesas, sino demostrar que no muestra contradicciones entre sus palabras y sus gestos.

En el fragmento escogido de la entrevista con Pepa Bueno, el 28 de octubre de 2015, se pueden percibir diferentes posiciones corporales o gestos para destacar.

a.1. Voz

El tono de voz de Mariano Rajoy es permanente durante toda la entrevista. Esto muestra monotonía y equilibrio en cuanto a la manera de transmitir y lanzar la información. Únicamente varía su tono de voz en preguntas retóricas que lanza durante la conversación. (‘¿Qué plantea Pepa?’, ‘¿Y cuál es el contenido?’)

Otro elemento importante que se detecta durante el encuentro es la velocidad con la que el sujeto habla. Solo agiliza su vocabulario cuando la periodista, Pepa Bueno, interviene espontáneamente en sus argumentos, de tal manera que las dos voces se entremezclan. Es en ese momento cuando Mariano Rajoy, rápidamente, sigue insistiendo en sus argumentos, para mostrar el convencimiento de sus palabras y el interés sobre el tema que quiere transmitir.

En cuanto a la claridad, en muchas ocasiones, le cuesta vocalizar. Esto puede ocurrir por nerviosismo que a su vez, dificulta la transmisión del mensaje. (‘Manejar con prudencia y con por(pro)porcionalidad’).

a.2. Posición corporal

La posición del cuerpo durante la entrevista, pasa por distintas fases. Al principio de la conversación, Mariano Rajoy se encuentra erguido, en la silla, frente a la mesa, y tan solo girando la cabeza levemente para mirar a la periodista. Muestra una actitud de seriedad, respeto y seguridad, sin apenas mostrar movimientos bruscos. Sin embargo, durante la entrevista, se va girando ligeramente para estar cara a cara con Pepa Bueno, pero sin estarlo completamente. Esto puede reflejar una participación cada vez más activa en la conversación, y una mejora de la interacción entre ambos protagonistas.

Además de la posición frente a la periodista, podemos observar la inclinación hacia delante de Mariano Rajoy, con ambos brazos apoyados en la mesa. Esta posición, la usa, sobre todo, para la escucha de las preguntas que Pepa Bueno le puede ofrecer. Es una muestra de cercanía e interés por los temas tratados. Incluso, en reiteradas ocasiones se inclina aún más hacia delante, para reforzar las ideas que plantea al igual que las reafirma con un movimiento constante de manos.



Figura 3: Entrevista de Pepa Bueno a Mariano Rajoy en 'Hoy por hoy'. El entrevistado mantiene una posición corporal ligeramente inclinada hacia delante.

Fuente: Youtube (28/10/2015)

Sin embargo, cuando Mariano Rajoy se inclina hacia atrás suele seguir siempre los mismos pasos: lo hace rápidamente, se toca la chaqueta, coge aire y vuelve a apoyarse en la mesa mientras vuelve a la posición inicial. Se podría definir este conjunto de gestos como 'pausa para coger aire'. Surge este movimiento en el intervalo de tiempo en el que Pepa Bueno hace una pregunta y Mariano Rajoy contesta.

Esta 'pausa para coger aire' va seguida de muletillas como 'eso lo dice usted, no yo', 'pues mire...' o 'mire, si usted quiere tenemos un debate sobre cifras'. Este ligero movimiento, lo ha realizado con mayor certeza cuándo Pepa Bueno le pregunta por el paro, la corrupción o los presuntos pagos con dinero negro en Génova.



Figura 4: Mariano Rajoy mantiene una posición corporal inclinada hacia delante. Fuente: Youtube (28/10/2015)



Figura 5: El candidato del PP se inclina hacia atrás antes de responder a las preguntas. Fuente: Youtube (28/10/2015)

Con este movimiento, muestra rechazo y desconfianza, y las palabras que acompañan a estos gestos lo reafirma. Todas estas posiciones van acompañadas de movimientos de cabeza, cejas, miradas y, sobre todo, de manos.

a.3.Gestos

Los gestos más específicos pueden ser, en muchas ocasiones, los que más información proporcionen. En cuanto a los movimientos de cabeza, Mariano Rajoy, aprovecha el momento en el que la periodista formula una pregunta para agachar la cabeza y ojear sus papeles repletos de datos, que en muchas ocasiones, lee sin timidez alguna.

Respecto al cuerpo, la cabeza la mantiene ladeada y girada hacia la derecha, manteniendo contacto visual con la periodista y mejorando así la interacción en la conversación. Además, asiente con la cabeza, reforzando sus palabras, mostrando confianza e interés. También se puede observar este gesto en Mariano Rajoy cuando la periodista formula una pregunta o aporta datos que refuerce el planteamiento de la misma. Este asentimiento, va seguido de un movimiento constante de manos, que puntualiza cada palabra que el presidente dice. Además, en muy pocas ocasiones, niega con la cabeza. Los movimientos de Mariano Rajoy, sea cual sea su contenido informativo a través de las palabras, siempre son de asentimiento, moviendo la cabeza de arriba abajo.

Cabe destacar también, que el candidato, durante la entrevista, se encoge de hombros en numerosas ocasiones, como síntoma de desconocimiento o duda. Estos gestos van acompañando coletillas como 'bueno, pues...' o reiteraciones como 'no, a mi no'.

Los movimientos de cejas de Mariano Rajoy no definen su lenguaje corporal. Apenas muestra gestos en la cara, únicamente levanta ambas cejas en señal de asombro por los temas tratados, cuando lanza preguntas retóricas tras escuchar a la periodista plantear información. Además, el protagonista de esta entrevista solo frunce el ceño, mostrando inconscientemente descontento o frustración cuando se plantean los problemas de España. En definitiva, los gestos de Mariano Rajoy son escasos en las cejas. Pero también, hay que destacar que en ningún momento de la entrevista sonríe. No se percibe ni una sonrisa natural, ni triste, ni sarcástica. Únicamente, al final del encuentro, al despedirse de Pepa Bueno y de los oyentes, esboza una sonrisa de labios cerrados, inexpresiva, cortés e incluso forzada.

En cuanto a la mirada, la dirige hacia la presentadora, por lo que muestra interacción, concentración y participación activa en la conversación y tan solo aparta la mirada

ligeramente hacia la izquierda, intercambiando este movimiento con la mirada fija en Pepa Bueno. Desviar la mirada hacia ese lado es síntoma de búsqueda de recuerdos, posiblemente para responder mejor a lo que se le pregunta. A pesar de sus recuerdos, el protagonista dirige la mirada hacia abajo, directamente a la mesa, donde en sus escritos tiene apuntadas cifras o contenido que puede usar para intervenir en la conversación. Sin embargo, el gesto más característico y más expresivo de Mariano Rajoy podemos encontrarle en las manos. Durante toda la entrevista, el sujeto tiene en las manos un bolígrafo o un clip, que le permiten tenerlas ocupadas y centrar su foco de atención en dichos elementos. Unas veces lo sujeta con ambas manos, otras veces juega con los objetos pasándolo de una mano a otra. Siempre que escucha las posibles preguntas de la entrevistadora, Mariano Rajoy sostiene alguno de los dos objetos.



Figura 6: Mariano Rajoy mantiene un clip y un bolígrafo en la mano durante la entrevista
Fuente: Youtube (28/10/2015)



Figura 7: Mantener un objeto muestra un desvío de atención del espectador
Fuente: Youtube (28/10/2015)

Pero el uso de argumentos siempre, en cualquier caso, va acompañado de gestos con las manos que refuerzan sus ideas, y las guía marcando un ritmo en sus palabras. Se trata de movimientos constantes de manos que dan energía a las palabras y acentúan el propio discurso. Mariano Rajoy, se caracteriza por enfatizar sus palabras con el dedo índice de la mano derecha. Aunque en muchas ocasiones, también lanza gestos descriptivos con las manos, poniendo imágenes al discurso y reafirmando a sus argumentos. Un ejemplo

claro, es el momento de la entrevista donde enumera no solo verbalmente sino también interpretándolo con las manos.



Figura 8: Mariano Rajoy enfatiza y reafirma su discurso con el dedo índice.
Fuente: Youtube (28/10/2015)



Figura 9: El entrevistado enumera la información.
Fuente: Youtube (28/10/2015)

Además, Mariano Rajoy coloca las palmas de las manos hacia arriba, dirección al exterior, cada vez que habla de los demás, marcando abertura o relación con otras personas. Sin embargo, cuando nombra a su propio partido, o sus actividades, las manos van hacia dentro, tocándose el torso, reafirmando en sus convicciones y hablando de él mismo.

Así, se podría decir que Mariano Rajoy completa su discurso marcando el ritmo con las manos y expresando su pensamiento en la posición del cuerpo, sin expresiones faciales que transmitan información relevante.

b. Pedro Sánchez, líder del Partido Socialista Obrero Español

Pedro Sánchez es el líder del PSOE- Partido Socialista Obrero Español-, partido que junto al PP, ha marcado el bipartidismo en el país. Ahora, ambos partidos se ven desprotegidos por las nuevas tendencias políticas emergentes. Aún así, las encuestas del CIS sitúan a este partido de cara las elecciones generales del 20 D como segunda fuerza política. Por este motivo, Pedro Sánchez ha de convencer a los oyentes y espectadores, no solo a través del discurso, sino también a través de su lenguaje corporal. En la entrevista con Pepa Bueno, el 17 de diciembre de 2015, muestra algunos gestos y posiciones con distintos significados.

b.1. Voz

El líder del partido socialista mantiene durante el fragmento de la entrevista con Pepa Bueno el mismo tono de voz. Un tono de voz estable que en ningún momento refleja ninguna variación, por lo que se trata de una forma monótona de argumentar, con interés por los temas tratados pero sin dificultad ni altibajos que diferencien el tono en una u otra ocasión. Al igual que la rapidez en su discurso, se mantiene el ritmo estable y acorde con la vocalización y la gesticulación que le permite argumentar de forma clara, sin nerviosismo que dificulte la transmisión del mensaje. Tampoco varía el volumen de voz durante la entrevista, lo que significa seguridad en sus palabras y en los argumentos que puedan contradecir las preguntas de la periodista.

b.2. Posición corporal

La posición del cuerpo de Pedro Sánchez durante el encuentro ha sido erguida, con la espalda recta pero ligeramente hacia delante, con ambas manos apoyadas en la mesa.

Por un lado, que el candidato tenga la espalda recta en la silla, es ejemplo de seguridad en sí mismo. Por otro, que esté ligeramente inclinado hacia delante da sensación de cercanía e interés en los temas que se están abordando en la entrevista. Además, Pedro Sánchez muestra ambos brazos apoyados en la mesa, dejándole en una posición de frente al micrófono. En numerosas ocasiones gira el cuerpo hacia la periodista, por lo que limita la interacción activa entre ambos en la conversación. Solo Pedro Sánchez se pone frente a frente, girando ligeramente la silla, y con ella su cuerpo, cuando Pepa Bueno le preguntaba sobre su futuro y el de su partido ('Nosotros, el partido socialista hemos dicho...' 'para mí es un contrato con los ciudadanos y lo voy a cumplir') o cuando habla de los problemas ocasionados por el gobierno del país ('Hay una responsabilidad política en el caso de Mariano Rajoy').



Figura 10: Pedro Sánchez se encuentra ligeramente inclinado hacia delante con ambos brazos apoyados sobre la mesa durante toda la entrevista. Fuente: Youtube (17/12/2015)

A la escucha de las preguntas que Pepa Bueno le lanza durante el encuentro, Pedro Sánchez se mantiene inclinado hacia delante pero cruzado de brazos, mostrando frialdad y falta de interés en muchas ocasiones.

b.3.Gestos

Frente a esta posición de cara al micrófono y no a la periodista, se percibe un giro constante de cabeza para dirigirse a Pepa Bueno. Sin embargo, en el fragmento escogido para el análisis de la entrevista, en ningún momento se percibe asentimiento o negación con la cabeza. Simplemente se observa encogerse de hombros de manera esporádica cada vez que usa la coletilla: 'yo creo'.

En cuanto las expresiones faciales, en alguna ocasión levanta ambas cejas o frunce el ceño. Sánchez levanta las cejas en dos momentos claves. En un primer momento, se observa este movimiento cuando Pepa Buena le hace preguntas esporádicas que interrumpen su discurso en señal de sorpresa o temor. Otro instante donde muestra este gesto es cuando pide el voto a los oyentes y espectadores, mostrando convencimiento junto sus argumentos.

Además, Pedro Sánchez frunce el ceño cuando habla de los problemas de otros partidos políticos o de los problemas que se han generado en el país los últimos años. Este movimiento muestra frustración e ira.

La posición erguida de Sánchez, hacia delante, frente al micrófono, se mantiene en sintonía con su mirada. Mantiene la mirada al frente para mostrar sus argumentos, aunque constantemente gira la cabeza para mantener contacto visual con la periodista, como señal de interés sobre los temas propuestos durante la entrevista.

Además, cabe destacar que agacha la cabeza en numerosas ocasiones y baja la mirada centrando su vista en la mesa, transmitiendo timidez o concentración en su discurso.

Pedro Sánchez desvía la mirada hacia un lado cuando habla de problemas del país, y sobre todo hacia el lado izquierdo, como síntoma de ejercicio de sus recuerdos, cuando sus argumentos empiezan en 'creo'.

Durante la entrevista, en un momento concreto, el candidato dirige la mirada hacia la derecha, lo que significa que ejercita la invención y la imaginación. Este gesto coincide con la siguiente frase: 'Hablamos muy poco de lo que puede ocurrir si en España se forman esos pactos. El 70% de los españoles en las encuestas dice que quiere cambiar, que no quiere cuatro años más con Mariano Rajoy'.



Figura 11: Pedro Sánchez dirige la mirada hacia la mesa.

Fuente: Youtube (17/12/2015)



Figura 12: El candidato del PSOE desvía la mirada hacia la derecha

Fuente: Youtube (17/12/2015)

Además, el entrevistado apuesta por la naturalidad mediante la sonrisa que esboza cuando opina ('Espero ser yo quien gane las elecciones'), de tal manera que transmite seguridad, sinceridad y naturalidad. Aún así, durante la entrevista no dibuja ninguna sonrisa en su rostro hasta el final. Cuando Pepa Bueno da por zanjada la entrevista y pasa a los agradecimientos, Pedro Sánchez delinea una sonrisa con los labios cerrados forzada, transmitiendo cortesía e inexpresividad.



Figura 13: Sánchez esboza una sonrisa natural
Fuente: Youtube (17/12/2015)



Figura 14: el líder socialista cierra la entrevista con una sonrisa forzada
Fuente: Youtube (17/12/2015)

El líder político del PSOE ha mantenido un juego de manos concreto durante el encuentro, pero con alguna curiosidad que conviene destacar para fortalecer el análisis. No mantiene en sus manos ningún objeto que desvíe la atención pero sí que mantiene su mano izquierda apoyada en la mesa durante la conversación. Con la derecha, Pedro Sánchez enfatiza su discurso con un movimiento constante para puntualizar el contenido informativo que quiere transmitir. Dirige su mano hacia fuera cuando habla de pactos, transmitiendo así relaciones con los demás y apertura. ('Hay una responsabilidad política por parte de Mariano Rajoy' 'En función de la gravedad del caso...')

Sin embargo, ocurre al contrario, dirigiendo su mano hacia su torso cuando habla de él mismo o de su partido y las posibles decisiones que van a tomar si ganan las elecciones. ('Yo creo...en mi caso...') Una vez más, Sánchez muestra su convicción reafirmando a sí mismo.



Figura 15: Pedro Sánchez enfatiza su discurso con movimientos constantes de manos
Fuente: Youtube (17/12/2015)

Cabe destacar, que el candidato socialista, durante el fragmento escogido de la entrevista, se toca la cara hasta en tres ocasiones, demostrando nerviosismo, negatividad o incomodidad frente a los temas propuestos. Los tres momentos en los que se toca la nariz o la barbilla coincide con tres declaraciones concretas:

‘Tenemos ahora dos fuerzas políticas que parece que van a entrar en la tercera y cuarta plaza y van a entrar con potencia en el Congreso de los Diputados...’

‘Anteponen sus intereses ante los intereses de los ciudadanos en ese territorio’

‘Lo que proponemos es endurecer las puertas giratorias a cinco años’



Figura 16: Sánchez se toca la cara en reiteradas ocasiones durante el encuentro
Fuente: Youtube (17/12/2015)



Figura 17: El líder del PSOE muestra nerviosismo e incomodidad
Fuente: Youtube (17/12/2015)

En definitiva, Pedro Sánchez ha mostrado durante la conversación cierto nerviosismo ante algunas cuestiones, así como negatividad en sus cruces de brazos a la escucha de las preguntas que Pepa Bueno podría ofrecerle, y la concentración en el desvío de las miradas hacia abajo y no manteniendo un constante cara a cara con la periodista.

c. Pablo Iglesias, líder de Podemos

El partido que lidera Pablo Iglesias se considera uno de los partidos que ha roto el bipartidismo que durante años, se ha implantado en España. Para las elecciones del 20 D, las encuestas del CIS situaban a Podemos como cuarta fuerza política, por lo que la responsabilidad también quedaría reflejada en las numerosas entrevistas en las que Iglesias participara. Pepa Bueno entrevistó a Pablo Iglesias el 3 de septiembre de 2015, a comienzos de la temporada de 'Hoy por hoy' y a principios de precampaña.

c.1. Voz

El tono de voz de Pablo Iglesias es estable durante el fragmento de la entrevista seleccionado. Mantiene la misma tonalidad y no surge ningún enfrentamiento de argumentos con Pepa Bueno, por lo que muestra monotonía en las intervenciones. Sin embargo, esta monotonía rompe con la velocidad del discurso de Pablo Iglesias, que refleja interés y ganas de informar y de convencer. Aún así, esta rapidez no dificulta la argumentación del protagonista porque gesticula tanto que su discurso es claro y no muestra, pese a su premura, nerviosismo en sus palabras. Además, en ningún momento levanta el timbre de voz, por lo que el volumen es estable, sin recurrir a enfrentamientos verbales violentos.

c.2. Posición corporal

La posición del cuerpo del candidato en la entrevista es fija. Pablo Iglesias mantiene el cuerpo ligeramente hacia delante, mostrando una actitud activa e interesada sobre los temas tratados. Esa ligera posición del cuerpo hacia delante está acompañada con los brazos, sobre todo el izquierdo, que apoya en la mesa durante la conversación. El brazo derecho lo levanta en numerosas ocasiones para recalcar ciertos temas y gesticular también con las manos. A pesar de mantener los brazos apoyados en la mesa, Pablo Iglesias mantiene un cara a cara con la presentadora, lo que hace que su cuerpo se gire visiblemente hacia ella. Esto muestra interés e interacción entre ambos participantes de la conversación, así como una escucha activa.

Cabe destacar, que pese al interés mostrado durante todo el encuentro, Pablo Iglesias se muestra erguido, con ambos hombros hacia arriba. Esta posición, refleja constante respeto y seguridad. Se puede confundir con un esporádico movimiento de hombros, que puede expresar desconocimiento o duda, pero en este caso, el candidato muestra una posición persistente erguida con los hombros encogidos. Es por esa persistencia por lo que refleja la seguridad en su lenguaje corporal.



Figura 18: Durante la entrevista de Pepa Bueno, Pablo Iglesias dirige su cuerpo hacia delante con los hombros encogidos
Fuente: Youtube (3/9/2015)

c.3.Gestos

Durante la entrevista, los gestos más marcados y, por lo tanto, más visibles son los gestos de la cara. A pesar de su posición corporal, el juego de cabeza y movimiento de cejas habitúa a pensar que marcan el ritmo de su discurso.

En un primer momento, examinando los movimientos de cabeza, Pablo Iglesias, en muy pocas ocasiones ladea la cabeza, sino que asiente cada vez que habla de su partido o de sí mismo ('Nosotros estamos proponiendo...' 'Habrá que abrir consulados en Siria') Se observa que durante el encuentro tienen la cabeza ligeramente girada para mantener contacto visual con la periodista, en la misma dirección que su cuerpo. Pero no solo asiente sino que cada vez que marca un ritmo de su discurso con las manos, su cabeza acompaña a esos movimientos, reiterando sus palabras.

Ligeramente se observan gestos que reflejan la negación, ligado directamente con sus argumentos. ('A pesar de estar firmando un acuerdo que es malo, que no le gusta a él y no me gusta a mí'. 'La lista de los recortes y la lista de la corrupción').

Pero, sin duda, los movimientos más característicos de Pablo Iglesias son los de las cejas. Fruncir el ceño o levantar ambas cejas durante la conversación puede repetirse en infinidad de ocasiones.



Figura 19: Pablo Iglesias frunce el ceño en reiteradas ocasiones
Fuente: Youtube (3/9/2015)



Figura 20: El líder de Podemos levanta ambas cejas reiterando su discurso
Fuente: Youtube (3/9/2015)

Levantar ambas cejas va ligado a la idea de de sorpresa o temor por el contenido que abordan. Aun así, Pablo Iglesia lo utiliza en el momento en el que da razones en su discurso. ('La comunidad europea tiene mucho que ver con haber avivado el fuego de un conflicto' 'y el derecho a decidir se hace a través de un referéndum no a través de estas elecciones')

Por otro lado, fruncir el ceño es señal de desacuerdo, enojo o frustración, y este significado sí que coincide con el discurso del entrevistado. Cada vez que argumenta contenido negativo, su rostro se tensa y forma el ceño, de tal manera que Iglesias muestra enfado automáticamente. ('Somos el continente de refugiados que más ha producido' 'No se puede separar de lo que ha ocurrido en Grecia') Sin duda, son movimientos muy característicos de este candidato.

En cuanto a la mirada, la mantiene con Pepa Bueno, de tal manera que refleja el interés e incluso la intimidación y la capacidad de convencimiento a través de los ojos. En ocasiones, desvía la mirada hacia un lado, normalmente hacia la izquierda, cuando habla de problemas del país, reflejando cierto nerviosismo o indignación. Sin embargo, cuando dirige la mirada de una manera más tajante hacia la izquierda, coincide cuando su discurso está basado en sus creencias. Cada vez que cita las palabras 'yo creo' desvía y dirige su mirada hacia la izquierda, lo que significa que activa sus recuerdos. Si fuera en caso contrario, hacia la derecha, activaría la invención y la imaginación.

En cuanto a la sonrisa, Pablo Iglesias no ha esbozado ningún tipo de sonrisa durante la entrevista con Pepa Bueno. La seriedad del encuentro no ha incitado al uso de este gesto. Cabe destacar, que aunque el fragmento escogido para el análisis carecía de saludo inicial y cierre de la entrevista, en ningún momento Pablo Iglesias ha optado por

la sonrisa como elemento principal para transmitir información complementando al discurso.

Las manos, sin embargo, sí que han acompañado a sus argumentos. Reitera sus palabras con la mano derecha al ritmo de su discurso. Con el dedo índice extendido, enfatiza sus argumentos y recalca las decisiones y promesas que su partido puede ofrecer.



Figura 21: Pablo Iglesias, durante la entrevista, enfatiza su discurso con las manos
Fuente: Youtube (3/9/2015)

También usa la mano derecha cuando habla de él mismo, dirigiendo su dedo índice hacia el pecho, o incluso cuando habla del gobierno español en temas internacionales. Se trata de gestos descriptivos que acompañan al discurso y ponen una imagen a la información pero también, permiten reafirmar sus convicciones al hablar sobre él mismo. Sin embargo, en muchas ocasiones, cuando habla de otros, la mano se dirige hacia afuera, reflejando apertura o, efectivamente, relaciones con otras personas.

En definitiva, Pablo Iglesias apenas varía su posición corporal como muestra de seguridad. Sin embargo, son los gestos en sus facciones los que transmiten información relevante y complementa el discurso. Las cejas, concretamente levantar ambas o fruncir el ceño, son dos gestos que en infinidad de ocasiones se perciben durante la conversación, transmitiendo enfado o desconfianza, así como sorpresa o temor.

d. Alberto Garzón, líder de Izquierda Unida

Alberto Garzón es el candidato de Unidad Popular Izquierda Unida como presidente del gobierno en las elecciones generales del 20 D. No ha sido una fuerza política nueva, sino que ha ido a la cola del bipartidismo ofreciendo otras alternativas referentes a la izquierda. Según el CIS, Izquierda Unida se posiciona junto a partidos nacionalistas, por detrás de los cuatro principales partidos españoles. Aún así, Alberto Garzón plantea su programa en entrevistas como la del 15 de diciembre de 2015 en 'Hoy por hoy' que acompaña con diferentes gestos.

d.1.Voz

Garzón, mantiene durante toda la entrevista con Pepa Bueno un tono de voz constante y monótono que no aporta ningún significado más a parte del interés por transmitir sus argumentos. La velocidad tampoco varía, por lo que la energía para mostrar sus argumentos no se contradice con la necesidad de contarlos más rápido. La tranquilidad y seguridad del candidato le permite mostrar un discurso claro, y un volumen estable ya que no se muestra tintes de nerviosismo en sus palabras, y por lo tanto, no dificulta la transmisión del mensaje.

d.2.Posición corporal

El candidato de IU se mantiene hermético durante toda la entrevista y en la misma posición. Desde el inicio, se encuentra inclinado hacia delante pero erguido, con la espalda recta. Esto muestra interés por los temas que se van a tratar y una actitud activa de cara a la posible interacción con la entrevistadora.

La cercanía y la seguridad se complementan con esa actitud interesada, ya que se mantiene ligeramente girado hacia su lado derecho, donde se encuentra la periodista. Mantienen un cara a cara que muestra más complicidad aunque la mirada de Alberto Garzón no se dirige completamente hacia Pepa Bueno.

Su brazo derecho, en consecuencia a ese giro del cuerpo, se mantiene apoyado en la mesa. Es un gesto que no varía durante la entrevista. Además, cabe destacar, que en relación con otros movimientos, la dirección del cuerpo va en el mismo sentido que la cabeza, de tal forma que el candidato no tiene que realizar gestos bruscos, y por tanto no muestra rechazo y conflicto en su lenguaje corporal.



Figura 22: Alberto Garzón muestra una posición de cuerpo inclinado durante toda la entrevista
Fuente: Youtube (15/12/2015)

d.3. Gestos

Siguiendo con los gestos observados en relación a los movimientos de cabeza, cabe destacar que no hace movimientos ni gestos muy marcados durante todo el encuentro. No ladea la cabeza, como se ha explicado anteriormente, pero tampoco asiente o niega con tanta energía como para que se perciba a simple vista, por lo que no muestra ni interés ni desacuerdo a través de estos gestos.

Tampoco se encoge de hombros en señal de incertidumbre o duda, pero no se muestra un conflicto de argumentos entre el protagonista de la entrevista y la periodista. Por lo tanto, no hay necesidad de que los movimientos sean demasiado bruscos.

En cuanto a los movimientos de cejas, si que se distinguen gestos, pese a que el candidato de Izquierda Unida lleve gafas. Los movimientos de ambas cejas levantadas reflejan un interés por los aspectos positivos que se pueden observar en el tema electoral ('Incluye elementos que le han caracterizado por ser ilusionante'). Este gesto se centra en enfatizar información y marcar el ritmo del discurso. No se muestran más tipos de movimientos que los de ambas cejas hacia arriba. No frunce el ceño, ni hace gestos repetitivos como suele ser habitual en otros casos.



Figura 23: Alberto Garzón levanta ambas cejas en determinadas ocasiones para enfatizar su discurso
Fuente: Youtube (15/12/2015)

En el caso de las miradas, Garzón mantiene una combinación durante toda la entrevista. Aun estando cara a cara con Pepa Bueno, en muchas ocasiones desvía su mirada hacia la izquierda, y seguidamente mira a la periodista para mostrar interés y mantener activa la conversación. Esta combinación se repite una y otra vez durante todo el encuentro. Dirigir la mirada hacia la izquierda muestra actividad en la parte de los recuerdos, por lo que se intuye que su discurso este centrado en ellos.

La sonrisa también aparece durante la entrevista, como un gesto espontáneo y casi fugaz. Se trata de un único momento en el que esboza una sonrisa al comienzo de la conversación cuando reconoce haber escuchado un debate a dos por cadena SER, que coincide con la cadena del programa donde se realiza el encuentro. Se trata de una sonrisa natural y espontánea que muestra naturalidad y rebaja la tensión que muestra con sus manos.



Figura 24: Alberto Garzón esboza una sonrisa natural y fugaz durante la entrevista
Fuente: Youtube (15/12/2015)

Y es que en los gestos que hace Alberto Garzón con las manos son los más importantes para el análisis, por ser los más notables durante la entrevista. El candidato de IU une las manos y entrelaza los dedos. Mantiene esta posición toda la conversación.

Que mantenga las manos apretadas es síntoma de tensión, cualidad que no muestra durante el discurso, ni con el tono de voz ni con la posición de su cuerpo, tan solo con las manos. Cabe destacar, que al comienzo de la entrevista Garzón mantiene los brazos cruzados, aunque en seguida adquiere la posición en la que realizará la conversación completa.



Figura 25: Garzón mantiene las manos apretadas durante toda la entrevista
Fuente: Youtube (15/12/2015)

Además de este gesto, usa la mano derecha para dar ritmo a su discurso enfatizando con movimientos constantes. Además de mostrar energía, puntualiza las partes de la información que quiere destacar. ('Pensando por y para la gente')

Otro de los gestos repetidos durante el encuentro son los movimientos de las manos dirigidas hacia afuera. Alberto Garzón lo para centrarse en la relación con los demás y mostrar una apertura en caso de no citar personas. ('Las mismas políticas, las mismas medidas que nos han traído hasta aquí') Al contrario, únicamente se toca el torso o dirige sus manos hacia su cuerpo cuando habla de él mismo y diciendo: 'Yo creo, personalmente'.



Figura 26: Alberto Garzón realiza constantes movimientos con la mano derecha o con ambas manos

Fuente: Youtube (15/12/2015)

En definitiva, Alberto Garzón no realiza movimientos muy marcados durante la entrevista sino que tanto su voz, como su lenguaje corporal se mantienen estables, sin gestos muy definidos pero sí espontáneos. Únicamente cabe destacar la posición de sus manos con los dedos entrelazados durante toda la entrevista, en señal de tensión que no queda reflejada en sus argumentos.

4. Conclusiones

La radiovisión es el nuevo formato audiovisual de un medio de comunicación que antes únicamente estaba centrado en los sonidos y más concretamente, en la voz y en la música. Una de las principales causas de esta novedad es la integración de los medios en Internet, de tal manera que la interacción y, sobre todo, la multimedialidad ha comenzado a adquirir importancia en la Red. Estos rasgos distintivos de Internet han permitido que la radio forme parte de la web 2.0 y se adapte a la demanda social de medios de comunicación audiovisuales.

La radio tradicional se ha adaptado a Internet apostando por nuevos formatos que fortalecen la actividad comunicativa y permiten cubrir las exigencias de la sociedad. La radiovisión es un ejemplo de las nuevas tendencias que han aparecido gracias a la incorporación de la radio en la Red.

Las principales cadenas generalistas de España apostaron a principios del 2000 en volcar todo el contenido informativo en páginas web propias de cada cadena de radio e incluso realizar los programas streaming. Más tarde, además de podcast y programas en directo, las principales cadenas incorporaron el formato video, convirtiendo al oyente en espectador. De este modo, actualmente, el espectador, no solo escucha el contenido informativo, sino que también puede observar cómo trabajan aquellos que realizan esa información. Por este motivo, los nuevos espectadores exigen además de un correcto tratamiento de la información, un dominio de la gestualidad y la posición corporal por parte de aquellos que realizan el programa.

El hecho de la creación de esta nueva tendencia de “la radio que se ve” hace que el propio medio y los profesionales que participan en él cambien su forma de trabajar y se adapten a las nuevas necesidades, que en este caso, reclama el formato video.

El profesional, y todo aquel que participe en la radio, ya no solo debe cuidar la voz y su forma de argumentar, sino que debe dominar aspectos centrados en la comunicación no verbal.

A través de un análisis del comportamiento kinésico, se ha demostrado que los líderes políticos españoles, frente a unas elecciones generales, tienden a cuidar estos elementos del lenguaje corporal, que acompañan o contradicen su discurso.

La comunicación mediática de los líderes políticos ha surgido por las continuas exigencias de los espectadores por visionar y escuchar sus propuestas a través de los medios de comunicación. Es la ciudadanía la que exige un dominio de la comunicación

verbal y no verbal en la política, porque los medios de comunicación se han convertido en un elemento fundamental para que los principales candidatos planteen sus discursos y consigan votos.

En esta investigación se ha comprobado que cuatro de los líderes más importantes que se presentaban a las elecciones generales del 20 D muestran en cada acto una estudiada posición corporal, un ritmo de discurso estable y gestos y expresiones faciales concretas que reflejan la importancia de la kinesia y la comunicación no verbal en la política.

Pero a pesar de ese dominio de la posición corporal o los gestos, los principales líderes políticos españoles realizan movimientos o expresiones que indirectamente reafirman sus argumentos o, por el contrario, contradicen su discurso.

En el análisis de las cuatro entrevistas realizadas a los principales candidatos a presidente del gobierno en el programa de radio 'Hoy por hoy' de Cadena SER, durante el periodo de precampaña de las elecciones generales del 20 D, se han percibido gestos y movimientos que enfatizaban o refutaban la información:

Mariano Rajoy, presidente del gobierno y líder del PP, usa principalmente las manos para reafirmar su discurso y dar ritmo a sus argumentos, mostrando seguridad y convencimiento con sus palabras. Aun así, durante la entrevista sujeta un bolígrafo con ambas manos para centrar el foco de atención. Sin embargo, en numerosas ocasiones, tras preguntas comprometidas hace lo que hemos llamado 'pausa para coger aire' transmitiendo cierto rechazo en esos temas.

Pedro Iglesias, líder del PSOE, realiza la entrevista con una posición corporal que refleja cierto desinterés por no mostrar cercanía con la propia periodista, al estar frente al micrófono. Giraba la cabeza para mantener contacto con Pepa Bueno, además de desviar la mirada hacia abajo, dirección a la mesa, mostrando concentración y poca seguridad. Además, cabe destacar que es el único líder de los cuatro que en ciertos momentos se tocaba la cara, síntoma de nerviosismo e incomodidad.

Pablo Iglesias, líder de Podemos, vocaliza de tal manera que su discurso es claro y estable. Durante su entrevista, se muestra cara a cara a la periodista e inclinado hacia delante, pero con los hombros encogidos. Muestra cercanía e interés gracias esta posición corporal. Las expresiones que más se perciben son los gestos que el candidato realiza con las cejas. Levantar ambas para reafirmar su discurso hace que muestre convencimiento en sus palabras, así como fruncir el ceño en argumentos negativos como muestra de enfado.

Alberto Garzón, líder de Izquierda Unida, sin embargo se muestra estable en sus gestos y en sus movimientos. Únicamente cabe destacar de este candidato, que durante la entrevista, además de mantener un tono de voz y un hieratismo en su posición corporal, cruza las manos entrelazando los dedos. Este gesto, además de captar un foco de atención, como Mariano Rajoy con el bolígrafo, muestra tensión e incertidumbre.

En definitiva, esta investigación, ha permitido mostrar que la radio, a partir de ahora, cuenta con un elemento fundamental que es la comunicación no verbal. Ya no solo importa la voz, sino también se tiene en cuenta la posición corporal, los movimientos y los gestos que acompañan o contradicen al lenguaje. Elementos que no solo afectan a los profesionales de la radio, sino a los líderes políticos que, cada vez más, se sienten cohibidos frente a las exigencias de los oyentes que ahora se pueden llamar espectadores.

5. Referencias bibliográficas consultadas

5.1. Fuentes bibliográficas y fuentes de Internet

- Berrocal, Salomé, (Coord.) (2003). *Comunicación política en televisión y nuevos medios*. Barcelona: Editorial Ariel Comunicación.
- Cadenaser.com (2015). “La Cadena SER cierra 2015 con un sólido liderazgo”. Recuperado el 4 de Junio de 2016 de:
http://cadenaser.com/ser/2015/12/02/sociedad/1449039849_027034.html
- cadenaser.com (2010). La SER inicia la gira “IxD”, “Ideas por descubrir”. Recuperado el 4 de Junio de 2016de:
http://cadenaser.com/ser/2010/10/15/sociedad/1287108805_850215.html
- cadenaser.com. El programa. Recuperado el 5 de junio de 2016 de:
http://cadenaser.com/programa/f/hoy_por_hoy/
- Castillo, Guillermo (1982) El comportamiento no verbal y el concepto de totalidad en el proceso de la comunicación. *Revista Comunicación y Medios*, 2, 1982 p. 61-67. Recuperado el 27 de mayo de 2016 de:
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5242595.pdf>
- Cebrián, Mariano (2008) *La radio en el entorno de las multiplataformas de comunicaciones*. Recuperado el 10 de junio de 2016 de:
<https://blogintercomradio.files.wordpress.com/2011/09/la-radio-en-el-entorno-de-las-multiplataformas-de-comunicaciones.pdf>
- Cebrián, Mariano (2009) Expansión de la ciberradio. *Enl@ce Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*. 6 (1), p. 11-23. Recuperado el 10 de junio de 2016 de:
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2932188>

- Chmielewski, Jaqui (1996) Medios de comunicación y política. *Colección*. 3. P.61-70. Recuperado el 15 de junio de 2016 de:
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2330497>
- Davis, F. (2010) *La comunicación no verbal*, España, Alianza Editorial
- Domínguez Lázaro, M^a. R. (2009) La importancia de la comunicación no verbal en el desarrollo cultural de las sociedades. *Razón y palabra*, 70. Recuperado el 29 de mayo de 2016 de:
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3104442>
- elconfidencial.com (2016). Así domina Podemos los medios: “Pablo no debe pestañear 75 veces por minuto”. Recuperado el 17 de junio de 2016 de:
http://www.elconfidencial.com/espana/2016-03-06/asi-domina-podemos-los-medios-pablo-no-debe-pestanear-75-veces-por-minuto_1163357/
- elpais.com (2015). Encuestas del CIS para el 20-D. Recuperado el 17 de junio de 2016 de: http://elpais.com/elpais/2015/12/03/media/1449142505_535753.html
- García Barroso, Lorena (2015) Lo que las palabras no dicen: discurso no verbal en entrevistas televisadas. *Estudios interlingüísticos*, 3, p. 27-46. Recuperado el 20 de mayo de 2016 de:
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5269324>
- Hernández Herrarte, María y Rodríguez Escanciano, Imelda (2009) Investigar en comunicación no verbal: un modelo para el análisis del comportamiento kinésico de líderes políticos y para la determinación de su significación estratégica. *Enseñanza & Teaching: Revista interuniversitaria de didáctica*, 27(1), p. 61-94. Recuperado el 20 de mayo de 2016 de:
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3114980>

- Igartua, Juan José y Humanes, María Luisa (2004) *El método científico aplicado a la investigación en comunicación social*, España, Síntesis. Recuperado el 2 de junio de 2016 de: <http://www.portalcomunicacion.net/download/6.pdf>
- Martínez Costa, María del Pilar, Moreno, Elsa y Amoedo, Avelino (2012) La radio generalista en la red: un nuevo modelo para la radio tradicional. *Anagramas: Rumbos y sentidos de la comunicación*, 10(20), p.165-180. Recuperado el 12 de junio de 2016 en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4167650>
- Martínez Costa, María del Pilar (2003) El escenario digital de la radio: DAB y Cyber- radio ¿Dos modelos de producción y consumo diferentes para repensar la radio? en López Vidal, Nereida y Peñafiel, Carmen (Coords.) *Odisea 21. La evolución del sector audiovisual. Modos de producción cambiantes y nuevas tecnologías*, Madrid, UFV-Fragua, Madrid.
- Navarro, Pau. Todo lo que deberías saber sobre el lenguaje corporal. Habilidad social. Recuperado el 28 de mayo de 2016 de: <http://habilidadesocial.com/el-lenguaje-corporal/>
- Ortiz Sobrino, Miguel Ángel y López Vidales, Nereida (Coord.) (2011), *Radio 3.0 Una nueva radio para una nueva era. La democratización de los contenidos*, Madrid, España, Fragua
- Palazio, G. J. (1999). La radiovisión, el nuevo medio multiservicio. *Zer: Revista de estudios de comunicación*, (6).
- Peñafiel Saiz, Carmen y López Vidales, Nereida (2002), *La radio: Claves para la Era Digital: Evolución hacia nuevos medios, nuevos lenguajes y nuevos servicios*, Bilbao, España, Universidad del País Vasco
- Ribes, Francesc Xavier (2003). Internet, la radio que se ve, en López Vidal, Nereida y Peñafiel, Carmen (Coords.) *Odisea 21. La evolución del sector*

audiovisual. Modos de producción cambiantes y nuevas tecnologías, Madrid, UFV- Fragua, Madrid.

- Sanders, Karen, Canel, María José, Capdevila, Arantxa y Gurrionero, Mario G., (Coord.)(2013), *Estudios de comunicación política. Libro del año 2012*, Madrid, España, Editorial Tecnos
- SER, Cadena (2010), *Cadena SER anuario.10*, Madrid, España, Sociedad Española de Radiodifusión
- Sierra, Restituto (1998), *Técnicas de investigación social*, Editorial Paraninfo
Recuperado el 2 de junio de 2016 de:
<https://es.scribd.com/doc/137671439/Sierra-Bravo-Restituto-Tecnicas-de-Investigacion-Social>
- teleprograma.es (2015) Elecciones 20- D: todas las fechas de los debates y entrevistas a Rajoy, Sánchez, Rivera e Iglesias. Recuperado el 5 de junio de 2016 de:
<http://teleprograma.fotogramas.es/programas-tv/2015/diciembre/debate-elecciones-pp-psoe-podemos-ciudadanos>
- Yanes, Rafael (2009), *Comunicación política y periodismo*, Madrid, España, Editorial Fragua
- Zumeta, Gorka (2015) ¡Nos tocaba! Recuperado el 10 de junio de 2016 de:
<http://www.gorkazumeta.com/2015/02/13-de-febrero-dia-mundial-de-la-radio.html>

5.2. Fuentes audiovisuales

- Baró, Teresa (2013, 3, 5). El poder del lenguaje corporal. Recuperado el 25 de mayo de 2016 de: <https://www.youtube.com/watch?v=eeNevtKj3V4>

- Baró, Teresa (2014, 4, 25). El lenguaje paraverbal. La voz y cómo utilizarla. Recuperado el 25 de mayo de 2016 de: <https://www.youtube.com/watch?v=-NQjM7YZm4>
- Cadena SER (2015, 12, 17). Sánchez: "Los españoles decidirán mi futuro el 20-D, y después, los militantes". Cadena SER. Recuperado el 13 de junio de 2016 de: https://www.youtube.com/watch?v=EjoJuA5OzpE&list=PLBFqmaTda_wuv_xjF7ZxeUofL-L9oq4_R&index=20
- Cadena SER (2015, 9, 3). "Europa debe abrir consulado en Siria". Cadena SER. Recuperado el 8 de junio de 2016 de: https://www.youtube.com/watch?v=XfCYdF4x6bg&list=PLBFqmaTda_wuv_xjF7ZxeUofL-L9oq4_R&index=52
- Cadena SER (2015,10, 28). Rajoy, sobre la suspensión de la autonomía: "No me gustaría llegar a eso". Recuperado el 5 de junio de 2016 de: https://www.youtube.com/watch?v=wDCpuZiF9T0&list=PLBFqmaTda_wuv_xjF7ZxeUofL-L9oq4_R&index=34
- Izquierda Unida (2012, 12, 15). Entrevista a Alberto Garzón en 'Hoy por hoy' (Cadena Ser, 15.12.2015). Recuperado el 17 de junio de 2016 de: <https://www.youtube.com/watch?v=K1BMvpxJv14&list=PLEvQOB0nGmCLDCTdOzQhad7Ux1-9B6Q0M&nohtml5=False>
- Mabad (2012, 9, 6). Hoy por Hoy. Cadena SER. Inicio Temporada 2012-2013 con Pepa Bueno. Cámara estudios. Recuperado el 3 de junio de 2016 de: <https://www.youtube.com/watch?v=VLD3XB6dsnQ>
- Protocolo y Etiqueta (2014, 7,20). Hablar con las manos. Ser muy expresivos. Recuperado el 25 de mayo de 2016 de: <https://www.youtube.com/watch?v=oxKGSIEsCbA>

- Protocolo y etiqueta (2014,1, 21) La voz. La entonación. Lenguaje paraverbal. Recuperado el 25 de mayo de 2016 de:
<https://www.youtube.com/watch?v=mMUziJB6jEM>
- Spanishwithelizabeth (2012, 9, 15). La sonrisa – Comunicación no verbal. Recuperado el 25 de mayo de 2016 de:
<https://www.youtube.com/watch?v=HhrMHxLDwog>

5.3 Ilustraciones

- Figura 1: Pepa Bueno en el inicio de la temporada 2012/2013 de 'Hoy por hoy'. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=VLD3XB6dsnQ>
- Figura 2: Pepa Bueno en la temporada 2015/2016 de 'Hoy por hoy'. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=K1BMvpxJv14&list=PLEvQOB0nGmCLDCTdOzQhad7Ux1-9B6Q0M&nohtml5=False>
- Figura 3: Entrevista de Pepa Bueno a Mariano Rajoy en 'Hoy por hoy'. El entrevistado mantiene una posición corporal ligeramente inclinada hacia delante. Disponible en:
https://www.youtube.com/watch?v=wDCpuZiF9T0&list=PLBFqmaTda_wuv_xjF7ZxeUofL-L9oq4_R&index=34
- Figura 4: Mariano Rajoy mantiene una posición corporal inclinada hacia delante. Disponible en:
https://www.youtube.com/watch?v=wDCpuZiF9T0&list=PLBFqmaTda_wuv_xjF7ZxeUofL-L9oq4_R&index=34
- Figura 5: El candidato del PP se inclina hacia atrás antes de responder a las preguntas. Disponible en:
https://www.youtube.com/watch?v=wDCpuZiF9T0&list=PLBFqmaTda_wuv_xjF7ZxeUofL-L9oq4_R&index=34

- Figura 6: Mariano Rajoy mantiene un clip y un bolígrafo en la mano durante la entrevista. Disponible en:
https://www.youtube.com/watch?v=wDCpuZiF9T0&list=PLBFqmaTda_wuv_xjF7ZxeUofL-L9oq4_R&index=34
- Figura 7: Mantener un objeto muestra un desvío de atención del espectador. Disponible en:
https://www.youtube.com/watch?v=wDCpuZiF9T0&list=PLBFqmaTda_wuv_xjF7ZxeUofL-L9oq4_R&index=34
- Figura 8: Mariano Rajoy enfatiza y reafirma su discurso con el dedo índice. Disponible en:
https://www.youtube.com/watch?v=wDCpuZiF9T0&list=PLBFqmaTda_wuv_xjF7ZxeUofL-L9oq4_R&index=34
- Figura 9: El entrevistado enumera la información. Disponible en:
https://www.youtube.com/watch?v=wDCpuZiF9T0&list=PLBFqmaTda_wuv_xjF7ZxeUofL-L9oq4_R&index=34
- Figura 10: Pedro Sánchez se encuentra ligeramente inclinado hacia delante con ambos brazos apoyados sobre la mesa durante toda la entrevista. Disponible en:
https://www.youtube.com/watch?v=EjoJuA5OzpE&list=PLBFqmaTda_wuv_xjF7ZxeUofL-L9oq4_R&index=20
- Figura 11: Pedro Sánchez dirige la mirada hacia la mesa. Disponible en:
https://www.youtube.com/watch?v=EjoJuA5OzpE&list=PLBFqmaTda_wuv_xjF7ZxeUofL-L9oq4_R&index=20
- Figura 12: El candidato del PSOE desvía la mirada hacia la derecha. Disponible en:
https://www.youtube.com/watch?v=EjoJuA5OzpE&list=PLBFqmaTda_wuv_xjF7ZxeUofL-L9oq4_R&index=20

- Figura 13: Sánchez esboza una sonrisa natural. Disponible en:
https://www.youtube.com/watch?v=EjoJuA5OzpE&list=PLBFqmaTda_wuv_xjF7ZxeUofL-L9oq4_R&index=20

- Figura 14: El líder socialista cierra la entrevista con una sonrisa forzada. Disponible en:
https://www.youtube.com/watch?v=EjoJuA5OzpE&list=PLBFqmaTda_wuv_xjF7ZxeUofL-L9oq4_R&index=20

- Figura 15: Pedro Sánchez enfatiza su discurso con movimientos constantes de manos. Disponible en:
https://www.youtube.com/watch?v=EjoJuA5OzpE&list=PLBFqmaTda_wuv_xjF7ZxeUofL-L9oq4_R&index=20

- Figura 16: Sánchez se toca la cara en reiteradas ocasiones durante el encuentro. Disponible en:
https://www.youtube.com/watch?v=EjoJuA5OzpE&list=PLBFqmaTda_wuv_xjF7ZxeUofL-L9oq4_R&index=20

- Figura 17: El líder del PSOE muestra nerviosismo e incomodidad. Disponible en:
https://www.youtube.com/watch?v=EjoJuA5OzpE&list=PLBFqmaTda_wuv_xjF7ZxeUofL-L9oq4_R&index=20

- Figura 18: Durante la entrevista de Pepa Bueno, Pablo Iglesias dirige su cuerpo hacia delante con los hombros encogidos. Disponible en:
https://www.youtube.com/watch?v=XfCYdF4x6bg&list=PLBFqmaTda_wuv_xjF7ZxeUofL-L9oq4_R&index=52

- Figura 19: Pablo Iglesias frunce el ceño en reiteradas ocasiones. Disponible en:
https://www.youtube.com/watch?v=XfCYdF4x6bg&list=PLBFqmaTda_wuv_xjF7ZxeUofL-L9oq4_R&index=52

- Figura 20: El líder de Podemos levanta ambas cejas reiterando su discurso. Disponible en:
https://www.youtube.com/watch?v=XfCYdF4x6bg&list=PLBFqmaTda_wuv_xjF7ZxeUofL-L9oq4_R&index=52
- Figura 21: Pablo Iglesias, durante la entrevista, enfatiza su discurso con las manos. Disponible en:
https://www.youtube.com/watch?v=XfCYdF4x6bg&list=PLBFqmaTda_wuv_xjF7ZxeUofL-L9oq4_R&index=52
- Figura 22: Alberto Garzón muestra una posición de cuerpo inclinado durante toda la entrevista. Disponible en:
<https://www.youtube.com/watch?v=K1BMvpxJv14&list=PLEvQOB0nGmCLDCTdOzQhad7Ux1-9B6Q0M&nohtml5=False>
- Figura 23: Alberto Garzón levanta ambas cejas en determinadas ocasiones para enfatizar su discurso. Disponible en:
<https://www.youtube.com/watch?v=K1BMvpxJv14&list=PLEvQOB0nGmCLDCTdOzQhad7Ux1-9B6Q0M&nohtml5=False>
- Figura 24: Alberto Garzón esboza una sonrisa natural y fugaz durante la entrevista. Disponible en:
<https://www.youtube.com/watch?v=K1BMvpxJv14&list=PLEvQOB0nGmCLDCTdOzQhad7Ux1-9B6Q0M&nohtml5=False>
- Figura 25: Garzón mantiene las manos apretadas durante toda la entrevista. Disponible en:
<https://www.youtube.com/watch?v=K1BMvpxJv14&list=PLEvQOB0nGmCLDCTdOzQhad7Ux1-9B6Q0M&nohtml5=False>
- Figura 26: Alberto Garzón realiza constantes movimientos con la mano derecha o con ambas manos. Disponible en:
<https://www.youtube.com/watch?v=K1BMvpxJv14&list=PLEvQOB0nGmCLDCTdOzQhad7Ux1-9B6Q0M&nohtml5=False>

6. Anexos

6.1. Ficha de análisis de contenido de los principales líderes políticos.

Esta tabla recoge los principales elementos de la comunicación no verbal y su significado. Estas variables escogidas permiten analizar las actitudes y el comportamiento de los principales líderes políticos escogidos para dicha investigación. Además, queda se reitera el significado de dichos elementos no verbales con los argumentos que en ese momento los sujetos dictan, enfatizando esa información o contradiciéndola.

Kinesis	Significado	Líderes políticos			
		Mariano Rajoy	Pedro Sánchez	Pablo Iglesias	Alberto Garzón
<u>LENGUAJE PARA VERBAL:</u>					
Conocer el interés y transmitir actitudes, emociones y grados de implicación. Capacidad de influir.					
LA VOZ					
Tono	Energía por transmitir información. Monotonía	Mismo tono en gran parte de la conversación.	Mantiene el mismo tono durante toda la entrevista.	Mantiene el mismo tono.	Estabilidad en el tono de voz.
Velocidad	Ganas de informar o no. Capacidad para convencer	Cuando la periodista le rebate alguna pregunta y las voces se entremezclan.	Su discurso carece de rapidez.	La velocidad de su discurso no perjudica a la claridad de sus palabras.	Velocidad constante en su discurso.
Claridad	Nerviosismo que dificulta la transmisión del mensaje	En muchas ocasiones le cuesta vocalizar.	Vocaliza y gesticula para dar argumentos claros.	Gesticula lo que conlleva a la claridad de sus palabras.	Claridad por lo que no se entorpecen los argumentos.
Volumen	Detectar la mentira	Mantiene el volumen en su voz durante toda la entrevista.	Al igual que la velocidad, en ningún momento sobrepasa su nivel estable.	Mantiene el volumen en su discurso durante el fragmento de la entrevista.	No varía el volumen de su voz durante la entrevista.

POSICION CORPORAL					
Erguido	Respeto, emoción, seguridad	Erguido sin movimientos bruscos.	Tiene la espalda recta pero durante la conversación está inclinado hacia delante.	Erguido con ambos hombros hacia arriba.	Erguido pero inclinado hacia delante.
Inclinado hacia delante	Interés y cercanía	Inclinado ligeramente para la escucha de la pregunta. Posteriormente se acomoda apoyando el antebrazo en la mesa para dirigirse a la periodista.	Desde el comienzo de la entrevista con los brazos apoyados en la mesa, excepto cuando habla de futuro.	Ligeramente inclinado y apoyado en la mesa durante toda la conversación. Se apoya con ambos brazos cuando se habla de temas como el independentismo.	Durante toda la entrevista se posiciona inclinado hacia delante apoyando uno de los brazos en la mesa y mirando a la periodista.
Inclinado hacia atrás	Desinterés, rechazo y desconfianza	Se inclina hacia atrás mientras coge aire para contestar en preguntas de decisiones (como para coger impulso).			
Cara a cara/Frente a frente	Intervención activa en la interacción	No está en ningún momento cara a cara directamente, sino girado hacia la periodista.	Frente a frente para las preguntas sobre el futuro.	Cara a cara durante toda la conversación.	Cara a cara, ligeramente girado para mirar a Pepa Bueno.
GESTOS					

CABEZA					
Ladear la cabeza	Mientras asiente se muestra más confianza		Solo gira la cabeza para mirar a la entrevistadora.		
Asentimiento	Interés, acuerdo y escucha activa.	A la escucha de las preguntas de la periodista. Cuando en su discurso aporta cifras.		Cada vez que habla de su partido: 'nosotros', o de reformas en el país.	
Negación	Desacuerdo y disgusto	Apenas asiente con la cabeza.		En reiteradas ocasiones, cuando habla de 'lo que no se puede hacer'.	
Encogerse de hombros	Desconocimiento o duda	Cada vez que empieza a hablar con la coletilla: 'bueno, pues...'	Se encoge de hombros esporádicamente cada vez que dice 'yo creo'.	Durante toda la conversación con los hombros encogidos y apoyado en la mesa.	
CEJAS					
Levantar cejas	Sorpresa o miedo y temor	Usa este movimiento para preguntas retóricas hacia la periodista	Para pedir el voto y cuando la periodista le formula preguntas rápidas.	Cuando aporta datos a la conversación.	Levanta ambas cejas para enfatizar el discurso.
Fruncir ceño	Frustración, enojo, ira	Cuando habla de los problemas de España.	Problemas de otros partidos o del gobierno actual.	Constantemente. Cuando habla de los problemas del país.	
Solo una ceja levantada	Incredulidad				
Levantar cejas repetidamente	Enfatizar información			Constantemente. Cada vez que formula un	

				nuevo argumento que defender.	
MIRADAS					
Mantener la mirada	Intimidar o mostrar interés		No mantiene la mirada con Pepa Bueno sino que la mantiene frente al micrófono.	Mantiene la mirada con la periodista. Baja la mirada y también mantiene la mirada en la mesa como señal de concentración.	Mantiene la mirada con Pepa en décimas de segundo.
Desviar la mirada hacia arriba	Evasión o búsqueda de una salida				
Desviar la mirada hacia abajo	Modestia, emociones y sentimientos	En la escucha de la pregunta, mira sus propios papeles.	Constantemente cuando habla.		
Dirigir la mirada hacia un lado	Timidez, falsedad o nerviosismo		Para mirar a la periodista mientras habla. Dirige su mirada al lado izquierdo.	Desvía la mirada cuando se habla de la problemática del país: corrupción.	Alternancia de miradas hacia la izquierda y miradas hacia la periodista.
Mirar hacia la izquierda	Recuerdo	Constantemente, intercambiando este movimiento manteniendo la mirada con la periodista.	Solo gira la mirada hacia la derecha para mirar a la periodista.	Mira hacia la izquierda cuando la frase empieza con 'creo'.	Cuando argumenta las respuestas.
Mirar hacia la derecha	Invencción o imaginación			En un único momento al defender una única idea.	
SONRISA					

Sonrisa con labios cerrados	Forzada. Cortesía. Inexpresiva	Cierre y final de la entrevista.	Cierre de la entrevista.	Ninguna sonrisa durante la conversación	
Sonrisa natural	Contagiosa. Sincera. Docilidad		Mientras afirma: 'Seré yo el que gane las elecciones'.		Esboza una sonrisa natural cuando habla sobre la SER.
Sonrisa torcida	Sarcasmo. Crueldad				
Sonrisa triste	Comisuras. Sin pliegues en los ojos				
MANOS					
Fuertemente apretadas o inquietas	Tensión	Al dar datos aprieta las manos.			Ambas manos apretadas y con los dedos entrelazados.
Agarrando un objeto	Más quietas pero con más foco de atención. Estorbo	Bolígrafo con ambas manos (cuando calla).			
Movimiento constante de manos	Da energía a las palabras. Puntualizar y acentuar el discurso	Reafirmar en las respuestas sobre promesas.	Ambas manos hacia fuera (pactos).	Enfatiza con la mano cada vez que habla de lo que su partido va a hacer y de las decisiones que toma.	Movimiento constante de la mano derecha para marcar el discurso.
Gestos descriptivos	Pone imagen al discurso	Dedo índice reiterando cada afirmación con la mano derecha (lado donde se encuentra Pepa). Movimiento destacado	Enumeración	Aportar datos (uno, dos con los dedos)	

		para enumerar.			
Manos hacia fuera	Relación con la otra persona. Abertura.	En reiteradas ocasiones (con solo una mano, o con ambas) O cuando habla de otros o de las decisiones de otros.	La mano derecha en movimiento constante hacia afuera, marcando límites (cuando habla de su propio partido).	En el momento en el que habla de los demás. Sin embargo cuando habla del Gobierno la mano no se dirige hacia fuera sino hacia dentro.	Marcando pautas para hablar de otros partidos 'las mismas políticas, las mismas medidas que nos han traído hasta aquí'.
Tocarse la cara	Nerviosismo. Incomodidad. Negatividad		Cuando habla de nuevas fuerzas políticas (nariz, labios). Se toca la nariz con propuestas de su partido.		
Tocarse el torso con las manos	Reafirmar convicción. Hablar de uno mismo.	Cada vez que habla de él mismo, o de su partido se indica el pecho. Se toca la chaqueta cada vez que se ladea para atrás, autoafirmándose.	Habla de él mismo.	Solo dirige sus manos hacia su cuerpo cuando habla de él mismo o de su partido.	Cuando señala: 'Yo creo, personalmente...' no se toca el torso pero le señala.
Cruzar brazos	Negatividad. Frialdad. Falta de interés		Inclinado hacia delante, apoyando ese cruce de brazos en la mesa (reformas y derogaciones).		Al principio de la entrevista cruza los brazos.

6.2 Ilustraciones de las entrevistas analizadas

- **Figura 1:** Pepa Bueno en el inicio de la temporada 2012/2013 de 'Hoy por hoy'. Pg.23



- **Figura 2:** Pepa Bueno en la temporada 2015/2016 de 'Hoy por hoy'. Pg. 24



- **Figura 3:** Entrevista de Pepa Bueno a Mariano Rajoy en 'Hoy por hoy'. El entrevistado mantiene una posición corporal ligeramente inclinada hacia delante. Pg.26



- **Figura 4:** Mariano Rajoy mantiene una posición corporal inclinada hacia delante.pg. 26



- **Figura 5:** El candidato del PP se inclina hacia atrás antes de responder a las preguntas. Pg.26



- **Figura 6:** Mariano Rajoy mantiene un clip y un bolígrafo en la mano durante la entrevista. Pg.28



- **Figura 7:** Mantener un objeto muestra un desvío de atención del espectador. Pg.28



- **Figura 8:** Mariano Rajoy enfatiza y reafirma su discurso con el dedo índice. Pg.29



- **Figura 9:** El entrevistado enumera la información. Pg.29



- **Figura 10:** Pedro Sánchez se encuentra ligeramente inclinado hacia delante con ambos brazos apoyados sobre la mesa durante toda la entrevista. Pg.31



- **Figura 11:** Pedro Sánchez dirige la mirada hacia la mesa. Pg.32



- **Figura 12:** El candidato del PSOE desvía la mirada hacia la derecha. Pg.32



- **Figura 13:** Sánchez esboza una sonrisa natural. Pg.33



- **Figura 14:** El líder socialista cierra la entrevista con una sonrisa forzada. Pg.33



- **Figura 15:** Pedro Sánchez enfatiza su discurso con movimientos constantes de manos.pg.33



- **Figura 16:** Sánchez se toca la cara en reiteradas ocasiones durante el encuentro. Pg.34



- **Figura 17:** El líder del PSOE muestra nerviosismo e incomodidad. Pg.34



- **Figura 18:** Durante la entrevista de Pepa Bueno, Pablo Iglesias dirige su cuerpo hacia delante con los hombros encogidos. Pg.36



- **Figura 19:** Pablo Iglesias frunce el ceño en reiteradas ocasiones. Pg.37



- **Figura 20:** El líder de Podemos levanta ambas cejas reiterando su discurso. Pg.37



- **Figura 21:** Pablo Iglesias, durante la entrevista, enfatiza su discurso con las manos. Pg.38



- **Figura 22:** Alberto Garzón muestra una posición de cuerpo inclinado durante toda la entrevista. Pg.40



- **Figura 23:** Alberto Garzón levanta ambas cejas en determinadas ocasiones para enfatizar su discurso. Pg.41



- **Figura 24:** Alberto Garzón esboza una sonrisa natural y fugaz durante la entrevista. Pg.42



- **Figura 25:** Garzón mantiene las manos apretadas durante toda la entrevista.
Pg.43



- **Figura 26:** Alberto Garzón realiza constantes movimientos con la mano derecha o con ambas manos. Pg.44

