



Universidad de Valladolid
CURSO 2013-2014

Facultad de Filosofía y Letras

Grado en Periodismo

**La Comunicación No Verbal en los
debates electorales. El caso de
España en 2011**

Alumno(a): Dña. Zoraida Lasheras Lamata

Tutor(a): Dra. Salomé Berrocal Gonzalo

Convocatoria: Junio

Agradecimientos

Quiero aprovechar esta página para agradecer a todas las personas que me han ayudado en la elaboración de este Trabajo Fin de Grado, ya sea directa o indirectamente.

En primer lugar a la profesora Salomé Berrocal por poner a mi disposición toda su experiencia y por confiar desde el primer momento en mi proyecto brindándome su orientación y sus consejos.

También a la profesora Alicia Gil por su ayuda y dedicación.

Y por supuesto a mi familia y amigos porque su apoyo y cariño han sido constantes a lo largo, no solo de la realización de este estudio, sino también de mi etapa como universitaria.

A todos ellos, gracias.

Índice

Introducción.....	3
Hipótesis.....	3
Metodología.....	4
2. Los debates electorales en la nueva comunicación política	7
2.1 La nueva comunicación política	7
2.2 Los antecedentes históricos de la actual comunicación política	8
2.3. La Democracia Mediática, resultado de la actual comunicación política.....	9
2.4 Los debates electorales televisados.....	12
2.5 Los debates electorales televisados en España	16
3. Una aproximación a los estudios en comunicación no verbal.....	23
3.1 Los estudios sobre la comunicación no verbal en los <i>mass media</i> y en la política	27
4. Análisis del debate electoral televisado en las elecciones de 2011	31
4.1 Contextualización del debate electoral de 2011	31
4.2 Metodología del análisis de la comunicación no verbal en el debate electoral televisado	34
4.3.1 Presentación de los candidatos y Bloque I: Economía y Empleo.	37
4.3.2 Bloque II: Políticas Sociales.	41
4.3.3. Bloque III: Democracia, seguridad y política exterior.	44
4. Conclusiones.....	48
5. Consultas	51
5.1 Bibliográficas	51
5.2 Audiovisuales	57
5.3 Ilustraciones	57
6. Anexos.....	58

Introducción

El motivo que me conduce a centrar este Trabajo Fin de Grado en el estudio de la comunicación no verbal es la curiosidad que siento desde hace mucho tiempo por lo que autodenomino el ‘sexto sentido comunicativo’, esa habilidad innata para interpretar los gestos y miradas del contrario. Asimismo, la escasez de publicaciones acerca de este tema también me incentivaron a indagar en él.

El componente no verbal puede influir notablemente en las decisiones de individuos, grupos y sociedades enteras. Influye tanto en los productos que se compran como en los gobernantes que se eligen. Además, opera a niveles muy bajos de consciencia, es decir, no nos damos cuenta de que se emiten y se reciben constantemente señales no verbales (Valbuena, 1979).

Mediante la presente investigación se pretende introducir al lector en esta especialidad de la comunicación no verbal en relación con el mundo de la política y descifrar así el comportamiento de los principales candidatos políticos de los dos partidos mayoritarios a presidir el gobierno español en el año 2008.

El estudio parte de los siguientes interrogantes: ¿Se adaptan los candidatos al formato televisivo?, ¿su comunicación no verbal va en todo momento ligada con su comunicación verbal?, ¿son los dos líderes políticos conscientes del poder de sus expresiones no lingüísticas en su comunicación?, ¿es igual de necesario el campo de la comunicación no verbal que el de la comunicación verbal?

Hipótesis

A continuación, se exponen las hipótesis de partida en esta investigación:

- **Hipótesis 1:** Ni el candidato por el Partido Socialista Obrero Español, Alfredo Pérez Rubalcaba, ni el candidato por el Partido Popular, Mariano Rajoy se adaptan al formato televisivo.
- **Hipótesis 2:** Durante el debate electoral televisado celebrado en las elecciones de 2011 hay momentos en los que la comunicación verbal de los líderes de los

dos partidos mayoritarios españoles no va en relación con su comunicación no verbal.

- **Hipótesis 3:** Mariano Rajoy y Alfredo Pérez Rubalcaba no son conscientes del poder de sus expresiones no lingüísticas en su comunicación durante el encuentro celebrado el 7 de noviembre de 2008 en el Palacio de Congresos de Madrid.
- **Hipótesis 4:** La comunicación no verbal es un campo igual de necesario que la lingüística en el proceso comunicativo. El comportamiento no verbal no sólo no apoya al no verbal sino que ambos se necesitan.

Metodología

En el estudio se ha redactado el marco teórico utilizando la correspondiente bibliografía facilitada por la tutora de este Trabajo Fin de Grado, Salomé Berrocal, tanto la referida a debates electorales televisados como a la del área de la comunicación no verbal. Asimismo, se han consultado distintas fuentes en Internet; desde artículos de periódicos en su versión online hasta revista digitales científicas, pasando por bases de datos, blogs o investigaciones publicadas en la web.

El método utilizado para el trabajo de campo distinto ha sido el de realizar un análisis de contenido. Para ello se creó una plantilla de análisis que pudiera dar respuesta a las hipótesis planteadas en este trabajo y realizada a partir del estudio a partir del estudio de las profesoras Hernández Herrarte y Rodríguez Escanciano (2009) titulado Investigar en comunicación no verbal: Un modelo para el análisis del comportamiento kinésico de líderes políticos y para la determinación de su significación estratégica.

Con esta plantilla se pretende analizar los elementos más destacados de la comunicación no verbal que tuvieron los aspirantes a la presidencia española, Alfredo Pérez Rubalcaba, candidato por el Partido Socialista Obrero Español y Mariano Rajoy,

candidato por el Partido Popular en el único debate electoral televisado celebrado el 7 de noviembre de 2008, con motivo del referéndum electoral de 20 de noviembre de 2008.

Mariano Rajoy/Pérez Rubalcaba	Intervención	Duración:
--------------------------------------	---------------------	------------------

Postura	Erguido	Inclinado hacia delante	Inclinado hacia detrás		
Mirada	Bajar los ojos papel	Hacia arriba	Lateral	Firme y franca	Huidiza
Sonrisa	Falsa / Forzada	Auténtica			
Emociones Rostro	Alegría	Tristeza	Neutral	Sorpresa	Miedo
Movimientos de manos	Hacia arriba	Hacia abajo	Manos unidas	Numeración Recalque	
Movimientos en conjunto	Agresivos	Nerviosos	Tranquilos	Seguridad	

Plantilla de análisis empleada

En cuanto a la estructura del trabajo, los dos primeros capítulos incluyen los aspectos más teóricos de la investigación. El primero titulado Los debates electorales en la nueva comunicación política, realiza un breve repaso a la historia de la comunicación política centrándose en los debates electorales televisados, especialmente en el caso español. El segundo capítulo, que recibe el nombre de Una aproximación a los estudios en comunicación no verbal, aborda las investigaciones que se han desarrollado en el ámbito de la comunicación no verbal desde sus inicios hasta en la actualidad, con algunas referencias a su incidencia en la actividad política.

El tercer capítulo que forma parte de este estudio lleva por título Análisis del debate electoral televisado en las elecciones de 2008. Reúne distintos subapartados con el objeto de conocer: el contexto en el que se desarrolla este debate televisado, la metodología utilizada para el análisis de la comunicación no verbal que reflejaron los

dos candidatos, Mariano Rajoy y Alfredo Pérez Rubalcaba en la contienda y los resultados de la aplicación de la esta plantilla de análisis metodología y resultados de la aplicación de la plantilla de análisis.

Por último el trabajo se cierra con las conclusiones que han dado repuesta a las hipótesis planteadas al comienzo del mismo. Asimismo, se añade un apartado que recoge la bibliografía empleada para la realización de este estudio y un anexo donde se incluyen varios ejemplos de aplicación de la plantilla

2. Los debates electorales en la nueva comunicación política

2.1 La nueva comunicación política

El término comunicación política nació a mediados del siglo XX con la llegada de la televisión. La mezcla de las ciencias políticas, la sociología y la investigación en comunicación dieron lugar a esta nueva disciplina. Su objeto de estudio es el papel que desempeñan los medios en los distintos procesos políticos. Cabe destacar que se debe entender como un proceso y no como un acontecimiento aislado, y que hay que enmarcarla dentro de una estructura democrática, sino sería propaganda.

Asimismo, la comunicación política es una interrelación entre distintos actores: instituciones públicas, políticos, partidos políticos, periodistas, medios de comunicación, mediadores interesados, como pueden ser los expertos en imagen o las relaciones públicas, y los ciudadanos. Se puede hablar de tres escenarios diferentes en esta especialidad: interno, comunicación interna; público, lobby y relaciones públicas y mediático, marketing político, emisión de noticias.

Las actuales prácticas informativas y políticas favorecen a los medios, que afianzan y aumentan su poder y papel político; a los partidos, que desarrollan y alcanzan sus objetivos; y a los ciudadanos, que mantienen y ejecutan el concepto de ciudadanía en el contexto democrático.

La suma de los procesos comunicativos y los procesos políticos han fomentado un nuevo campo especializado, la comunicación política. Sus investigadores se preocupan sobre cuestiones relevantes en el funcionamiento de la democracia. Son cuestiones o problemas de interés común que tienen como aspecto distintivo los matices mediáticos o comunicacionales del objeto que estudian.

Juan Ignacio Rospir define la comunicación política como “un área interdisciplinar que tiene por objeto de estudio el papel de los medios de comunicación en el proceso político. Está centrada en narrar, estudiar y analizar cómo la política es comunicada y presentada por los políticos y los medios de comunicación a los ciudadanos. Está centrada en conocer las transformaciones que para el funcionamiento de la democracia traen las nuevas ejecuciones de los medios de comunicación-en especial la televisión. A través del ciclo continuo de su trabajo diario. La comunicación

política incide, por tanto, en el lugar central y los nuevos papeles políticos que los medios de comunicación desempeñan en las democracias consolidadas y en los países en transición a la misma” (Rospir:1999).

2.2 Los antecedentes históricos de la actual comunicación política

La comunicación política es una disciplina que se conceptualiza en el siglo XX; sin embargo, la historia determina sus antecedentes. La relación poder e información siempre ha estado muy ligada, quien tenía el poder tenía la información. Cuestiones como la opinión, la gloria, la fama o la libertad de prensa han sido importantes para todos aquellos gobernantes que han estado en el poder.

Los precedentes de la comunicación política, se remontan a la edad antigua, como relata el profesor Rospir (2003), con Heródoto, que se ocupaba de la forma de gobernar del Rey persa Ciro. “Tenía distribuidos por todo el territorio de su soberanía espías y confidentes” (*Historia*, Lib. I. 100). Asimismo, su antecesor, Dario I, poseía un cuerpo de oficiales en cada satrapía (provincia) para recoger información, rumores, o el estado de ánimo de la población.

Esta experiencia, recuperada por los romanos y por la cultura occidental, es el primer testimonio que tenemos de los mecanismos para conocer la opinión y las noticias que circulaban por el territorio para el buen gobierno de la comunidad.

En el mundo romano Julio César fue un personaje clave en comunicación política. El creador del ‘acta diurna’ supo manipular los acontecimientos de su época, y creó un modelo de propaganda en el que la mentira más eficaz es aquella que contiene más dosis de verdad.

Por otro lado, Maquiavelo con su obra ‘El Príncipe’ escribió durante el Renacimiento un manual que relata las líneas de actuación que debe llevar a cabo cualquier gobernante para desarrollar su gobierno: “el fin justifica los medios”.

En la época moderna cambia la visión de la política, regida por la monarquía. Los asuntos de estado quedan atrás para dar paso a las sucesiones dinásticas, las

alianzas familiares o los problemas religiosos. El rey francés Luis XIV empieza a crear la unión Estado y política del espectáculo: construcción simbólica de la autoridad, protocolo, importancia de la imagen que se va a proyectar que se ha mantenido hasta nuestras fechas.

2.3. La Democracia Mediática, resultado de la actual comunicación política

Los medios de comunicación han transformado la vida política puesto que la tecnología ha cambiado la manera en que los políticos afrontan la comunicación con los ciudadanos. En la actualidad los candidatos necesitan a los *mass media*, también los electores, ya que conocen a través de ellos las propuestas e informaciones sobre sus gobernantes. La influencia de los medios es importante en la adquisición de conocimientos del electorado y en su decisión sobre quién gobernar.

“Los media, como comunicación pública, determinan las formas de orientación de la atención pública, la agenda de temas predominantes que reclaman dicha atención y su discusión pública posterior, la jerarquización de la relevancia de dichos temas y la capacidad de discriminación que manifiestan los individuos” (Saperas, 1987 :56).

El principal agente que ha transformado la política en esta nueva era es la televisión, que determina qué noticias, qué asuntos y qué candidatos deben recibir una cobertura diaria (Berrocal, 2001). La televisión simplifica los contenidos, presenta las informaciones a gran velocidad e intenta despertar el interés humano. Numerosos gobernantes como Kennedy, Roosevelt, Reagan u Obama han comprobado que un buen uso de este medio puede llevarles a la presidencia. “Hoy en día , no hay posibilidad de plantear en la actualidad una campaña electoral sin acudir al uso de la televisión” (Herreros Arconada, 1989:335).

Con la llegada del término democracia mediática se forjó el de americanización; conocido como el proceso recíproco de influencia y de imitación de un estilo de hacer y entender la política y el periodismo nacidos y desarrollados en Estados Unidos. La americanización de la política, también conocida como ‘video-política’ ha llegado también a entenderse como sinónimo de modernización política en muchos países o más ampliamente como de un nuevo estilo de funcionamiento de la democracia. La

americanización está estrechamente unida al ‘imperialismo de las televisión’ en las sociedades actuales (Berrocal, 2001).

La personalización, la simplificación de la política y su nuevo lenguaje han dado lugar a una nueva forma de hacer democracia en la que los líderes luchan contra sus partidos, la imagen con la ideología y el entretenimiento con la información. El nuevo régimen mediático impone el escenario. Asimismo, los candidatos con mayor cobertura mediática tendrán más posibilidades de convertirse en los más célebres puesto que “el espectador se entera de su mundo social y de sí mismo por la presentación que los medios hacen de la sociedad” (McQuail, 1983:265).

Rospir define la personalización como “la atención individualizada sobre los principales líderes y candidatos electorales que las cámaras y los medios informativos en general realizan” (Rospir, 1999:79). Este fenómeno adquiere mayor relevancia en el siglo XX gracias a los medios audiovisuales. Sin embargo, la fijación por un candidato ya se producía con Napoleón Bonaparte, que como afirma J.L. Dader ya instrumentalizaba todo tipo de medios impresos para identificar toda la acción política con su persona (Dader, 1992:351).

Los ciudadanos son también partidarios en el fenómeno de la personalización política. El espectador está atento a una voz y ve aparecer un rostro; un buen líder sabe los beneficios de establecer un buen contacto directo con el televidente. La actual comunicación acentúa la individualidad, el ejemplo máximo de la personalización política resulta cuando la valoración de un candidato se convierte en la cuestión fundamental para que el electorado decida.

Panebianco en su libro *Modelos de partido: Organización y poder en los partidos políticos* (2009) suscribe que los sistemas electorales mayoritarios cooperan a la amplitud del fenómeno al concentrar el partido y su programa en un candidato, que termina simbolizando todo cuanto ofrecen al electorado. Se trata de buscar el símbolo de la política en lugar de los argumentos de misma. Las ideas dejan paso a las personas. Los partidos políticos, cuyas decisiones suelen centralizarse en una pequeña Ejecutiva, favorecen la activación del fenómeno, en detrimento de la esencia democrática que conlleva el diálogo con las bases del partido. Los militantes o afiliados apenas son tenidos en cuenta a la hora de realizar los debates internos o discutir decisiones que afecten a la formación e ideología de su organización política. El autor denomina a este

nuevo modelo de partido, que forma parte de la ‘nueva cultura política’, ‘profesional-electoral’, así lo señala la profesora Berrocal (2003).

Weaver subraya que el gobernado actúa con pereza atendiendo sólo a unas cuantas señales o imágenes que difunden los medios. La recepción de la imagen y su interpretación por parte del público, se convierten en un mecanismo clave en comunicación política (Weaver, 2014).

Furio Colombo determina en su libro *Televisión, la realidad como espectáculo* un nuevo concepto en esta nueva disciplina, ‘el líder electrónico’. “El líder electrónico no necesita tener tras de sí una organización capaz de poner en práctica un programa de actuación ni poseer un mediano conocimiento de los temas objetos de discusión. Le basta con ser espectacular y generar gestos simbólicos. El líder electrónico no tiene pueblo; tiene público, tiene espectadores” (Colombo, 1976).

Los dirigentes luchan por estar en los *mass media*, controlan su discurso para transmitir sus intenciones a los ciudadanos y lograr así el acceso al gobierno. Su medio predeterminado es la televisión puesto que es el que más audiencias genera y el más eficaz para lograr esa comunicación efectiva en el pueblo. La imagen impera sobre la palabra, y las ideas pasan a un segundo plano ante el quién lo dice y el cómo lo dice.

Mc Ginnis subraya que “para el candidato en la televisión importa mucho menos que carezca de ideas. En su personalidad la que los televidentes desean captar. El estilo se transforma en el quid, la sustancia”. En este medio es el cómo tan importante o más como qué dice (Mc Ginnis, 1972:45).

En la pantalla del televisor cobra gran protagonismo la fuerza persuasiva que depende del físico, de la sonrisa, de la correcta vestimenta, entre otros, del gobernante. Hanna Arendt señala que “la política está hecha, por un lado, de la fabricación de cierta ‘imagen’; y por el otro, del arte de hacer creer en la realidad de esta imagen” (1972: 15). Su definición está ligada con la idea de simulación política presente en pensadores como Antonio Pérez o Maquiavelo y la idea de conservar y obtener el poder a través de la imagen.

Por otro lado, Schwarzenberg destaca que “en la pantalla aparece una cuarta dimensión del personaje que provoca en los espectadores un sentimiento intuitivo de adhesión o rechazo, absolutamente independiente de las tesis expuestas. La imagen se

separa del programa. Transmite mensaje sobre todo al inconsciente del espectador” (Swartzenberg, 1978).

A modo de conclusión se puede decir que autores como Manzini y Swanson advierten de la repetición, en la mayoría de países democráticos, de una serie de prácticas en la relación política-medios que confluye en los que denominan ‘modernización’ o ‘americanización’ de la comunicación política. Prácticas comunes que se observan con mayor facilidad durante la campaña electoral: la creación de anuncios políticos, la selección de candidatos teniendo en cuenta su imagen en televisión, la contratación de expertos en estrategias electorales, la negociación con profesionales de los medios para producir el material de la contienda, el incremento en el gasto realizado en campaña, y los medios de masas ocupando el centro del escenario en la cita electoral (Manzini& Swanson, 1994).

2.4 Los debates electorales televisados

El nacimiento de la radio se produjo bastante antes que el de la televisión, en correlación, tenemos constancia que se produjeron batallas dialécticas antes que televisadas en la política. Según Marín (2003: 214) en las primarias presidenciales de 1948 se produjo un duelo radiofónico entre Thomas Dewey y Harold Stassen.

Otras referencias, aunque no tuvieron cobertura radiofónica, fueron las siete comparecencias públicas que enfrentaron a Stephen Douglas y Abraham Lincoln entre agosto y octubre de 1858 por un puesto en el senado. La mecánica de estos debates fue la siguiente: 3 horas de duración: 60 minutos la intervención de apertura, 90 minutos la réplica y 30 minutos la réplica.



Fuente: discurso-politico.blogspot.com.es

El primer cara a cara en televisión tuvo lugar en Estados Unidos el 26 de septiembre de 1960. Los aspirantes a La Casa Blanca eran el republicano Richard Nixon, que llegaba a aquellas elecciones después de ocho años como vicepresidente y el demócrata John Fitzgerald Kennedy, que esperaba hacerse un hueco en la política nacional.

“Los debates reciben la denominación de ‘acontecimiento electoral’ porque son los que permiten a los periodistas una mayor participación en las campañas. El antes y ‘el día después’ con la cascada de análisis, comentarios, encuestas y noticias que de ellos se derivan colocan a los medios en una situación ventajosa para ejercer su papel de intermediarios – powerbroker-, entre los partidos y los ciudadanos” (Muñoz Alonso, 1995:381).

Como señala Marín (2003: 216), Nixon cometió el error de aceptar el debate con un inexperto, que tenía mucho que ganar y poco que perder en aquel duelo. A Nixon se le ocurrió mantener cuatro debates pensando que ganaría al tener más experiencia, aunque sus asesores ya le habían advertido que Kennedy, que era el candidato menos conocido, iba a ser probablemente quien sacase más partido a esta contienda (Maarek, 1997: 45).

Los asesores del republicano estaban en lo cierto. La imagen televisiva que dio aquella noche durante el duelo le hizo perder más votantes que ganar puesto que, como indica Canel, “un debate no es solamente es la discusión de dos personas que argumentan legítimamente sobre posturas que públicamente son aceptadas por buena parte del pueblo, sino que es un espectáculo mediático de primer orden que puede llevar

a la presidencia a un hombre que, sin grandes ideas de futuro, posea un enorme grado de telegenia” (1999:71).

La imagen que ofrecieron ambos candidatos fue muy distinta puesto que Richard Nixon no gozaba de telegenia, al contrario que ocurría con su adversario. Según señala Herreros Arconada la telegenia política no consiste únicamente en quedar bien ante las cámaras de televisión para conferir buena imagen personal ante los ciudadanos y electores del país, sino que consiste en difundir más y mejor los planes de trabajo e ideas preconcebidas que el dirigente político ha elaborado para administrar la nación (Herreros Arconada, 1989:37).

Nixon decidió no seguir las indicaciones de sus asesores, cuya labor, junto con la de los consultores políticos, es atender y cuidar especialmente estos detalles personales, que, sin no son de la importancia del mensaje presidencial, si ayudan a que la figura del líder aparezca perfectamente codificada y diseñada para causar buena y extraordinaria impresión (Herreros Arconada, 1989).

El republicano acudió a la cita afeitado, con una camisa blanca (inapropiada para la televisión en color de aquellas fechas) y con un traje gris; proyectando así una imagen inadecuada, puesto que, como señala White, el traje debe complementarse con el decorado de fondo y no parecer demasiado rígido ni serio (White, 1963:337).

“Lo mismo ocurrió con la cosmética, prefirió rehusar de ella y se equivocó ya que debido al calor de los focos Nixon apareció en la pequeña pantalla con sudor en el rostro, el maquillaje es un elemento indispensable de la imagen del político” (Herreros Arconada, 1989:53). Por el contrario, su oponente Kennedy lucía un perfecto bronceado, vestía un impecable traje azul oscuro, que destacaba del fondo gris y una camisa de color azul que mató los brillos y reflejos que da el blanco.

Años más tarde Nixon realizó las siguientes declaraciones: “confiad totalmente en vuestro productor de televisión, dejadle que os ponga maquillaje, incluso si lo odiáis, dejadle que os diga como sentaos, dejadle que os diga cuales son vuestros mejores ángulos en cámara, dejadle que os diga qué hacer con vuestro cabello –debe desanimar a la gente pensar que tienes que ir al peluquero para que te seque el pelo y te lo arregle perfectamente y todo esté en su sitio, pero esa es la era de la televisión. A mí me desanima, detesto hacerlo, pero habiendo sido derrotado una vez por no hacerlo, nunca

volveré a cometer el mismo error y recomendaría a todos los que quieran presentarse como candidatos en el futuro que no olviden que en televisión es más importante como apareces que lo que dices” (Martín Salgado, 2002:100).

Barnes indica que “el hecho de que Nixon se dirigiera a Kennedy en el debate y Kennedy se dirigiera al público que en esos momentos se encontraba frente a las pantallas de televisión y conformaba el pueblo norteamericano, supuso no solamente que el candidato demócrata llegara de una manera mucho más directa y agradable con sus mensajes a los ciudadanos y de un forma más natural, desenfadada y des-institucionalizada hacia el pueblo, sino que consiguiera irradiar una mayor seguridad, confianza y sensación de aplomo personal, lo que le confirió un aura de mayor prestigio y poder social” (Barnes, 2007: 96).

El debate fue seguido por 77 millones de personas; sin embargo, tuvo un efecto completamente distinto entre aquellos que lo siguieron por televisión y los que lo hicieron por la radio. Aquellos que lo escucharon dieron como vencedor a Nixon, por el contrario, los televidentes consideraron que Kennedy era el ganador. “La explicación está en que no fue el discurso verbal, sino el visual, el que se impuso en el enfrentamiento de los dos candidatos” (Berrocal, 2008).

Kennedy se preparó, convenció y ganó. Su presencia física contribuyó a satisfacer la imagen de presidente ideal para los telespectadores. Su indumentaria contribuyó a construir su imagen; tal y como refleja Cáceres Zapatero “las personas dedican bastante energía y notable cantidad de tiempo y dinero a controlar su autoimagen y cómo nos gustaría ser percibidos y tratados por los demás” (Cáceres Zapatero, 2003).

“El mensaje que se transmite por el aspecto personal no se refiere sólo a la persona en sí sino también a lo que está diciendo. Un acalorado discurso político pronunciado por un hombre de mirada apagada, de rostro de rasgos caídos y de posición corporal descuidada, no resulta atractivo. El orador nos indica con su aspecto que no tenemos necesidad de prestarle atención, ya que nada interesante tiene que decir. Algunos observadores políticos afirman que en el famoso debate televisado entre Kennedy y Nixon en el año 1960, el contraste entre la obvia vitalidad de Kennedy y el cansancio de Nixon (sumado a su poca expresividad habitual) tuvo más importancia que todo lo que dijeron” (Davis, 1976:56-57).

“Los debates televisivos son programas con una duración de entre una hora y media y dos, cuyas audiencias millonarias les confieren un carácter y un trato especial, ya que incentivan el voto y pueden llegar a decidir unas elecciones. Además, por su configuración se erigen como el elemento que tiene menos ‘filtros’ para que los políticos presenten sus propuestas a la ciudadanía y para que los electores valoren a sus representantes” (Berrocal, 2003).

“El debate da la posibilidad a los espectadores/votantes de observar y juzgar a los candidatos en un espacio donde se manifiestan sus conocimientos, habilidades, incapacidades y frustraciones, es decir, ofrece un lugar idóneo donde los políticos revelan sus cualidades humanas. Despiertan en el elector su sentido crítico, ya que añaden dramatismo, conflicto e interés por el incierto resultado final del duelo. Por eso generan audiencias millonarias, lo que atrae el interés de los partidos políticos y de las propias televisiones. Tienen tanta importancia, que son muchos quienes los exigen con el argumento de eliminar costes de las multimillonarias campañas electorales. Por su parte, las televisiones se esfuerzan por reproducir mejor la realidad de estos programas con la emisión en directo, circunstancia que lo hace más atractivo desde el punto de vista de la audiencia” (Hagner& Rieselbalch, 1978).

Muñoz Alonso plantea así los retos ante el futuro de los debates televisados “son la fosilización del formato, que acabe vaciándolos de interés informativo y político, y su rutinización, es decir, su conversión en programas de entretenimiento. Las repercusiones políticas de esta práctica comunicativa se siguen a través de dos grandes líneas de investigación. La empírica norteamericana, centrada en los efectos del voto, y la francesa, más preocupada por los aspectos internos: lexicopolítico, comunicación verbal, sistema de normas seguido e impuesto a los candidatos, la construcción del acontecimiento” (Muñoz Alonso& Rospir, 1995:381-382).

2.5 Los debates electorales televisados en España

“Nuestra incorporación a la comunicación política occidental arranca con las necesidades políticas propias de una transición realizada por consenso. En aquel contexto y ambiente político aparecieron desafíos informativos y comunicativos que

hubo que satisfacer con prontitud. Gobernantes y gobernados encaraban una nueva relación comunicativa. Si políticamente hablamos de ‘reforma por consenso’ en comunicación política podemos hablar de improvisación, acomodación o imitación para describir el camino recorrido en este campo” (Muñoz Alonso&Rospir, 1995:370).

El año 1993 marcó un antes y un después en la historia de las campañas electorales en España puesto que, por primera vez, se produce un debate televisado entre los número uno de los dos partidos mayoritarios, PP y PSOE. Las cadenas de televisión Antena 3 y Telecinco fueron las encargadas de organizar los dos grandes duelos entre el socialista Felipe González y su adversario José María Aznar.

“Desde 1977 las peticiones para la celebración de encuentros públicos entre los principales líderes habían sido siempre rechazadas por quienes ostentaban el poder. Solo en 1986 se conseguirían celebrar algunos debates, en los que no participó un solo candidato a la presidencia del gobierno”, indica Contreras (1994).

Según la profesora Berrocal la explicación al porqué los políticos españoles sí aceptaron, en esta ocasión, asistir a dos debates electorales tuvo que ver con el empate técnico que ofrecían las encuestas en cuanto a la intención de voto, a la necesidad de incentivar la participación (29’9% de abstención era la estimación en mayo) y a la necesidad de captar el voto indeciso (establecido en 6 millones) (Berrocal, 2008:5).

El primer encuentro, celebrado el 14 de mayo, será recordado por el interés suscitado, su elevada tensión y por batir todos los récords de audiencia. Un total de 9.662.000 espectadores siguió el duelo moderado por Manuel Campo Vidal según el sondeo telefónico realizado por Demoscopia para el periódico *El País*, o lo que es lo mismo, un 61,8% de cuota de pantalla (*El País*, 1993:15).

Asimismo, el estudio realizado indicó que tras el primer cara a cara Aznar, resultó más creíble (50%) que su oponente (26%), y para una mayoría (50%) fue el ganador, frente al 21% que consideró que Felipe González venció. Los espectadores otorgaron al socialista una puntuación de 5’55, mientras que José María Aznar obtuvo un 6’28.

Como recoge el diario *La Vanguardia* en su versión online los asesores de ambos coincidieron en señalar que el entonces presidente del Gobierno minusvaloró a su rival y no se preparó especialmente para la ocasión, mientras que el opositor supo

manejar las cifras con soltura y puso el dedo en la llaga en las debilidades del líder socialista (Pi,2011).

El Partido Popular contó con el asesoramiento de equipos norteamericanos, expertos en elecciones y en debates, que trabajaron mano a mano con el líder del PP y su equipo más cercano. Sentaron a Aznar con un *sparring*, uno de sus hombres de confianza, y allí le tuvieron un día y otro, entrenándolo, hasta que tuviera la seguridad de que podía enfrentarse a Felipe González. (Vidal, 2009: 37-41).



Fuente: formulatv.com

Debió ante otra persona, reconocida como líder carismático y buen comunicador, pero mal preparado, que no llevaba un discurso estructurado, que se sentía a disgusto con la situación, y sobre todo, con su oponente. Según los expertos, González falló estrepitosamente si se compara su actuación con lo que se esperaba de él, y Aznar ganó el debate (Canel, 1999:59).

“Un debate no solamente es la discusión de dos personas que argumentan legítimamente sobre posturas que públicamente son aceptadas por buena parte del pueblo, sino que es un espectáculo mediático de primer orden que puede llevar a la presidencia a un hombre que, sin grandes ideas de futuro, posea un enorme grado de telegenia” (Canel, 1999:59).

Luis Mariñas fue el encargado de moderar el segundo cara a cara celebrado una semana más tarde en Telecinco. El ‘debate de vuelta’ consiguió más audiencia que el primero, logrando una audiencia media de de 10.524.00 espectadores, un 75,3% de

cuota de pantalla según un sondeo telefónico de Demoscopia para el diario *El País* (*El País*, 1993:13).

Los televidentes consideraron a Felipe González ganador con una puntuación de 6'11, mientras que el aspirante al Gobierno por el Partido Popular obtuvo un 5'14. El candidato socialista comprendió, después de la lluvia de críticas soportada por su pésima actuación, que no debía menospreciar el formato televisivo y cambió su estrategia.

Las encuestas indican que, después del empate entre ambos líderes, Felipe González salió reforzado después de sus intervenciones en los debates de 1993 tal y como indica Contreras. "En el primer debate nadie duda que Aznar barrió a González, mostrando el líder popular un dominio muy avanzado de las técnicas de comunicación política. En el segundo debate todos los espectadores fueron testigos directos de la sorprendente recuperación de González que, en buena medida, le permitiría un nuevo triunfo electoral" (Contreras, 1994: 98).

Tres años más tarde, en 1996, el candidato popular, José M^a Aznar, decidió asegurarse la entrada a La Moncloa y no dar al Partido Socialista Obrero Español posibilidades de emerger. El líder del PP sabía que tenía todas las de ganar ya que la corrupción política bañaba las filas socialistas.

En 2000 tampoco se produjo ningún debate electoral. Nuevamente las encuestas daban como ganador a Aznar y al candidato popular no le interesaba debatir con el líder del PSOE Joaquín Almunia. Asimismo, tampoco el socialista insistió mucho en la celebración del duelo.

Volvió a producirse una negativa de encuentro en 2004 cuando el líder del PP, Mariano Rajoy, se negó a debatir con su rival José Luis Rodríguez Zapatero. Como indica la especialista en comunicación política Salomé Berrocal aunque no se han hecho públicas las razones del porqué no aceptó, es probable que la ventaja que el Partido Popular ofrecía habitualmente en las encuestas de intención de voto realizadas en el periodo 2003-2004, hubieran provocado un efecto de confianza en el político y en sus posibilidades de ganar, sin necesidad de debatir en televisión (Berrocal, 2011:8).

Fecha	Candidato del PSOE	Candidato del PP	Moderador	Share y espectadores
24 de mayo de 1993	Felipe González	José María Aznar	Manuel Campo Vidal	9.625.000 61,8%
31 de mayo de 1993	Felipe González	José María Aznar	Luis Mariñas	10.526.000 73,3%
25 de febrero de 2008	José Luis Rodríguez Zapatero	Mariano Rajoy	Manuel Campo Vidal	13.043.000 59,1%
3 de marzo de 2008	José Luis Rodríguez Zapatero	Mariano Rajoy	Olga Viza	11.952.000 58,2%
7 de noviembre de 2011	Alfredo Pérez Rubalcaba	Mariano Rajoy	Manuel Campo Vidal	12.005.000 54,2%

Fuente: Elaboración propia

Los aspirantes a La Moncloa en las elecciones legislativas de 2008 el popular Mariano Rajoy y su contrincante José Luis Rodríguez Zapatero sí aceptaron enfrentarse a un cara a cara televisivo. Estos duelos generaron bastante expectación puesto que habían pasado 15 años desde sus precedentes.

La Academia de Televisión (ATV) se encargó de organizar sendos debates, y su presidente Manuel campo Vidal se encargaría de moderar, como ya hizo en 1993, el primer encuentro, celebrado el lunes 25 de febrero. Olga Viza se haría cargo del segundo, que tuvo lugar el lunes 3 de marzo. Los cara a cara fueron emitidos por las siguientes cadenas nacionales: La 1, Cuatro, La Sexta, Popular TV, Veo, 24 horas e Intereconomía , junto a otras locales y autonómicas. Sin embargo, dos de las principales cadenas privadas de difusión nacional, Antena 3 y Tele 5 no lo televisaron.

TVE fue el canal escogido por la mayoría de los espectadores, un total de 8.036.000. La media con la suma total de cadenas fue de más de 13 millones de espectadores con un 59,1% de share. Asimismo, más de 22.500.000 de españoles contactaron en algún momento con el debate celebrado en el Palacio de Congresos de Madrid, convirtiéndose de esta forma en uno de los espacios más vistos de la historia de la televisión en España (FormulaTv, 2011).

El segundo encuentro celebrado una semana más tarde fue llevado a cabo por la periodista deportiva Olga Viza. El segundo asalto fue menos visto, logró reunir una audiencia media de casi doce millones y una cuota de pantalla del 58,2%. Alrededor de 21.700.000 españoles contactaron en algún momento con el debate. De nuevo, fue seguido mayoritariamente por La 1, que logró aglutinar una audiencia media de 6.958.000 de televidentes con el 32,7% de share (FormulaTv, 2011).

Durante los dos encuentros celebrados en 2008 entre el presidente del Gobierno, José Luis Rodríguez Zapatero y su oponente el líder del Partido Popular Mariano Rajoy el pueblo dio la victoria al socialista, según los sondeos realizados por el Instituto Opina para la cadena Cuatro y Sigma Dos para el periódico El Mundo.

En el primera debate el líder del PSOE recibió el apoyo del 45,5% de los encuestados frente al 42% que apoyó a Rajoy. Asimismo, Zapatero volvió a proclamarse vencedor en el segundo cara a cara (49%) frente a un 40,2 de que consideró que el popular fue mejor.

Los distintos medios de comunicación coincidieron en que José Luis Rodríguez Zapatero fue considerado mejor candidato a la presidencia del gobierno español porque supo exponer las propuestas programáticas de la próxima legislatura. “Rajoy se limitó a repetir las pocas propuestas que ya insinuó en el primer debate”. Asimismo, destacan que aunque Mariano Rajoy fuera más realista, el socialista posee más capacidad de liderazgo ¹.

En conclusión, los debates electorales televisados demuestran que como indica Valenti (1983:128) “una cosa es conocer todos los datos y otra, muy distinta, comunicar dichos datos a los demás, de modo que los entiendan y puedan convencerse”. Asimismo, “un debate no solamente es la discusión de dos personas que argumentan legítimamente sobre posturas que públicamente son aceptadas por buena parte del pueblo, sino que es un espectáculo mediático de primer orden que puede llevar a la presidencia a un hombre que, sin grandes ideas de futuro, posea un enorme grado de telegenia”.

¹ Tezanos, J.F. Segundo debate: Zapatero gana claramente a Rajoy. Consultado el 29/05/2014. Disponible en: <http://www.fundacionsistema.com/Info/Item/Details/843>

“Cuando se habla de preparar un debate político en unas elecciones generales no se está hablando simplemente de coordinar la actuación del candidato en el estudio de televisión, ni de regular sus mensajes políticos a las necesidades, gustos y apetencias que en esos momentos demandan los ciudadanos, ni incluso de sistematizar su presencia ante las cámaras de televisión hasta el punto de que todo lo que diga, todo lo que haga, todo movimiento que ejecute y todo parpadeo que muestre, esté perfectamente controlado por los asesores que le han preparado detalladamente sino que cuando se habla de preparar un debate presidencial se está hablando del trabajo que realizan todas aquellas personas (consultores y asesores políticos) que se encargan de estudiar el tipo de decorado que va a ilustrar el debate, la clase de sillas en las que se van a sentar los aspirantes, el grado de intensidad de la luz que van a tener los focos, entre otros” (Canel, 1999:70).

3. Una aproximación a los estudios en comunicación no verbal

“Hace muchos años comencé a preguntarme: ¿Cómo hacen los movimientos del cuerpo para representar las palabras? Ahora me pregunto: ¿Cuándo resulta apropiado el empleo de las palabras? Son muy adecuadas para enseñar o hablar por teléfono, pero en este instante usted y yo nos estamos comunicando en muchos niveles diferentes, y solamente en uno o dos de ellos las palabras poseen alguna relevancia. Actualmente mi planteamiento es distinto: El hombre es un ser multisensorial. Algunas veces verbaliza” (Birdwhistell, 1946: 51).

El antropólogo Albert Mehrabien realizó un estudio sobre comunicación mediante el cual sorprendió con los siguientes datos: tan sólo un 7% de la comunicación entre dos personas se realiza mediante palabras, un 38% lo hace mediante la voz y todos sus componentes, y el 55% restante se lleva a cabo a través del lenguaje corporal, o lo que es lo mismo, la comunicación no verbal (Mehrabien, 1971 en Cerro, 2008).

La profesora Ana María Cestero determina que “la expresión comunicación no verbal alude a todos los signos y sistemas de signos no lingüísticos que comunican o se utilizan para comunicar”. Asimismo, la define como “un concepto extraordinariamente amplio, que incluye los hábitos y las costumbres culturales y los denominados sistemas de comunicación no verbal. La amplitud y complejidad del tema explican el lento desarrollo y la interdisciplinariedad que caracterizan su estudio” (2006:1).

Por otro lado, Knapp señala que la comunicación no verbal no debería estudiarse como una unidad aislada, sino como una parte inseparable del proceso global de comunicación puesto que puede servir para repetir, contradecir, sustituir, acentuar complementar, o regular la comunicación verbal. “Es, por otro lado, importante debido al papel que desempeña en el sistema total de la comunicación, la tremenda cantidad de señales informativas que proporciona en toda situación particular, dado que se la utiliza en áreas fundamentales de la vida cotidiana” (1983:42).

La investigación en comunicación no verbal se desarrolla desde el punto de vista de cinco disciplinas: la psicología, la psiquiatría, la antropología, la sociología y la etología. Todas estas ciencias coinciden en lo mismo: la forma de moverse de un individuo proporciona indicaciones sobre su carácter, sus emociones y sus reacciones hacia el mundo que lo rodea.

A raíz de los descubrimientos que se hicieron surgió la cinesis, que estudia el movimiento del cuerpo humano. Uno de sus principios básicos es que la comunicación no se puede estudiar por unidades separadas puesto que es un sistema integrado, y por ello debe analizarse en su conjunto prestando atención a la forma en la que cada elemento se relaciona con las demás.

Para comprender el amplio mundo de la comunicación no verbal se deben conocer dos conceptos básicos que lo constituyen: kinésica y paralenguaje. Fernando Poyatos explica que el paralenguaje son “las cualidades no verbales y modificadores de la voz y sonidos y silencios independientes con que apoyamos o contradecemos las estructuras verbales y kinésicas simultáneas o alternantes” (1994:137).

Por otro lado, define “kinésica como “los movimientos y posiciones de base psicomuscular conscientes o inconscientes, aprendidos o somatogénicos, de percepción visual, audiovisual y táctil o cenestésica que, aislados o combinados con la estructura lingüística y paralingüística y con otros sistema somáticos y objetuales, poseen valor comunicativo, intencionado o no” (1994:139).

El estudio sistemático de la comunicación no verbal comienza en la segunda mitad del siglo XX. Sin embargo, esta nueva disciplina siempre había atraído a los artistas mucho antes Tanto escultores como pintores han tenido en cuenta lo mucho que puede transmitir un gesto o una postura determinados, también los escritores descubrieron la influencia de las expresiones de los personajes al describir una escena.

Ya en la antigüedad se reflexionaba sobre la comunicación no verbal. Las obras de Homero recogen descripciones referidas al carácter y a los rasgos físicos. También Platón y Aristóteles destacan la importancia del rostro en el conocimiento del alma individual. Y los romanos, Cicerón y Quintiliano, detallan la relación de los gestos con el entrenamiento de los oradores, puesto que dan a entender la universalidad del lenguaje de las manos.

Siguiendo el artículo sobre Comunicación No Verbal publicado en la Revista Abril número 78 por José Pablo Norriega de Lomas en la Edad Media la investigación a cerca de la comunicación no verbal continúa gracias a la fisiognómica; la pseudociencia que se basa en la idea de que mediante el estudio de la apariencia externa

de una persona, primordialmente por su cara, puede conocerse su carácter o personalidad.

En el siglo XVIII se produce un resurgimiento en la materia gracias a la obra del teólogo Lavater, que aborda el tema de la fisiognomía, y a la obra de Gall sobre la frenología, teoría que afirma la posible determinación del carácter y los rasgos de la personalidad, así como las tendencias criminales, basándose en la forma del cráneo, cabeza y facciones.

Sin embargo, es en el siglo XIX cuando realmente se puede hablar de ciencia del comportamiento no verbal con el escrito de Darwin *La expresión de las emociones en los animales y en el hombre (1873)*, en la cual relata cómo los humanos y los animales, destacando a los pájaros y mamíferos, expresan sus emociones.

Margaret Mead y su esposo Gregory Bateson son los encargados del estudio de la comunicación no verbal durante el periodo de transición entre la obra de Darwin y la Segunda Guerra Mundial. Mead cree que el cuerpo es el encargado de soportar el mensaje de la mente, la cual es estudiada mediante las señales que expresa el cuerpo durante la interacción social. Es decir, defiende que los gestos forman parte de la estructura social.

Los investigadores publicaron en el año 1942 la obra, clásica de la investigación social con imágenes, *El Carácter Balines: un análisis fotográfico*, en la cual se propusieron capturar y comunicar las costumbre de la cultura de los originarios de Bali. Seis años más tarde, Bateson comienza su particular investigación en el estudio general de las relaciones humanas mediante la psiquiatría, lo que da lugar a que en los años 50 una serie de investigadores inician el estudio del comportamiento no verbal humano sistemáticamente.

Cáceres Zapatero (2003) también afirma que es necesario esperar hasta la década de los años cincuenta para que se inicie con seriedad el estudio, a nivel científico, de la comunicación no verbal, ya que las primeras investigaciones provienen de la psicología y de la antropología a comienzos del siglo XX con nulos resultados.

A partir de ese momento, años cincuenta, surgirán distintos estudios relacionados con la comunicación no verbal. Ray L. Birdwhistell en *Introduction to Kinesics (1953)* analizará los movimientos corporales que definirá como kinésica y diez

años más tarde Edward T. Hall, 1963, acuñará el término proxémica, comportamiento espacial que es diferente según la cultura a la que pertenezca el individuo actuante, cuando investiga el espacio fijo y semifijo que usaban las personas.

Asimismo, Ervin Goffman estudiará los comportamientos cotidianos como contenidos en unas estructuras de conducta de la que los personajes serán sus actores. Los expertos determinan que el mérito de Goffman no consiste tanto en el análisis pormenorizado de las formas de conducta no verbal sino en señalar estas estructuras de relación en la que los individuos expresan su conducta.

Otra vía de investigación es la que entronca con los estudios de etología animal, cuya búsqueda en la universalidad de la comunicación no verbal. Tras varias décadas estudiando los animales en estado salvaje los investigadores han descubierto similitudes entre el comportamiento no verbal del hombre y el de los primeros primates. En este campo se pueden destacar los trabajos del zoólogo y etólogo inglés Desmond Morris y también los del también etólogo Eibl-Eibesfeldt.

España al margen de los estudios sobre la materia. Lo más destacable está constituido por la obra de Gregorio Marañón *Psicología del gesto* (1937), citada por Birdwhistell en su obra *El lenguaje de la expresión corporal* (1979), y la obra de Ortega y Gasset *El hombre y la gente* (1935), en especial el capítulo dedicado al saludo. En los años 60 la única referencia que se tiene es la obra de Jerónimo de Moragás *La expresividad humana* (1965). Y en el año 1897 Caro Baroja publica su obra *La cara, el espejo del alma, la historia de la fisiognómica española*.

A raíz del trabajo de los pioneros mencionados anteriormente, en la década de los 80 se registran numerosas investigaciones en distintos campos sobre la conducta no verbal.

García Fernández explica que la comunicación no verbal es un fenómeno de investigación científica con muy pocos años de historia. “Recordemos que el primer tratado formal sobre el tema fue escrito por el psiquiatra norteamericano Jurgen Ruesch y el fotógrafo Weldon Kees en 1956. A pesar de ello se trata de un sistema de comunicación ancestral en el hombre y que según han demostrado los etólogos como Lorenz, Tin-bergen, Irenäu, entre otros, seguidores de la corriente de investigación de Darwin, los animales continúan practicando sus ‘relaciones sociales’” (2000: 272).

Asimismo, Flora Davis recalca que solamente en los últimos ocho o nueve años los científicos y el público en general, en especial los jóvenes, han comenzado a sentirse atraídos por este tema de la comunicación no verbal. La autora cree que entre los de menor edad hay una clara tendencia a no confiar en las palabras. También comparte la opinión el profesor Felicísimo Valbuena que justifica la “crecientes desconfianza que, desde hace tiempo, se está notando ante la palabra hablada o escrita” (1979: 254).

Además, Davis indica que todavía queda mucho tiempo para que tanto con su trabajo como investigadora, como con el de sus compañeros se pueda dar un explicación práctica al estudio de la comunicación no verbal puesto que “lo que estamos haciendo en todavía investigación básica” (1976:79).

En conclusión, el conocimiento que hoy en día tenemos sobre la comunicación no verbal es relativamente escaso y muy fragmentario. Tanto es así que, a comienzos del siglo XXI, aún no se cuenta con una base teórica sólida que permita describir y explicar con propiedad y detalle qué es la comunicación no verbal, qué sistemas la integran, cuáles son sus signos y cómo funcionan. Esto fundamentalmente se debe a la dificultad metodológica que entraña su investigación, y a la poca y heterogénea tradición que tiene su estudio (Serrano, 19816& Poyatos, 1994).

La comunicación no verbal es más compleja que la comunicación verbal puesto que su nivel de contenidos es mayor en cuanto a lo que expresa, tanto si lo hace de forma voluntaria como involuntaria, y está comprobado que se pueden controlar determinados aspectos de nuestro comportamiento para conseguir unos objetivos determinados.

3.1 Los estudios sobre la comunicación no verbal en los *mass media* y en la política

“En la actualidad existe una clara conciencia del peso importante que tienen los aspectos no verbales en las interacciones humanas. En un momento dominado por el peso de la imagen, todo lo que tiene que ver con la forma en que nos presentamos ante

los demás, cómo gesticulamos, el tono que utilizamos al dirigirnos a los otros o nuestra apariencia, cobran especial importancia. El esmerado cuidado que se hace de la imagen y el comportamiento kinésico de los líderes políticos es buen ejemplo de ello” (Cáceres Zapatero, 2003:137).

Julio Báez (2000) explica que los políticos en las campañas electorales hablan mucho y prometen demasiado. Los votantes constatan que no cumplen sus palabras, y es entonces cuando pierden credibilidad. Por tanto, se crea un rechazo a la lingüística utilizada por los gobernantes como parte importante que son del *star-system* de la sociedad del espectáculo. Todo esto lleva a la sociedad al escepticismo político, que hace que cada vez se fije más en la comunicación no verbal para tratar de averiguar si son sinceros o cínicos.

La comunicación no verbal es un campo muy amplio, supone el 93% frente al 7% de la lingüística según Mehrabian (1971), y es un aspecto fundamental que poco a poco se va ampliando en todas las disciplinas académicas para mejorar su comunicación, inclusive en la política.

Parte del éxito de un político se debe, no solo de la transmisión de sus ideas, al lograr que se le crea. Para ello, el líder deberá tener en cuenta no sólo el qué dice sino el cómo lo dice para conseguir que su mensaje influya en el elector. De ahí proviene la importancia de que tiene para un político, o cualquier personaje público, el conocer el campo de la comunicación no verbal lo mejor que pueda.

“Casi toda la capacidad que tenemos para emitir y recibir señales no verbales proviene del aprendizaje en la práctica misma del oficio; y en este caso el oficio es el proceso mismo de la vida cotidiana. En resumen, aprendemos conductas no verbales (no siempre de un modo consciente), mediante la imitación y el automodelado conforme a los demás, y también adaptando nuestras reacciones a la instrucción, la retroalimentación y el consejo de los demás” (Ekman, 1972:324).

El actual presidente de los Estados Unidos, Barack Obama, es un claro ejemplo de que mediante un arduo trabajo y al lado de los asesores indicados se puede llegar a ser un gran comunicador, convencer y llegar a la presidencia.



Fuente: noticiasrcn.com

La imagen que proyecta Obama es sobresaliente puesto que la armonía de su discurso junto el correcto movimiento de sus manos, el constante contacto visual que establece con el elector y la sensacional expresión de su rostro hacen de él un perfecto orador.

Lo espectacular de este fenómeno de masas no es su mensaje, sino la proyección de éste. Esta teoría se puede comprobar cuando después de oír alguno de sus múltiples discursos frente al televisor no recuerdas exactamente sus palabras, pero la sensación que tienes tras escucharle es positiva.

En el año 1960 se demostró en un debate electoral televisado la importancia de la comunicación no verbal en política después de que Kennedy ganase las elecciones ante su rival Nixon. El demócrata se mostró ante el público relajado, lucía un perfecto bronceado y llevaba un favorecer traje oscuro; por otro lado, el republicano apareció ante las cámaras con sudor en la frente, pálido (puesto que rehusó ser maquillado) y con aspecto fatigado. Los televidentes dieron la victoria a Kennedy, sin embargo para los oyentes del debate en radio Nixon fue el ganador.

“El mensaje que se transmite por el aspecto personal no se refiere sólo a la persona en sí sino también a lo que está diciendo. Un acalorado discurso político pronunciado por un hombre de mirada apagada, de rostro de rasgos caídos y de posición corporal descuidada, no resulta atractivo. El orador nos indica con su aspecto que no tenemos necesidad de prestarle atención, ya que nada interesante tiene que decir.

Algunos observadores políticos afirman que en el famoso debate televisado entre Kennedy y Nixon en el año 1960, el contraste entre la obvia vitalidad de Kennedy y el cansancio de Nixon (sumado a su poca expresividad habitual) tuvo más importancia que todo lo que dijeron” (Davis, 1976: 56-57).

Justino Sinova determina en su libro *La verdadera historia de las elecciones que alumbraron un nuevo orden político en España* (1993:157) la correcta actitud que debe tener un candidato en un debate televisado:

- Debe sonreír incluso cuando lo atacan.
- Debe hablar a la cámara cordialmente, como si tras ella estuviera un elector a punto de entregar su voto.
- Debe vestir sin estridencias. Ropa corriente pero cuidada, de colores suaves que no endurezcan sus facciones ni distraigan la atención de los telespectadores
- No puede lucir ojeras en un debate televisado. Denotan cansancio y envejecimiento y hacen dudar de la entereza personal ante las dificultades.
- Un candidato no puede aparecer despeinado ante su pueblo. La gente piensa que si no cuida los detalles personales no se ocupará correctamente de los problemas de los demás.

4. Análisis del debate electoral televisado en las elecciones de 2011

4.1 Contextualización del debate electoral de 2011

El 7 de noviembre de 2011, poco antes de las 22.00h, tuvo lugar en el Palacio Municipal de Congresos del Campo de las Naciones de Madrid el único debate electoral televisado entre los líderes de los dos partidos mayoritarios, el popular Mariano Rajoy y el socialista Alfredo Pérez Rubalcaba, antes de las elecciones del 20-N. El cara a cara tuvo una duración de 90 minutos y estuvo dividido en tres bloques: economía y empleo, políticas sociales y democracia, seguridad y política exterior. Su duración fue de 20, 15 y 10 minutos, respectivamente, y hubo 5, 4 y 3 intervenciones.

La Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión de España fue la encargada de organizar el encuentro que moderaba su presidente, Manuel Campo Vidal. Las 17 cadenas de televisión que emitieron el debate, TVE, Antena 3, Canal Sur, Canal 9, Telemadrid, Cuatro, la Sexta, Aragón TV, IB3, 7RM, V Televisión, CMT, CYLTV, 24 horas, Intereconomía, VEO7 y 13TV, fueron las encargadas de sufragar los 550.000 euros destinados para su realización.

Según lo acordado entre sus directoras de campaña, la popular Ana Mato y la socialista Elena Valenciano, Rajoy abrió el quinto debate de la democracia y Pérez Rubalcaba tuvo el último turno de palabra. La cita, que comenzó a las 21.45, sólo estuvo interrumpida por una pausa publicitaria de doce minutos en la cual los candidatos consultaron, brevemente, a uno de sus asesores. A diferencia de los duelos anteriores los tiempos no eran tasados y se permitían interrupciones.

Un total de 350 periodistas de todo el mundo fueron acreditados para la ocasión, 20 cámaras y dos unidades móviles hicieron frente a los imprevistos y 2.006.000 de espectadores, según los datos de Kantar Media, la empresa que mide las audiencias de televisión, siguieron el duelo. Lo que supone el 54,2% de cuota de pantalla, más de la mitad de los espectadores que en ese momento estaban ante un televisor. Asimismo, un 27,4%, de los españoles estuvieron pendientes del encuentro (Gallo, 2011).

El escenario, diseñado para la ocasión, se halló en torno a los 200 metros cuadrados. Su fondo era circular y combinaba el color gris metalizado de las paredes, del suelo, que era antideslizante y con el blanco perla de la mesa, que medía 74

centímetros y estaba decorada por un cartel azul claro en el que se leía ‘2011 el debate’.

La iluminación se realizó con luz de 3.2000 °K, y la temperatura ambiente estuvo fijada en los 21 grados centígrados. Cada candidato dispuso de un pequeño reloj digital incrustado en la mesa que le indicaba el tiempo que le quedaba por consumir (Casado, 2011).

Debido a una convocatoria de manifestación de Anonymous y el 15-M, que finalmente no se produjo, el dispositivo de seguridad aumentó. La entrada principal y los alrededores del Palacio estaban protegidos por un amplio dispositivo policial formado por al menos una docena de furgones de la Gendarmería. Los vehículos se encontraban repartidos por las calles próximas a la Avenida Capital de España, donde se ubica su puerta principal, que estaba flanqueada por un coche de guías caninos y tres furgones.

A las 21.02, un minuto antes de lo previsto, llegó el candidato del Partido Popular al Palacio Municipal de Congresos acompañado por la directora de Comunicación del PP, Carmen Martínez Castro. Once minutos más tarde lo hizo Pérez Rubalcaba junto con su directora de campaña, Elena Valenciano. Ambos repitieron el mismo ritual de recepción por parte del moderador, Campo Vidal, y el resto de miembros de la directiva de la Academia de TV.

Después del posado y el saludo entre los dos aspirantes a La Moncloa, que evitaron el contacto visual entre ellos, se produjo el acompañamiento hasta el plató. Finalmente, y como había sugerido el moderador y el final por sorteo, Rubalcaba se sentó a la izquierda de los espectadores y Rajoy a la derecha. A las 21.45 Campo Vidal tomaba la palabra. Todo estaba pactado de antemano.

Knapp subraya que todavía se desconoce el papel exacto de la apariencia y la vestimenta en el sistema total de la comunicación no verbal. Sin embargo, señala que “sabemos que la apariencia y la vestimenta son parte de los estímulos no verbales totales que influyen en las respuestas interpersonales, y que en ciertas condiciones son los determinantes principales de tales respuestas” (Knapp, 1983:173).

La indumentaria de los candidatos era muy similar. Los asesores de ambos partidos consiguieron no distraer al público mediante su vestuario. Pérez Rubalcaba eligió para la ocasión corbata azul celeste y lunares blancos sobre una camisa azul claro y traje azul oscuro. Por su parte, Rajoy, que también llevaba corbata azul aunque era brillante, optó por un traje gris casi negro y camisa blanca.



Fuente: Bekia.es

La profesora M^a José Canel recuerda la importancia de una correcta indumentaria, puesto que “estiliza y realza la figura del candidato, la resalta, manifiesta exteriormente y destaca entre quienes observan la transmisión y si se complementa, ajusta y se ciñe al tipo de decorado en el que van a debatir los aspirantes, el atuendo se convierte en el más fiel aliado y en el mejor apoyo que puede llegar a tener el dirigente” (Canel, 1999:59).

Los dos aspirantes a La Moncloa lucieron el color azul en su vestuario. La autora señala que en la actualidad el marketing político aconseja a los líderes utilizar este color para las comparecencias públicas. El tipo de ropa que el mandatario use, su color, el tejido, el corte o los complementos, entre otros, jugarán un papel decisivo en la imagen y apariencia que el líder proyecte en televisión.

Campo Vidal acudió a la cita fiel a su estilo clásico. Una vez más no quiso desentonar entre los protagonistas y lució un traje azul marino, una camisa azul cielo y una corbata rayada en los mismos tonos que el resto de la vestimenta.

4.2 Metodología del análisis de la comunicación no verbal en el debate electoral televisado

El siguiente análisis se ha basado en el estudio realizado por la Doctora Imelda Rodríguez Escanciano y la Doctora María Hernández Herrarte titulado ‘Claves de la espectacularización de la información política en televisión a través de los debates electorales de 2008: activación de la “teoría del efecto desarrollo” (2009).

El presente trabajo analiza la comunicación no verbal de Mariano Rajoy, candidato por el Partido Popular al Gobierno, y de Alfredo Pérez Rubalcaba, candidato por el Partido Socialista Obrero Español, durante el único debate celebrado para las elecciones del 20 de noviembre de 2011 celebrado en la Primera Cadena de TVE en el *prime time*. El papel del moderador, Manuel Campo Vidal, no es objeto de este análisis ya que lo que se pretende es conocer cómo comunicaron los contendientes políticos a través de sus gestos.

Las autoras decidieron centrar sus observaciones en la postura, la mirada, la sonrisa, las emociones del rostro, el movimiento de brazos, el movimiento de manos y sus movimientos en conjunto. Este estudio examina las siguientes variables: la postura: erguido, inclinado hacia delante e inclinado hacia detrás; la mirada: bajar los ojos del papel, hacia arriba, lateral, firme y franca y huidiza; la sonrisa: falsa/forzada y auténtica; las emociones: alegría, tristeza, neutral, sorpresa y miedo; los movimientos de manos: hacia arriba, hacia abajo, manos unidas, numeración y recalque; y por último los movimientos en conjunto: agresivos, nerviosos, tranquilos y seguridad.

Escanciano y Hernández explican el porqué de su análisis centrado en determinados gestos corporales: “la postura, puesto que es el resultado de un movimiento que refleja actitudes sobre la persona y su relación con los otros; por otra parte, los gestos faciales son movimientos que transmiten multitud de estados emocionales, sentimientos y actitudes; otras de las categorías seleccionadas han sido los gestos corporales (manos y brazos) debido a que es en el lenguaje de estas extremidades donde se apoya la expresividad de gran parte del discurso del candidato; finalmente, también se procesarán los datos de los movimientos en conjunto de ambos líderes, es decir, si sobresalió una actitud tranquila, de seguridad, agresividad, etc.” (2009).

A partir del modelo expuesto por estas dos autoras se presenta la siguiente plantilla de análisis para examinar el debate electoral de 2011. El primero se refiere a la presentación de los candidatos y al ‘Bloque I: Economía y Empleo’, el segundo se centra en las políticas sociales, ‘Bloque II: Políticas Sociales’, y el último abarca el planteamiento final de los aspirantes a La Moncloa y del ‘Bloque III: Democracia, seguridad y política exterior’. Los temas que se tratan no son estrictamente los que más interesan al público, como detallan Jackson-Beeck y Meadow, pero sí a los propios candidatos y periodistas” (1797).

La siguiente división está marcada por cada intervención del candidato. Dependiendo del bloque hay un número de participaciones u otro; así, la tabla recoge la duración de cada una, el número de veces que lo hace y el aspirante que interactúa. Por otro lado, la misma recoge los datos necesarios para realizar la investigación, y está dividida en los apartados mencionados y subdividida por categorías concretas.

Mariano Rajoy/Pérez Rubalcaba	Intervención
----------------------------------	--------------

Postura	Erguido	Inclinado hacia delante	Inclinado hacia detrás		
Mirada	Bajar los ojos papel	Hacia arriba	Lateral	Firme y franca	Huidiza
Sonrisa	Falsa / Forzada	Aauténtica			
Emociones Rostro	Alegría	Tristeza	Neutral	Sorpresa	Miedo
Movimientos de manos	Hacia arriba	Hacia abajo	Manos unidas	Numeración Recalque	
Movimientos en conjunto	Agresivos	Nerviosos	Tranquilos	Seguridad	

Plantilla empleada para el análisis de la investigación

Recientes estudios han demostrado que las señales no verbales influyen cinco veces más veces más que las señales orales. El número de señales gestuales que compartimos con el resto de la sociedad en un rutinario día es infinito, y a eso hay que añadirle el agravante que la gestualidad cambia según la cultura. En esta investigación se han determinado los siguientes movimientos:

La posición del cuerpo nos va a dar señales sobre la predisposición o no a la interacción entre interlocutores. Se han establecido tres posturas distintas para los candidatos: postura erguida, la espalda se mantiene recta; postura inclinada hacia delante, el cuerpo se muestra receptor y hay una disposición de entrega y postura inclinada hacia detrás, se imponen barreras al intercambio.

La mirada abarca más variables ya que los ojos son fuente primordial de expresión. Si el candidato lee para observar el papel se muestra nervioso, no confía en sí mismo y se ve obligado a leer. Por el contrario, hacia abajo, indica mentira, está reflexionando su respuesta ya que no la tiene y debe pensarla. Una mirada firme y franca aporta seguridad en sus palabras, confianza. Ocurre todo lo contrario si esquiva la mirada, una mirada huidiza. Se ha definido mirada lateral cuando el líder no mira a cámara, no sabe impulsar su mensaje correctamente en la pequeña pantalla.

Las cejas también forman parte de la mirada. El alzamiento de una ceja transmite dudas, sin embargo, si el candidato eleva ambas indicará sorpresa. Y por el contrario, mostrará un sentimiento de sospecha o incomodidad si baja ambas cejas.

Por otro lado, se han determinado dos tipos de sonrisas: falsa o forzada y auténtica. La primera se realiza, en la mayoría de los casos, de forma irónica. La auténtica es la propia del candidato y el mismo debe saber cuándo mostrarla, puesto que si es usada correctamente se premia con votantes.

El rostro puede abarcar infinidad de sentimientos. En este análisis se han escogido los más comunes: alegría, tristeza, neutralidad, sorpresa y miedo. Mediante este campo se pretende descifrar si sus emociones van acorde de su lingüística, refuerzo o rechazo.

Cada cultura identifica un significado diferente con el movimiento de las manos; sin embargo, el investigador Paul Ekman descubrió la universalidad de algunos gestos. Estos movimientos universales se deben a las limitaciones del ser humano. Se pueden

realizar tres posiciones distintas mediante el movimiento de las palmas de las manos: hacia arriba, símbolo de sumisión; hacia abajo, indican autoridad, posición de dominio; y, por último, la palma cerrada apuntando con un dedo en alguna dirección, denotan irritabilidad con el interlocutor.

Asimismo, si el candidato cruza los dedos uniendo las dos manos expresa negatividad, pero por el contrario si se las frota indica positividad. La mano cerrada en un puño es signo de agresividad, tensión contenida.

Las posición con la que se colocan las manos durante un debate dice mucho de su persona y actitud durante el encuentro. Si el candidato entrelaza los dedos significa que está frustrado, y cuanto más altas estén las manos más negativa será la actitud del oponente. Por el contrario, si el político mantiene apoyados los dedos de una mano con otra (formando un arco) denota confianza en sí mismo. Otro gesto que también indica este sentimiento es cogerse las manos por detrás de la espalda.

Si el candidato eleva los hombros estará expresando duda o ignorancia mediante este gesto. Por otro lado, si mueve la cabeza de arriba abajo indica conformidad, asentamiento pero si lo hace de izquierda a derecha mostrará disconformidad puesto que es un gesto negativo.

Para concluir el trabajo de campo se ha buscado un indicador de resumen, como son los movimientos en conjunto. Después de conocer las particularidades de cada zona corporal visible en el debate se ha pretendido conocer sus impresiones a nivel general. Los movimientos en conjunto están clasificados en: agresivos, nerviosos, tranquilos y seguros.

4.3 Resultados de la aplicación de la plantilla de análisis por bloques

4.3.1 Presentación de los candidatos y Bloque I: Economía y Empleo.

Ambos candidatos comenzaron el debate nerviosos. Esto lo demuestra el elevado número de veces que Pérez Rubalcaba parpadeó o la escasez de naturalidad que demostró Mariano Rajoy. “En un debate presidencial los candidatos que intervienen en

la discusión televisada deben ser conscientes que el nerviosismo propio del momento se aprecia en el movimiento continuado de las manos, en la colocación constante del nudo de la corbata, en el golpeo repetido de la rodilla y en la colocación insistente de la mano en alguna parte de la cara” (White, 1963: 337).

El líder popular, que fue el primero en tomar la palabra, perdió en su intervención inicial la mirada a los ojos de los espectadores puesto que leyó su discurso. La conexión visual con el espectador es necesaria para una correcta comunicación.

Por su parte, Rubalcaba sí mantuvo un constante contacto con el televidente ya que durante todo el tiempo miró a cámara, en ningún momento bajo la mirada para consultar sus papeles; sin embargo, su continuo parpadeo interrumpió su efectiva comunicación. Este gesto denota mentira aunque en este caso el adjetivo correcto sería inseguridad. Mientras su oponente hablaba el registrador de la propiedad mantenía los ojos bien abiertos, como si no quisiese perderse ni un detalle del encuentro. Asimismo, esbozó ligeras sonrisas y frunció un poco el ceño ante algunas declaraciones como indicativo de ironía.

Desde el momento en el que Campo Vidal está introduciendo el debate Alfredo Pérez Rubalcaba ya muestra una actitud de nerviosismo puesto que está aferrado a un bolígrafo y juguetea con él. Es cierto que la televisión exagera los movimientos, y aún más en planos cortos; sin embargo, en esta ocasión, éstos le delataron durante el primer bloque ya que mantuvo una actitud de inquietud en la silla puesto que no dejaba de moverse en ella.

Por otro lado su oponente se mostró menos tenso. Durante sus cinco intervenciones Mariano Rajoy mantuvo una postura erguida y natural, lo que le llevo a transmitir al público confianza y seguridad en sí mismo. Rubalcaba pierde en este terreno ya que el líder del PSOE tiene habitualmente una pose algo encorvada. En el debate está sentado así que parece que está inclinado hacia delante lo que indica recepción, pero su espalda no está recta ni su cabeza al alza.

Pérez Rubalcaba comienza su intervención haciendo gala de su buen hacer como comunicador y se desprende del papel para transmitir su mensaje. Puesto que como Ekman indica “el desarrollo de las habilidades no verbales dependerá de los siguiente: motivación, actitud, conocimiento y experiencia”. Mediante su comunicación no verbal

Pérez Rubalcaba quiere asegurarse de que la audiencia capte sus ideas, puesto que utiliza sus manos para enumerar, gesto que facilita la recepción del mensaje (1972:107).

La escasez de contacto visual con Mariano Rajoy es un fallo que comete el socialista durante este primer bloque. A su favor tiene la expresividad que demuestra el líder del PSOE con el movimiento de sus manos. Se muestra sincero y franco cuando habla mostrando las palmas de la manos abiertas; también lo hace hacia abajo, gesto que indica autoridad hacia al oponente.

La coordinación del arqueado de sus cejas y del cierre de sus ojos con la apertura de su sonrisa transmite al telespectador sinceridad. Rubalcaba sabe que es una baza a su favor y la sabe aplicar en los momentos adecuados. Muestra un gran dominio de su rostro cuando controla sus gestos faciales a pesar de la sorpresa que le producen las palabras de Rajoy.

Por otro lado al líder del PP le sigue costando despejarse del papel, una señal que denota falta de seguridad. Otro gesto que también revela lo anterior es el uso de sus anotaciones como apoyo externo. El dirigente socialista utiliza las intervenciones del registrador de la propiedad para consultarlas, pero no realiza intervenciones con ellas en las manos. Mientras su compatriota habla baja la mirada. No cree lo que está diciendo.

Asimismo, cuando el dirigente mira a cámara muestra una mirada lateral. Según se indica en el blog de la clínica de psicoterapia y personalidad 'Persum' de Oviedo², "las pausas extremas de mirada, como por ejemplo, una desviación excesiva de la mirada, puede constituir conductas desadaptativas en la comunicación con los demás". Es decir, que el televidente puede inducir mediante ese desvío de su mirada el evitar su contacto.

"La sonrisa puede tener un gran impacto sobre la calidad de nuestros intercambios: puede suavizar un rechazo, comunicar una actitud amigable y animar a los demás a que te devuelvan la sonrisa" indican los expertos ovetenses en psicoterapia y personalidad. Aplicando esta teoría al debate los dos candidatos a La Moncloa han decidido mantener un rostro más neutral y sólo esbozar auténticas sonrisas cuando el encuentro las requiera.

² Clínica Persum Oviedo. Consultado el: 02/05/2014. Disponible en: <http://psicologosoviedo.com/problemas-que-tratamos/ansiedad/comunicacion>

En torno a las 22.19horas de la noche se produce uno de los momentos más tensos del duelo, un rifirrafe entre los dos candidatos durante el turno del candidato socialista que hablaba del desempleo. Cebrián Herreros destaca que los debates se caracteriza por la confrontación ideológica; “desde el primer momento aparece la polémica y el enfrentamiento entre ambos” (Cebrián Herreros, 1995:340).

En esos minutos se puede ver una actitud agresiva por parte de Pérez Rubalcaba. Sus movimientos son rápidos e intensos, no deja de mover la cabeza para un lado y para otro, su mirada se vuelve más penetrante. “Los gestos de los cuales se debe de huir y más en la esfera política son los efectuados de una forma rápida, cortante, con movimientos rápidos que nos transmiten inseguridad y nerviosismo” recalca el profesor de la Universidad de Navarra, Óscar Orzáiz (Orzáiz:2009).



Fuente: Agora25siglos.blogspot.com.

Un error que comete el líder de la oposición es el señalar a su adversario con el dedo. “Nunca, nunca hay que señalar al oponente con los dedos” ya que se trata de un gesto agresivo que los televidentes pueden rechazar subraya el miembro de la Academia de las Artes y las Ciencias de la Televisión, Carles Marín (Dombás:2011).

Frente a los ataques de su oponente Rajoy actuó más calmado, bien es cierto que su rostro es más móvil y contenido. El popular intenta manifestar una mirada firme y franca pero no lo consigue debido a su inexpresividad; sin embargo, si consigue comunicar mediante el constante movimiento de sus cejas.

Mariano Rajoy frunce el ceño con asiduidad, es un gesto corriente en su persona por lo que no indica enfado, sino desaprobación. Asimismo, mientras el socialista le increpa el líder del PP alza las cejas en señal de una reacción. Como Hall indica, el

hombre tiene otras formas de comunicarse que refuerzan, o desmienten lo que ha dicho con palabras (Hall:1898).

Rajoy reveló con su mirada la irritación que le estaba incomodando el acoso verbal al que le estaba sometiendo el líder del Partido Socialista Obrero Español mediante la formulación de constantes preguntas. Sus ojos y su boca se cerraban, sus gestos faciales mostraban reflexión, lo que significa que no fue capaz de controlar sus sentimientos. “Si el candidato no es consciente de su manera de actuar ante las cámaras va a ser un candidato que va tener serios problemas a la hora de defender en televisión sus ideales” (Canel, 1999:72).

A modo de resumen de este primer bloque, si algo ha caracterizado a Mariano Rajoy en este bloque ha sido la discreción de su comunicación no verbal. En general sus movimientos han sido seguros, sigilosos y tranquilos, ha ido disminuyendo gradualmente ese nerviosismo que mostraba al comienzo del duelo. “En una intervención pública, los gestos que nunca resultan estridentes son aquellos que se realizan de forma amplia y se mantienen, se aguantan. Un orador cuyo lenguaje gestual tenga estas características será capaz de transmitirnos tranquilidad, seguridad en su discurso, aplomo y contundencia” (Orzaiz, 2009).

Por el contrario, su rival ha aplicado otra estrategia bien distinta en este primer encuentro, como indica la información.com, “en ese sentido, dentro de la estrategia preparada por Rubalcaba estaba utilizar un estilo incisivo y, en algunos momentos, agresivo, que lograra descomponer la figura del líder popular” (Toribo/Ibañez, 2011).

4.3.2 Bloque II: Políticas Sociales

Mariano Rajoy Brey abrió el segundo bloque sobre políticas sociales en el que destacó su constante apoyo del movimiento de las manos para apoyar su comunicación lingüística. Abre las manos en señal de franqueza y entrelaza los dedos, lo que indica autoridad.



Fuente: Agora25siglos.blogspot.com

Asimismo, han preponderado los constantes movimientos que realizaba para enumerar con la intención de que el mensaje llegue a la audiencia. Junta las yemas de los dedos índice y pulgar para potenciar su mensaje, también lo hace al fruncir sus cejas al son de la palabra ‘brutal’.

Rubalcaba comienza su intervención más relajado que en la primera parte, sus movimientos son más fluidos, se le nota más cómodo. Gracias a la experiencia, sabe que si acompaña su discurso mostrando las palmas de sus manos derrochará franqueza y así lo hace.

Junta las yemas de sus dedos y realiza movimientos verticales, su intención es que se capte su oratoria. Otro gesto para reafirmar esta estrategia es enumerar con ellos. Asimismo, utiliza sus extremidades superiores. En cambio, mueve repetidamente la cabeza inclinada hacia delante lo que crea en el público un cierto desconcierto con su discurso. El líder supo subsanar su error cuando fue consciente de esa reacción involuntaria.

Rubalcaba no busca la aprobación de los televidentes mediante la rapidez de sus gestos, sólo quiere mostrar su rechazo a las ideas de su rival. Destacar que se establece un claro predominio de su mano derecha, lo que indica la búsqueda del control. El socialista sabe que, frente a su rival, su abierta sonrisa es un punto fuerte puesto que transmite franqueza, y esto le ayuda en ocasiones tensas a relajar el ambiente.

Estar frente a una cámara mientras tu país espera expectante tus palabras no es sencillo, y eso bien lo saben ambos líderes. En consecuencia utilizan estrategias para ayudarles a hablar con mayor seguridad como la que aplican en este bloque, coger un

bolígrafo. “Esta técnica, además de tranquilizarnos, nos ayuda a no gesticular demasiado y a evitar que la gente se dé cuenta del posible tembleque que suele invadirnos en estas situaciones” explica la responsable de Contenidos de Microsoft Business para pequeñas y medianas empresas, Marta Chamorro (Chamorro, 2011).

Como apunte negativo, Rajoy vuelve a descuidar su comunicación no verbal acudiendo de nuevo a la lectura: no consigue conectar con los telespectadores porque no dirige hacia ellos su mirada. Su rostro carece de expresividad, sus ojos esquivan a las cámaras, su tez se muestra neutra y la única sonrisa que esboza es completamente irónica.

Cuando el popular se ve increpado por el líder del PSOE se muestra nervioso puesto que mira por encima y por debajo de las gafas y realiza movimientos esquivos con todo su cuerpo, desde las manos hasta la cabeza pasando por el tronco. La mirada del atacante es agresiva pero franca. Sus pupilas están dilatadas y eso denota interés por el tema tratado (Universidad de Cantabria, 2010).

La mirada del registrador de la propiedad le delata, no puede fingir la expresión de sus ojos, y su sonrisa resulta forzada, o sea, menos creíble. Tal y como indica Flora Davis, la mayoría de las personas puede fingir una expresión, pero lo que no saben es cuánto tiempo hay que mantenerla, cómo hacerla surgir sin que se nota o cómo hacerla desaparecer. Un claro ejemplo de ello es cuando ambos dialogan el tema de los colegios privados; la comunicación no verbal del gallego anula su mensaje (Davis, 1976:69).

Rubalcaba hace buen uso de las tácticas de oratoria, se maneja bien con las manos y le gusta enfatizar su mensaje con todo su cuerpo. Lo demuestra cuando achaca a su adversario, por no preocuparse de la financiación sanitaria, con el dedo ‘acusador’. En cambio, comete el error de utilizar la mano cerrada con el dedo índice señalando al candidato popular. El receptor puede intuir esta acción como insultante.

Respecto a sus movimientos en conjunto Mariano Rajoy realiza gestos más bien lentos, propios de su personalidad. Su postura es más inclinada hacia delante, aplomada pero rígida, indicativo de seguridad y poder pero también de timidez. Esboza alguna ligera sonrisa, arqueada hacia arriba, es decir, irónica. Le cuesta mostrar una sonrisa franca ya que de por sí su rostro no es muy expresivo.

En la oposición Rubalcaba también revela a través de su gestualidad creencia en su mensaje ya que no necesita leer el guión y se muestra seguro de sí mismo. Cree en su liderazgo político y eso lo demuestra con su postura, inclinado hacia delante a pesar de la ausencia de rectitud en su espalda, como ya se ha comentado anteriormente en esta investigación. Asimismo, sus movimientos en conjunto son más agitados, establece una comunicación más retadora.

4.3.3. Bloque III: Democracia, seguridad y política exterior

Los papeles del comienzo del debate se intercambiaron entre los líderes al empezar el tercer bloque, democracia, seguridad y política exterior. Rubalcaba reapareció ante las cámaras con una majestuosa seguridad, desconocida hasta ese momento en plató.

El socialista, que ha sido en encargado de abrir la última sección del duelo, ha utilizado, las manos para fortalecer su mensaje. Amplitud en sus gestos, movimientos pausados pero bien definidos. Su cabeza y su cuerpo están inclinados, se está tomando mucho interés en su discurso puesto que “la postura no es solamente una clave acerca del carácter, es también una expresión de la actitud” (Davis, 1976:127).

No se encuentra en un contexto distendido, por lo que sabe que a través de sus gestos transmite sensaciones; sus movimientos manuales, los cabeceos, los parpadeos coinciden con el compás que marca cuando habla (Davis, 1976). Por ello vuelve a utilizar las palmas de las manos abiertas para transmitir a los votantes seguridad y mantiene su uso para recalcar. Rubalcaba ve que controla la situación, cree en su dominio y lo demuestra con las palmas hacia abajo abiertas y cerrando la mano y apuntando con el dedo a su rival.

Por otro lado, el popular estaba tenso, su cuerpo se movía de forma desordenada. Intenta coordinar el movimiento de sus extremidades superiores con su discurso pero no lo consigue, le fallan los nervios, necesita más ímpetu. Se apoya en la lectura del texto, indicador de desconfianza para el espectador.

Un gesto particular que realiza el registrador de la propiedad es el frotamiento de sus manos, tiene expectativas positivas en el debate. Asimismo, apoya su mensaje con

señas particulares, como por ejemplo, cuando indica al socialista que “oye mal” llevando su mano derecha al oído.

Rubalcaba mira en todo momento a cámara, pretende establecer un contacto fijo con el espectador; sus ojos transmiten seguridad y transparencia. Gana en las distancias cortas. Sin embargo, su rival comete la equivocación de dirigir su mirada a cámara cuando se está dirigiendo al socialista, lo que conlleva a que espectador intuya que tiene más interés por convencerle a él que de contestar las réplicas.

Mariano Rajoy vuelve a mostrarse en inferioridad respecto al líder del PSOE en el control de su comunicación no verbal. Ante los ataques de su rival se muestra sorprendido y no sabe disimularlo. Su mirada lo delata y esta le lleva a no fomentar su solidez como candidato.

Ambos políticos utilizan correctamente las manos, mediante ellas sitúan e ilustran a los espectadores. Sin embargo, los dos cometen claros errores gestuales. Rubalcaba usa su dedo ‘acusador’ para increpar al popular, situación que puede resultar violenta para el telespectador, y Rajoy utiliza las palmas hacia arriba en exceso, como si ya hubiera llegado a La Moncloa.

En su último rifirrafe ambos coquetean con la ironía mediante su rostro y utilizan el soporte papel para argumentar sus teorías. Rajoy a su vez coge el bolígrafo con una mano, evita el transmitir nervios con este apoyo y vuelve al refuerzo de su lingüística con su gesto ‘batuta’. Un fallo de imagen que se puede comprobar en las últimas tomas es que el líder del Partido Socialista Obrero Español muestra torcida la corbata.

Mariano Rajoy comienza su última intervención de tres minutos de tiempo sonriendo, busca así crear un ambiente más relajado. Su comunicación no verbal se ve restringida a su rostro, ya que la cámara realiza un primer plano y sólo se pueden ver sus manos cuando las eleva para numerar o para recalcar. Lo mismo ocurre con su rival, Pérez Rubalcaba.

El líder del Partido Popular se dirige al pueblo español con mirada firme, sus ojos aportan confianza, complementan su discurso. Sin embargo debería haber ojeado algo menos el papel puesto que no estaba hablando de cifras ni datos concretos, sus ideas generales hubieran penetrado mejor en el espectador, tal y como indica Jean Paul

Sarte en su teoría: “el contacto visual es lo que nos hace real y directamente conscientes de la presencia del otro como ser humano con conciencia e intenciones propias. Cuando los ojos se encuentran, se nota una clase especial de entendimiento de ser humano” (Davis, 1976:86).

Mariano Rajoy, que conocía de antemano que su última intervención se realizaría en un primer plano, intenta intensificar sus movimientos gestuales para conseguir captar la atención del telespectador. Su boca se amplía, como si estuviera vocalizando, y sus ojos se abren como platos. También coordina su cabeza con sus palabras para que sus ideas penetren mejor.

El popular inconscientemente eleva los hombros. Este gesto lleva a que sus cejas también se arqueen y que su boca se entreabra más de lo normal. Es un movimiento natural que tiene relación con sus palabras, interactúa con el público preguntándole. Ocurre lo mismo cuando frunce el ceño, es algo propio de su rostro. Respecto a sus movimientos en conjunto cabe decir que son tranquilos y pausados. Se le ve seguro de sí mismo.

Pérez Rubalcaba cierra el debate. Pestañea en exceso pero sus ojos son indicadores de franqueza. Está relajado y sabe transmitirlo al televidente. Asimismo, vuelve a apoyarse en los dedos para enumerar, pese a que la cámara está grabando en primer plano y lo sabe, puesto que es algo que como buen comunicador con larga experiencia realiza inconscientemente.

Consigue entablar contacto con el público ya que no mira sus anotaciones. Ese gesto da seguridad a los votantes, lo que hace que consiga vender confianza y capacidad de gestión a cambio de votos. Sabe vender adecuadamente su mensaje-producto. (Álvarez Domínguez & Caballero Hueso, 1988:21). También la perfecta coordinación de sus movimientos, sobre todo se puede comprobar en esta última intervención en sus movimientos de cabeza.

Su exquisita comunicación no verbal revela que ha ensayado previamente para este momento, se ha preparado con dedicación para dirigirse al público. Controla sin problemas sus movimientos, justifica su mensaje con correctos gestos, mira a cámara como si estuviera tuteándose con el realizador. Rubalcaba maneja la situación y esa sensación le da confianza al telespectador.

Sus movimientos armoniosos hacen respirar tranquilidad. Su mirada es la principal protagonista de su rostro y su principal 'as' para convencer al elector; acompaña a su lingüística, como se puede comprobar cuando se desnuda ante el público diciendo: "no tengo la solución a todos los problemas".

4. Conclusiones

El desarrollo del presente Trabajo Fin de Grado titulado ‘La Comunicación No Verbal en los debates electorales. El caso de España en 2011’ permite extraer las siguientes conclusiones, una vez realizada la revisión de los capítulos más teóricos de la investigación y del trabajo de campo:

Hipótesis 1: Ni el candidato por el Partido Socialista Obrero Español, Alfredo Pérez Rubalcaba, ni el candidato por el Partido Popular, Mariano Rajoy se adapta al formato televisivo en el que se desarrolla el debate electoral.

Ninguno de los dos aspirantes a La Moncloa termina de adaptarse al formato televisivo en el que se desarrolla el debate. Por un lado, Rajoy se olvida de mantener el contacto con su adversario y dirige su mirada a cámara, mostrando así más interés por converse al televidente que a su atacante, acto poco propicio en un cara a cara. Por otro lado, Rubalcaba ignora que está en un plató de televisión cuando el popular tiene la palabra, ya que se dedica a observar sus anotaciones en vez de mirar al líder del PP.

Asimismo, en un encuentro de este tipo se busca la conexión con la audiencia y Mariano Rajoy no terminó de conectar con ella puesto que recurrió demasiado a la lectura. Este gesto fue lo que más lastró su comunicación no verbal. Sin embargo, los años de carrera de su rival hacen mella en el control de su comunicación no verbal. Esta diferencia con Alfredo Pérez Rubalcaba se muestra mayormente en la expresión del rostro. El socialista sabe que uno de sus puntos fuertes es su franca sonrisa, y por ello hace alarde de ella.

A favor de ambos cabe decir que tanto el socialista como el popular gozan de un excelente dominio de sus manos para enfatizar el mensaje, aunque Rajoy utilizó menos recursos ninguno de los dos candidatos cometió errores durante el debate. Ambos utilizan mucho las palmas abiertas puesto que sus asesores les recomendaron su uso ya que favorece las relaciones y dan buenas vibraciones a los televidentes.

Hipótesis 2: Durante el único debate electoral televisado celebrado en las elecciones de 2011 hay momentos en los que la comunicación verbal de los líderes de los dos partidos mayoritarios españoles no va en relación con su comunicación no verbal.

Ambos candidatos anulan en múltiples ocasiones el mensaje mediante la comunicación no verbal. Un fiel indicador de que la persona no se está creyendo lo que dice es la elevación simultánea de los hombros, gesto que realiza varias veces Mariano Rajoy cuando emite su discurso. El líder del Partido Popular controla muy bien la oratoria, pero su rostro pone de relieve sus contradicciones. A su vez, Alfredo Pérez Rubalcaba emite un mensaje verbal, pero su cabeza lo contradice con un movimiento de negación que realiza paralelamente. Su cuerpo dice algo bien diferente a lo que indica su lingüística.

Hipótesis 3: Mariano Rajoy y Alfredo Pérez Rubalcaba no son conscientes del poder de sus expresiones no lingüísticas en su comunicación durante el encuentro celebrado el 7 de noviembre de 2008 en el Palacio de Congresos de Madrid.

Ambos oradores habían trabajado con sus respectivos equipos de asesores lo que tenían qué decir o dónde atacar al rival para dejarlo en evidencia. Por el contrario, no habían dedicado el mismo tiempo al dominio de la comunicación no verbal. Prueba de ello fueron los constantes gestos mecanizados que realizaron o el poco entusiasmo con el que transmitían su mensaje, error que debe evitar cometer un político si pretende mostrarse cercano con el votante.

Si algo hay que destacar como un mal dominio de la comunicación no verbal es el nerviosismo, uno puede estar nervioso pero no tiene que notarse. Los dos candidatos reflejaron este sentimiento desde el comienzo del encuentro, nada más entrar ambos manifestaron sus respectivos tics: Rajoy elevó las cejas y Rubalcaba se mordió el labio al posar. Los líderes de los dos partidos mayoritarios españoles recurrieron a sujetar el bolígrafo con la mano, un clásico de control nervioso.

El candidato del Partido Popular no controló durante el debate su lenguaje gestual puesto que sufre pequeños pinchazos en el rostro cuando habla sobre ciertos temas controvertidos, su expresión emocional lo delató. Esta teoría se demuestra cuando el popular trata el tema de los homosexuales ya que muestra una microexpresión³ de desprecio.

Similar situación ocurre con su oponente, Pérez Rubalcaba. El líder del Partido Socialista Obrero Español tampoco goza de un excelente control de su gestualidad ya que comete fallos como morderse el labio cuando ‘acorrala’ a su rival, signo de victoria que resta imagen al político que lo realiza, o bajar la mirada como muestra de sumisión.

Hipótesis 4: La comunicación no verbal es un campo necesario igual de necesario que la lingüística en el proceso comunicativo. El comportamiento no verbal no sólo no apoya al no verbal sino que ambos se necesitan.

Las encuestas daban por ganador al candidato del Partido Popular, Mariano Rajoy, y del único debate electoral televisado se esperaba que Alfredo Pérez Rubalcaba diese un vuelco a la situación y arrebatase el camino a La Moncloa a su oponente. Sin embargo, no fue así puesto que el popular ganó las elecciones del 20 de noviembre de 2011.

Sin embargo, entre los dos candidatos a la presidencia del Gobierno de España hay un claro ganador en comunicación no verbal: Alfredo Pérez Rubalcaba. El líder del PSOE posee un mayor grado de empatía con el público, es más telegénico y se muestra más natural cuando debe dominar su mirada o sus movimientos.

Tras las anteriores exposiciones se demuestra que la labor de los candidatos a presidir La Moncloa no es solamente conseguir convencer a los electores con sus palabras, sino que también deben lograr que los votantes les crean. Una de las claves principales para ser elegido presidente es que la comunicación lingüística no anule el mensaje no verbal.

³ Expresión que se pretende ocultar y que aparece en el rostro unas décimas de segundo. Paul Ekman

5. Consultas

5.1 Bibliográficas

Alonso Fernández, F. (1982). *Cuerpo y Comunicación*. Madrid: Ediciones Pirámide.

Álvarez Domínguez, T., Caballero Hueso, M. (1998). *Vendedores de imagen. Los retos de los nuevos gabinetes de comunicación*. Barcelona: Paidós.

Arendt, H.(1972).*Du mesonge a la violence*. Paris: Calman-Lévy.

Bac, Marta. (2011). Rubalcaba defiende lo público y Rajoy la creación de empleo para salir de la crisis económica. Recuperado de: <http://www.20minutos.es/noticia/1212308/0/debate/rubalcaba-rajoy/minuto-a-minuto/#xtor=AD-15&xts=467263>

Báez Evertsz, C.J. (2000).*La comunicación efectiva*. INTEC

Berrocal, S. (2003). *Comunicación política en televisión y nuevos medios*. Barcelona: Ariel.

Cáceres Zapatero, M. D. (2003). *Introducción a la Comunicación Interpersonal*. Madrid: Síntesis.

Canel M.J. (2006). *Comunicación Política. Una guía para su estudio y práctica*. Barcelona: Tecnos.

Carrera Boleas, V. (2012). El Ala Oeste del Debate Rubalcaba-Rajoy. Mesa 13. El papel de los Debates Electorales en las Campañas. Recuperado de: <http://www.alice-comunicacionpolitica.com/files/ponencias/131-F5000037e1311342178174-ponencia-1.pdf>

Casado, D; Montañes, E. (2011). 20N Elecciones generales 2011. Recuperado de: <http://www.abc.es/20111107/elecciones-20n-2011/abci-directo-debate-rajoy-rubalcaba-201111071049.html>

Cebrián Herreros, M. (1995) *Información audiovisual. Concepto, técnica, expresión y aplicaciones*. Madrid: Síntesis.

Cerro, S. (n.f.) Breve estudio sobre la comunicación no verbal. Recuperado de: <http://www.losrecursoshumanos.com/contenidos/1005-breve-estudio-sobre-la-comunicacion-no-verbal.html>

Cestero Mancera, A.M. (2006). La comunicación no verbal y el estudio de su incidencia en fenómenos discursivos como la ironía. Recuperado de: http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/6074/1/ELUA_20_03.pdf

Chamorro M. (2011). Técnicas para hablar bien en público. Recuperado de: <http://www.microsoft.com/business/es-es/Content/Paginas/article.aspx?cbcid=476>

Colomo, F. (1976). *Televisión, la realidad como espectáculo*. Barcelona, Gustavo Gili.

Davis, F. (1976). *La comunicación no verbal*. Madrid: Alianza.

Deader, J.L. (1992). *Opinión Pública y comunicación política*. Madrid. Eudema.

Dobarro, S. (2011). Rajoy cándido y Rubalcaba peleón. Recuperado de: <http://saradobarro.com/tag/rubalcaba/>

Domblás, N. (2011). Un mallorquín, en la ‘cocina’ del debate cara a cara entre Rubalcaba-Rajoy. Recuperado de: <http://ultimahora.es/mallorca/noticias/elecciones-20-n/2011/55391/un-mallorquin-en-la-cocina-del-debate-cara-a-cara-entre-rubalcaba-rajoy.html>

Elpais.com. (2011). Así fue el cara a cara. Recuperado de: http://politica.elpais.com/especiales/2011/elecciones_20n/debate-rajoy-rubalcaba/resumen-debate-rajoy-rubalcaba.html

FormulaTv. (2011). Así fueron los cuatro debates electorales previos al cara a cara de Rubalcaba y Rajoy de este lunes. Recuperado de: <http://www.formulatv.com/noticias/21951/fueron-cuatro-debates-electorales-previos-cara-ac-cara-rubalcaba-rajoy/>

Gallo, I. (2011). El debate de Rajoy y Rubalcaba fue seguido por 12 millones de espectadores. Recuperado de: http://politica.elpais.com/politica/2011/11/08/actualidad/1320740049_451133.html

García Fernández, J.L. (2000). *La comunicación de las emociones*. Madrid: Editorial de la Complutense.

Hall, E.T. (1989). *El lenguaje silencioso*. Madrid: Alianza.

Heraldo.es. (2011). Mariano Rajoy, "presidencial" y Pérez Rubalcaba, "atacante". Recuperado de: http://www.heraldo.es/noticias/suplementos/elecciones_n/actitud_presidencial_rajoy_atacante_rubalcaba_164387_1031024.html.

Hernandez Herrarte M., & Rodriguez Escanciano I. (2009). Research in non verbal communication: a paradigm for the analysis of kinesic behavior of political leaders and for the determination of its strategic significance. Recuperado de: http://gredos.usal.es/jspui/bitstream/10366/79277/1/Investigar_en_comunicacion_no_verbal_un.pdf

Herreros Arconada, M., (1989). *Teoría y Técnica de la propaganda electoral*, Barcelona, Promociones y publicaciones universitarias.

Jackson-Beeck, M & Meadow, R. (1979). The Triple Agenda of Presidential Debates. *Public Opinion Quarterly* 43.

Knapp, M. (1893). *La comunicación no verbal. El cuerpo y el entorno*. Barcelona: Paidós Comunicación.

Lainformacion.com. (2011). Rajoy se va "muy contento" y Rubalcaba dice "haber dejado en evidencia a Rajoy". Recuperado de: http://noticias.lainformacion.com/espana/rajoy-se-va-muy-contento-y-rubalcaba-dice-haber-dejado-en-evidencia-a-rajoy_h4P79Z0nwiD4NNum809hJ3/

Lavanguardia.com. (2011). El debate Rajoy-Rubalcaba. Recuperado de: <http://www.lavanguardia.com/politica/20111104/54237516364/debate-rajoy-rubalcaba/index.html>

Lavanguardia.com. (2011). Rajoy y Rubalcaba apuran las horas antes del gran debate cara a cara. Recuperado de: <http://www.lavanguardia.com/politica/20111107/54237628235/rajoy-y-rubalcaba-apuran-las-horas-antes-del-gran-debate-cara-a-cara.html>

Manzini P., & Swanson D. (1994). *Politics, media and democracy*. Nueva York: Praeger.

Mark L. Knapp (1893). *La comunicación no verbal. El cuerpo y el entorno*. Barcelona: Paidós Comunicación.

Martinez, C. (2013). La comunicación no verbal en política. Recuperado de: <http://discurso-politico.blogspot.com.es/2013/01/la-comunicacion-no-verbal-en-politica.html>

Mc Ginnis, J. (1972). *Cómo se vende un presidente*. Barcelona: Península.

Mcquail, D., (1983) *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Editorial Paidós.

Muñoz Alonso A., & Rospir J.I. (1995). *Comunicación Política*. Madrid: Universitas.

Muñoz Alonso A., & Rospir J.I. (1999). *Democracia mediática y campañas electorales*. Barcelona: Ariel Comunicación.

Nabhan, S. (2011). Un único 'cara a cara' televisivo entre Rubalcaba y Rajoy. Recuperado de: http://www.cadenaser.com/espana/articulo/unico-cara-cara-televisivo-rubalcaba-rajoy/csresrpor/20111025csresrnac_8/Tes

Noriega de Lomas, J.P. (n.f.) Comunicación no verbal. Recuperado de: [http://revista-arbil.es/\(78\)comu.htm](http://revista-arbil.es/(78)comu.htm)

Ortega, M. (2009). Metodología de la sociología visual y su correlato etnológico. Recuperado de: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0187-57952009000100006&script=sci_arttext

Orzáiz, O. (2009). Comunicación no verbal y paraverbal en el debate político entre Zapatero y Rajoy. Recuperado de: <http://www.tonosdigital.es/ojs/index.php/tonos/article/view/336/235>

Panebianco, A. (1990). *Modelos de partido*. Madrid, Alianza.

Pérez García, D. (2003) *Técnicas de Comunicación Política*. Madrid: Tecnos.

Poyatos, F. (1994). *La comunicación no verbal (I). Cultura, lenguaje y conversación*. Madrid: Itsmo.

Público.es (2011). El análisis de los expertos. Recuperado de: <http://www.publico.es/espana/405707/el-analisis-de-los-expertos-elecciones-generales-2011>

Qué.es. (2011). Análisis de la imagen de Rubalcaba y Rajoy en el debate. Recuperado de: <http://www.que.es/elecciones/20n-2011/201111080021-imagen-rubalcaba-rajoy-cont.html>

Rodríguez Escanciano, I; Hernández Herrarte, M. (2009). Claves de la espectacularización de la información política en televisión a través de los debates electorales de 2008: activación de la “teoría del efecto destello”. Recuperado de: <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/34047/Imelda%20Rodr%C3%ADguez%20Escanciano%2c%20et%20al.pdf?sequence=1>

Rospir, J.I. (1999). *Democracia mediática y campañas electorales*. Barcelona. Ariel.

Rtve.es. (2011). Cara a cara Rubalcaba-Rajoy. Recuperado de <http://www.rtve.es/alacarta/videos/elecciones-20-n/cara-cara-rubalcaba-rajoy/1243540/>

Toribio, B., Ibáñez, C. (2011). La agresividad de Rubalcaba no logra descomponer a Rajoy. Recuperado de: http://noticias.lainformacion.com/elecciones-generales/la-agresividad-de-rubalcaba-no-logra-descomponer-a-rajoy_6cnjWJaw2vGIOdXrhZb3Z5/

Unaantropologaenlaluna.blogspot.com.es. (2012). El mal gesto: la comunicación no verbal en diferentes culturas. Recuperado de: <http://unaantropologaenlaluna.blogspot.com.es/2012/01/el-mal-gesto-la-comunicacion-no-verbal.html>

Universidad de Cantabria. (2010). La dilatación pupilar. Recuperado de: http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:kdtMvdNWjP0J:ocw.unican.es/ciencias-de-la-salud/ciencias-psicosociales-i/materiales/bloque-tematico-ii/tema-6.-la-comunicacion-1/6.1.4.2-la-dilatacion-pupilar/skinless_view&hl=es&strip=1

Weaver, D. H. (n.f.). Canalización mediática (agenda- setting) y elecciones en Estados Unidos. Recuperado de: www.ucm.es/info/per3/cic/cic3ar12.htm

20minutos.es. (2011). La expresión corporal: Rajoy contenido y algo inseguro; Rubalcaba, cercano y expresivo. Recuperado de: <http://www.20minutos.es/noticia/1212593/0/debate-rubalcaba-rajoy/analisis/gestos-vestimenta/>

5.2 Audiovisuales

Youtube, (2001). Consultado el 01/04/2014. Disponible en:
<http://www.youtube.com/watch?v=OZkljfvtrKk>,
<https://www.youtube.com/watch?v=3h11RIUZv1s>

5.3 Ilustraciones:

Ilustración 1: Nixon y Kennedy durante el primer debate televisado de la historia. Disponible en: <http://discurso-politico.blogspot.com.es/2013/01/la-comunicacion-no-verbal-en-politica.html>

Ilustración 2: Felipe González, Manuel Campo Vidal y José María Aznar en el primer debate televisado español. Disponible en: http://www.formulatv.com/images/fgaleria/15300/15368_debate-entre-jose-maria-aznar-y-felipe-gonzalez.jpg

Ilustración 3: Barack Obama, presidente de Estados Unidos. Disponible en: <http://www.noticiasrcn.com/internacional-america/tras-referendo-crimea-obama-coloca-sanciones-rusia>

Ilustración 4: Rubalcaba, Campo Vidal y Rajoy antes de comenzar el debate televisado de 2011. Disponible en: http://www.bekia.es/images/galeria/12000/12057_debate-electoral-entre-rubalcaba-y-rajoy.jpg

Ilustración 5: Pérez Rubalcaba señalando con el dedo a su rival, Mariano Rajoy. Disponible en: <http://agora25siglos.blogspot.com.es/2011/11/el-debate-entre-rajoy-y-rubalcaba.html>

Ilustración 6: El líder del Partido Popular, Mariano Rajoy. Disponible en: <http://agora25siglos.blogspot.com.es/2011/11/el-debate-entre-rajoy-y-rubalcaba.html>

6. Anexos

A continuación una muestra de las plantillas de análisis empleadas para la realización del trabajo de campo del primer bloque del debate electoral televisado en las elecciones de 2011 titulado economía y empleo.

Intervención de planteamiento
Comienza el debate, 21.45h

Mariano Rajoy		Duración: 2'8"				
Postura	Erguido	Inclinado hacia delante	Inclinado hacia detrás			
Mirada	Bajar los ojos	Hacia arriba	Lateral	Firme y franca	Huidiza	
Sonrisa	Falsa / Forzada (al final)	Auténtica				
Emociones Rostro	Alegría	Tristeza	Neutral	Sorpresa	Miedo	
Movimientos de manos	Hacia arriba	Hacia abajo	Manos unidas	Numeración Recalque	No enfoca cámara	
Movimientos en conjunto	Agresivos	Nerviosos	Tranquilos	Seguridad		

Pérez Rubalcaba		Duración: 2'3"				
Postura	Erguido	Inclinado hacia delante	Inclinado hacia detrás			
Mirada	Bajar los ojos	Hacia arriba	Lateral	Firme y franca	Huidiza	
Sonrisa	Falsa / Forzada	Auténtica			No sonríe	
Emociones Rostro	Alegría	Tristeza	Neutral	Sorpresa	Miedo	
Movimientos de manos	Hacia arriba	Hacia abajo	Manos unidas	Numeración recalque		
Movimientos en conjunto	Agresivos	Nerviosos	Tranquilos	Seguridad		

Bloque I: Economía y Empleo.
21,54h 40 minutos

Pérez Rubalcaba	Intervención I	Duración: 4'28"				
Postura	Erguido	Inclinado hacia delante	Inclinado hacia detrás			
Mirada	Bajar los ojos	Hacia arriba	Lateral	Firme y franca	Huidiza	
Sonrisa	Falsa / Forzada	Auténtica				
Emociones Rostro	Alegría	Tristeza	Neutral	Sorpresa	Miedo	
Movimientos de manos	Hacia arriba	Hacia abajo	Manos unidas	Numeración Recalque		
Movimientos en conjunto	Agresivos	Nerviosos	Tranquilos	Seguridad		

22,02h

Mariano Rajoy	Intervención I	Duración: 4'55"				
Postura	Erguido	Inclinado hacia delante	Inclinado hacia detrás			
Mirada	Bajar los ojos	Hacia arriba	Lateral	Firme y franca	Huidiza	
Sonrisa	Falsa / Forzada	Auténtica				
Emociones Rostro	Alegría	Tristeza	Neutral	Sorpresa	Miedo	
Movimientos de manos	Hacia arriba	Hacia abajo	Manos unidas	Numeración Recalque		
Movimientos en conjunto	Agresivos	Nerviosos (fin, lee)	Tranquilos	Seguridad (ppo)		

22,06h					
Pérez Rubalcaba	Intervención II	Duración: 3'33"			
Postura	Erguido	Inclinado hacia delante	Inclinado hacia detrás		
Mirada	Bajar los ojos	Hacia arriba	Lateral	Firme y franca	Huidiza
Sonrisa	Falsa / Forzada	Auténtica			
Emociones Rostro	Alegría	Tristeza	Neutral	Sorpresa	Miedo
Movimientos de manos	Hacia arriba	Hacia abajo	Manos unidas	Numeración Recalque	
Movimientos en conjunto	Agresivos	Nerviosos	Tranquilos	Seguridad	

22,13h					
Pérez Rubalcaba	Intervención III	Duración: 2'19"			
Postura	Erguido	Inclinado hacia delante	Inclinado hacia detrás		
Mirada	Bajar los ojos	Hacia arriba	Lateral	Firme y franca	Huidiza
Sonrisa	Falsa / Forzada	Auténtica			
Emociones Rostro	Alegría	Tristeza	Neutral	Sorpresa	Miedo
Movimientos de manos	Hacia arriba	Hacia abajo	Manos unidas	Numeración Recalque	
Movimientos en conjunto	Agresivos	Nerviosos	Tranquilos	Seguridad	

22,09h					
Mariano Rajoy	Intervención II	Duración: 5'07"			
Postura	Erguido	Inclinado hacia delante	Inclinado hacia detrás		
Mirada	Bajar los ojos	Hacia arriba	Lateral	Firme y franca	Huidiza
Sonrisa	Falsa / Forzada	Auténtica			
Emociones Rostro	Alegría	Tristeza	Neutral	Sorpresa	Miedo
Movimientos de manos	Hacia arriba	Hacia abajo	Manos unidas	Numeración Recalque	
Movimientos en conjunto	Agresivos	Nerviosos	Tranquilos	Seguridad	

22,16h					
Mariano Rajoy	Intervención III	Duración: 2'05"			
Postura	Erguido	Inclinado hacia delante	Inclinado hacia detrás		
Mirada	Bajar los ojos	Hacia arriba	Lateral	Firme y franca	Huidiza
Sonrisa	Falsa / Forzada	Auténtica			
Emociones Rostro	Alegría	Tristeza	Neutral	Sorpresa	Miedo
Movimientos de manos	Hacia arriba	Hacia abajo	Manos unidas	Numeración Recalque	
Movimientos en conjunto	Agresivos	Nerviosos	Tranquilos	Seguridad	

22,18h					
Pérez Rubalcaba	Intervención VI	Duración: 2'00"			
Postura	Erguido	Inclinado hacia delante	Inclinado hacia detrás		
Mirada	Bajar los ojos	Hacia arriba	Lateral	Firme y franca	Huidiza
Sonrisa	Falsa / Forzada	Auténtica			
Emociones Rostro	Alegría	Tristeza	Neutral	Sorpresa	Miedo
Movimientos de manos	Hacia arriba	Hacia abajo	Manos unidas	Numeración Recalque	
Movimientos en conjunto	Agresivos	Nerviosos	Tranquilos	Seguridad	

22,22h					
Mariano Rajoy	Intervención VI	Duración: 4'10"			
Postura	Erguido	Inclinado hacia delante	Inclinado hacia detrás		
Mirada	Bajar los ojos	Hacia arriba	Lateral	Firme y franca	Huidiza
Sonrisa	Falsa / Forzada	Auténtica			
Emociones Rostro	Alegría	Tristeza	Neutral	Sorpresa	Miedo
Movimientos de manos	Hacia arriba	Hacia abajo	Manos unidas	Numeración Recalque	
Movimientos en conjunto	Agresivos	Nerviosos	Tranquilos	Seguridad	

22,23h

Pérez Rubalcaba	Intervención V	Duración: 7'33"			
Postura	Erguido	Inclinado hacia delante	Inclinado hacia detrás		
Mirada	Bajar los ojos	Hacia arriba	Lateral	Firme y franca	Huidiza
Sonrisa	Falsa / Forzada	Auténtica			
Emociones Rostro	Alegría	Tristeza	Neutral	Sorpresa	Miedo
Movimientos de manos	Hacia arriba	Hacia abajo	Manos unidas	Numeración Recalque	
Movimientos en conjunto	Agresivos	Nerviosos	Tranquilos	Seguridad	

22,31h

Mariano Rajoy	Intervención V	Duración: 4'01"			
Postura	Erguido	Inclinado hacia delante	Inclinado hacia detrás		
Mirada	Bajar los ojos	Hacia arriba	Lateral	Firme y franca	Huidiza
Sonrisa	Falsa / Forzada	Auténtica			
Emociones Rostro	Alegría	Tristeza	Neutral	Sorpresa	Miedo
Movimientos de manos	Hacia arriba	Hacia abajo	Manos unidas	Numeración Recalque	
Movimientos en conjunto	Agresivos	Nerviosos	Tranquilos	Seguridad	