

La mano encima. Análisis de la comunicación no verbal en la campaña para la secretaría general del partido socialista obrero español

Pedro Pablo Marín Dueñas

Personal Docente e Investigador

Departamento de Marketing y Comunicación.

Universidad de Cádiz, España

pablo.marin@uca.es

Cómo referenciar este artículo:

Marín Dueñas, P. (2014). La mano encima. Análisis de la comunicación no verbal en la campaña para la secretaría general del partido socialista obrero español. Revista Encuentros, Universidad Autónoma del Caribe, 12 (1), 93-106.

RESUMEN

El presente artículo de investigación, resultado del “Proyecto para la formación de personal docente e investigador en áreas deficitarias de la Junta de Andalucía, España”, financiado por la Junta de Andalucía y por los Fondos Feder de la Unión Europea, presenta un análisis de la comunicación no verbal y de género en el espacio político. No se parte de la base de que el discurso no verbal tenga una supremacía sobre el oral, pero se configura un objeto de estudio basado en que la comunicación no verbal tiene capacidad de aportar sentido al discurso oral. Se selecciona para ello el ámbito político porque es en él donde se da una mayor preparación discursiva, que abarca desde la palabra, pasando por el atuendo y llegando hasta el gesto. Para ello se van a analizar varios mensajes audiovisuales de los candidatos a la Secretaría General del PSOE, Alfredo Pérez Rubalcaba y Carmen Chacón, tanto en solitario como en interacción, con el fin de observar si existe alguna variación relevante en cuanto a su discurso sobre el género y se presentan los resultados más significativos de dicho análisis.

Palabras clave: *Comunicación no verbal, Comunicación política, feminismo, género*

Hand up. Analysis of non-verbal communication in the campaign for the general secretary of PSOE (spanish socialist workers' party)

ABSTRACT

This paper presents an empirical analysis of nonverbal communication and gender in the political arena. Does not part of the base that has a nonverbal speech on oral supremacy, but set an object of study based on nonverbal communication that is capable of providing meaning to oral speech. Is selected for this policy area because it is where there is more preparation discourse, ranging from the floor, through the attire and reaching the gesture. This will be analyzed various audiovisual messages of candidates to the Secretary General of the PSOE, Alfredo Perez Rubalcaba and Carmen Chacon, both alone and in interaction, in order to see if there is any significant change in their discourse on gender and presents the most significant results of this analysis.

Key words: *Nonverbal communication, political communication, feminism, gender*

Fecha de recibido: 4 de noviembre de 2013. Fecha de aceptación: diciembre 16 de 2013.

Introducción

Wittgenstein (1989) señala que el análisis de los juegos de lenguaje o conceptos ficción aporta información relevante acerca del discurrir del pensamiento del emisor de la comunicación. Ciertamente, el lenguaje es una de las representaciones más importantes de la forma de ver e interpretar el mundo de una sociedad, así como de su evolución.

Lizcano apunta que todo vocablo es el fruto de un proceso metafórico, de una determinada asociación que se establece en el momento en el que algo se va a nombrar. Un claro ejemplo de ello se puede apreciar en las nomenclaturas más recientes, como es el caso de periférico informático que se denomina *ratón*, que se llevó a cabo a través de unas ciertas similitudes formales.

Añade también Lizcano (1996) que ese acto asociativo implica la instauración de lo que el autor denomina metáforas muertas, que define como la traslación simbólica de algunos matices significativos o de sentido de una realidad a otra. Esto supone que la forma de nombrar posea una gran carga simbólica que no solamente engloba el significado de cada una de las posibles acepciones de un término, sino que también amalgama otros sentidos posibles en virtud del origen de la designación.

El concepto de feminismo puede ser quizá uno de los casos más ilustrativos

de este complejo proceso, ya que se gesta en una etapa histórica en la que Occidente sienta las bases de un nuevo orden socioeconómico que, entre otras cosas, fomenta la demanda sociopolítica femenina, en virtud de ese eslogan histórico que tantas transformaciones causó: *libertad, igualdad, fraternidad*.

No obstante, cabe reflexionar sobre el origen social y terminológico de ese nuevo concepto decimonónico. El auge de la burguesía auspicia la reinterpretación de las formas sociales, por lo que la mujer comienza a sentirse como una parte importante de la sociedad. Una estructura que se conforma en torno a la familia, donde ella es la protagonista. Empieza a germinar el fenómeno de la autoconciencia femenina, que aún no ha llegado a su culmen.

Scott advierte que el concepto de género es meramente gramatical, por lo que no implica la plena designación de esta realidad o de esta pugna social entre los derechos y expectativas masculinas y femeninas. Esta advertencia del autor señala, entre otras cosas, un curioso proceso de renombramiento, en el que numerosas realidades pasan a ser designadas con otros términos, tal vez en busca de difuminar o borrar esa permanencia de las metáforas muertas que Lizcano describe.

De ahí que ya no exista la vejez, sino la tercera edad, por ejemplo, y que el folclore o arte popular haya dado paso al

patrimonio, que alude a las propiedades del padre, lo mismo que matrimonio hace con las de la madre. Esta dicotomía no hace sino manifestar cómo la sociedad busca aniquilar las metáforas muertas, aunque acercándose mucho más a ellas, como puede verse.

En consecuencia el concepto de feminismo deviene en el de género que, como bien apunta Scott (1986), es una de las categorías gramaticales que caracterizan a cualquier término en el idioma español. Si el destierro del vocablo folclore implica una búsqueda de democratización lingüística, que huye de la segmentación entre el arte culto y el popular o “inculto”, dado que la civilización occidental interpreta el mundo a partir de categorías dicotómicas; la emergencia del concepto de género, intenta desbancar al de feminismo, opuesto categóricamente al de machismo. Ambos, no obstante, y por diversas, o idénticas razones quizá, han ido adquiriendo y engrosando no pocas connotaciones negativas. Tal vez por ello, las sociedades occidentales se denominen patriarcales y no machistas, y del mismo modo el vocablo feminismo ha pasado a articularse, casi exclusivamente en foros y mítines políticos, mientras que en los espacios sociales, caso de seguir empleándose, se utiliza como un sinónimo de mujer masculinizada, poco atractiva para el género opuesto e incluso denostada socialmente.

No son pocos los ejemplos que, en este sentido, se podrían observar, tales como

violencia de género y violencia machista que, aunque tachados por los medios de comunicación de masas, siguen haciendo referencia al hombre como protagonista y detentador del poder. Empero, son muchos los análisis de contenido que se ocupan en la actualidad de observar el instrumento lingüístico, en la línea propuesta por Wittgenstein, como un claro referente de la supremacía varonil. No obstante, no son tantos los que tienen por objeto el gesto, la comunicación no verbal.

Actualmente, emergen diversas voces, fundamentalmente desde el espacio profesional, que se encargan de subrayar la supremacía de la comunicación no verbal frente a la lingüística, obviando tal vez otra de las premisas de Wittgenstein y otros autores: *los límites de mi pensamiento son los de mi lenguaje*. No se trata, en este caso, de anteponer la palabra al gesto, ya que *ethos* y *pathos* son fruto de un mismo ente, el ser.

El impacto de los códigos del lenguaje no verbal en la impresión recibida sobre un sujeto emisor es crucial, sobre todo si éste, como ocurre en ocasiones con los líderes políticos, quiere otorgar un valor emocional a su mensaje (Pérez de las Heras, 2009, p.98).

Es evidente, además, que la palabra estimula y estructura la labor intelectual, pero no es menos cierto que no se deben segmentar de ésta, el resto de las manifestaciones y expresiones, pues todas

deben entenderse como el resultado de un conjunto, por encima de esa percepción fragmentaria que ya Grecia postulara.

Este constructo, da lugar a un análisis de la comunicación no verbal y de género en el espacio político, entendiendo que éste es uno de los que, mejor y de forma más exhaustiva, analizan y evalúan su puesta en escena, mediante asesores de comunicación, estrategias, etc., por lo que cabe suponer que el *ethos* difícilmente va a aportar información verdaderamente relevante sobre el tema en cuestión, mientras que posiblemente el *pathos* pueda matizar el contenido discursivo oral.

No se parte, pues, de la base de que el discurso no verbal tenga una supremacía sobre el oral, pero sí se contempla la capacidad que tiene para contextualizar el verdadero sentido del verbal, en tanto en cuanto el oral está más sujeto a la razón o *ethos* y el no verbal al *pathos*. Algunos estudiosos han llegado a señalar que tal vez hasta un 60% de la comunicación humana tiene que ver con lo no verbal (Davis, 2000) por lo que podemos comenzar a imaginarnos la importancia que posee la misma en la interacción que sucede entre las personas. No sólo la palabra hace que el proceso comunicativo tenga sentido sino que de forma velada los elementos no verbales perfilan esa comunicación y de una manera menos explícita, pero no por ello menos importante, nos suministran información relevante para poder interpretar las distintas situaciones que vamos afrontando. Estas informaciones

emitidas, que provienen de esas señales no verbales y que pueden ser articuladas de forma consciente o inconsciente, poseen unos indicadores básicos propios de este lenguaje no verbal (Pont, 2008, p. 31) y que analizaremos a lo largo del artículo.

De ahí que el punto de partida teórico se articule en función de las diferentes formas de designación sociocultural que, presumiblemente, deben ir aparejadas a sus manifestaciones no verbales, si es que la población, la sociedad, en definitiva, ha interiorizado verdaderamente las nuevas corrientes de igualdad entre hombres y mujeres.

Cabe pensar, pues, que el ámbito político, entendido como uno de los difusores más relevantes de contenidos igualitarios y paritarios, no sólo debe adecuar el discurso oral, mediante el uso continuado de enunciados como compañeros y compañeras, por ejemplo, para ofrecer un carácter inclusivo a sus mensajes, sino que además estos contenidos deben ser redundantes en la gesticulación de los diferentes candidatos, bien en solitario o bien por separado.

Metodología

Se configura, por tanto, un objeto de estudio basado en la comunicación no verbal y en su capacidad de aportar verdadero sentido al discurso oral. Se selecciona para ello el ámbito político porque es en él donde se da una mayor

preparación discursiva, que abarca desde la palabra, pasando por el atuendo y llegando hasta el gesto.

Para ello, en este trabajo de investigación titulado “Proyecto para la formación de personal docente e investigador en áreas deficitarias de la Junta de Andalucía, España”, financiado por la Junta de Andalucía y por los Fondos Feder de la Unión Europea, se van a analizar varios mensajes audiovisuales de los candidatos a la Secretaría General del PSOE, Alfredo Pérez Rubalcaba y Carmen Chacón, tanto en solitario como en interacción, con el fin de observar si existe alguna variación relevante en cuanto a su discurso sobre el género que, ni que decir tiene, para ambos cuenta con similar importancia, envergadura y emergencia.

Debe tenerse en cuenta que se trata de la observación de lo que podría denominarse un doble emisor, ya que, por un lado, se analizará la comunicación no verbal de cada uno de los candidatos, mientras que, por el otro lado, se tendrán en cuenta también los enfoques, tipos de plano y montaje de los vídeos en cuestión, porque se podría dar el caso de que el proceso de edición y realización de las imágenes pudiese aportar alguna información relevante sobre el objeto de estudio.

Todo ello se observará a partir de los cánones perceptivos de la cultura occidental que, independientemente, de las posibles variaciones que se puedan producir en función de variables como

la formación, la edad, etc., suponen el modelo desde el que los seres humanos conforman su cosmovisión.

La percepción y representación de la imagen se lleva a cabo a partir de tres parámetros categóricos básicos: arquetipo, prototipo y estereotipo. El primero alude a la representación del modelo divino, que hace referencia a una serie de deidades masculinas y femeninas clásicas y, por tanto, anteriores al Dios único y omnipotente católico que aparece posteriormente. Se trata de un recurso expresivo bastante utilizado por los medios de comunicación de masas, mediante la rearticulación de figuras como Gea, Venus o Afrodita, etc.

El prototipo, por su parte, recoge la humanización de diferentes modelos que, actualmente, pueden definir los diversos estilos de vida que el discurso publicitario, por ejemplo, promueve y difunde y que, en este caso, iguala a ambos protagonistas, que se definen en función de su ocupación, por lo que cabe esperar que no se puedan observar muchos matices de género en la comunicación no verbal.

El estereotipo se puede definir como la representación de un modelo humano mediante muy pocos rasgos, en función de su gran alcance y reconocimiento por parte de la población.

Esta modelización humana se completa mediante otros detalles que se ocupan

de determinar, matizar e incluso alterar cualquiera de las categorías anteriores y que es una de las manifestaciones de la forma dicotómica de interpretar y observar occidentales. De ahí que las figuras que ocupen los lugares centrales en el plano se observen como de mayor importancia, lo mismo que la altura y tamaño de éstas, así como toda una serie de constructos socioculturales que, no por consabidos, pertenecen al espacio consciente del sujeto perceptor.

Los objetivos de la investigación son los siguientes:

- Determinar los perfiles masculino y femenino
- Observar la posible supremacía de alguno de ellos
- Detallar las posibles razones de esa supremacía a partir del modelo perceptivo propuesto
- Analizar comparativamente estos perfiles conforme a las formas de percibir el mundo de la cultura occidental

Tipo de metodología

La metodología es de carácter mixto, cuantitativo y cualitativo, dado que se observarán desde ambos puntos de vista, las siguientes categorías:

- Contexto (cadena de televisión y línea editorial)
- Tipo de plano
- Posición en el plano
- Tamaño con respecto al *alter ego*

- Atuendo (traje, corbata, etc.)
- Escenario (neutro, significativo)
- Gesticulación:
 - Tocar al otro
 - Mirar a los ojos
 - Mirar al frente
 - Desviar la mirada
 - Mirar hacia abajo
 - Taparse la boca
 - Levantar los brazos
 - Morderse los labios
 - Manipulación de objetos (papeles, bolígrafo, gafas, etc.)
 - Fruncir el ceño
 - Sonreír
 - Abrir la boca
 - Bostezar
 - Tocarse la cara (pelo, ojos, etc.)

Con el fin de equiparar el análisis, los documentos audiovisuales que se observen serán visionados en su totalidad, en primer término, para, en segundo, aplicar las diferentes categorías a partir de un criterio de selección temporal. Esto es, se analizarán los primeros veinte minutos de aquellos vídeos cuya duración sea superior a este tiempo. En estos casos, se añadirá al análisis el minuto final, teniendo en cuenta que el cierre de un discurso político se ampara, además, en el resumen y repetición del mensaje, en el apoyo y resalte gestual, entendido como un relevante recurso para fijar y subrayar el contenido verbal.

El material analizado es el siguiente:

- Alfredo Pérez Rubalcaba:
Presentación de la candidatura: <http://www.youtube.com/watch?v=9T8XIW5>

2iBQ&feature=related
Mitin en Córdoba (20 minutos):
<http://www.youtube.com/watch?v=vwTAaKBAgWc>
Mitin en Albacete (20 minutos):
<http://www.youtube.com/watch?v=AyiWUuWEtow&feature=related>
Discurso 38 Congreso:
<http://www.youtube.com/watch?v=Ws4ChkrprwA&feature=related>

- Carmen Chacón:
Presentación de la candidatura:
<http://www.youtube.com/watch?v=ug6u1w21fI&feature=related>
Mitin en Jerez (20 primeros minutos más minuto final):
<http://www.youtube.com/watch?v=mPOVVIWPaAU&feature=related>
Mitin en Badajoz (20 primeros minutos más minuto final):
http://www.youtube.com/watch?v=S_p9sxCfxe0&feature=related
Discurso 38 Congreso:
<http://www.youtube.com/watch?v=PGRWu6YFIa8&feature=related>

Alfredo Pérez Rubalcaba y Carmen Chacón interactuando:
<http://www.youtube.com/watch?v=xxg82macQyY>
http://www.youtube.com/watch?v=W0_z2--5An8

Análisis contextual

La disciplina de la Comunicación en general y la del ámbito político en particular se amparan en el empleo de una retórica

simple, reiterativa, con gran capacidad de pregnancia y potencialidad de adhesión. El propio Aristóteles define las principales claves tanto en su obra *Poética* como *La Retórica*. Aunque este autor sentara las bases de la Comunicación política, numerosos estudios posteriores han ido desgranando y pormenorizando las estrategias, tácticas y técnicas que mejores resultados pueden aportar, siempre en función del determinado contexto de Comunicación.

Actualmente, estos análisis se han ampliado hasta la planificación y readaptación del mensaje a los medios audiovisuales, por ejemplo. Se trata, lo mismo que en Publicidad, de resumir el contenido del discurso en muy pocas palabras, con el objeto de que las cámaras de televisión no recojan un enunciado descontextualizado y, por tanto, difícil de entender, sino que, por el contrario, se elabora previamente un mensaje resumido que recoja la estrategia principal de la campaña, que generalmente aparece vehiculada en el eslogan. Esto se debe, sobre todo, a que en España, la información política televisiva sigue teniendo un peso primordial respecto a otras fuentes de información activamente utilizadas como puede ser Internet (Perez-Martínez, 2009).

Los responsables de comunicación de los partidos políticos son conscientes de la importancia del medio televisivo para la promoción del líder político (Casero, 2009), de ahí que desarrollen un control minucioso de la relación con el mismo y de las informaciones que difunden.

En la estructura del discurso de las personas, encontramos una triple articulación conformada por lo que decimos (las palabras), cómo lo decimos (paralenguaje) y cómo lo movemos o convertimos en dinámica (kinesia), esta aportación realizada por Poyatos (1994b) nos tiene que hacer reflexionar sobre lo limitada que en ocasiones es nuestra apreciación de la realidad, ya que en muchas circunstancias aspectos referidos a lo paralingüístico o lo kinésico pasan desapercibidos para nosotros.

La comunicación no verbal es algo complejo que incluye numerosos aspectos a tener en cuenta, pensemos que a través del desarrollo de la misma podemos aprender a conseguir una mejor colaboración de los demás, intuir si alguien nos está mintiendo, a salir airoso y triunfadores de entrevistas personales o negocios, a desarrollar al máximo nuestra capacidad de comunicación o a elegir a las personas más adecuadas con las cuales queremos trabajar o simplemente compartir nuestro tiempo (Pease, 2002).

Todas estas acciones reseñadas pertenecen a nuestra cotidianeidad pero en muchos momentos la no conciencia de las mismas provoca que se produzcan situaciones que se van repitiendo sin ninguna motivación por el cambio ya que no hay reflexión sobre lo que se hace. Esto acontece con las diferencias de género ya que muchos de los comportamientos no verbales inducen a la condición de mujer o varón y legitiman espacios de poder

en la sociedad, además de permitir o no determinadas acciones para que sean llevadas a cabo por uno u otro género.

Todo ello no hace sino poner de manifiesto el exhaustivo control de la puesta en escena del discurso político, en la que uno de sus máximos exponentes es la palabra. De ahí que el análisis del discurso político verbal pueda quizá arrojar algunos matices relevantes acerca de la interiorización de la emergencia del mensaje igualitario entre hombres y mujeres, aunque parece que el análisis de la comunicación no verbal pueda contar con una mayor capacidad para ello.

“La retórica eficaz aspira a ser clara, pero nunca demasiado clara. Aspira a ser firme en tantas situaciones diferentes como sea posible, y lo bastante flexible como para incorporar los bastantes significados, énfasis e interpretaciones que, de forma inevitable, le darán personas diferentes. El concepto de solidez implica también que la estrategia retórica depende a menudo de lo bien que se consiga inducir a otros” (Eccles y Nohria, 1995, p.61).

Aunque el objeto de estudio de este análisis no albergue la observación del contenido oral, sí que deben tenerse en cuenta los parámetros contextuales, que son los que permiten la verdadera interpretación del mensaje. De ahí que, teniendo en cuenta la posible rentabilidad de las políticas de paridad, que designaron al gobierno de Rodríguez Zapatero como “rosa”, cabría esperar una cierta

supremacía retórica de Carmen Chacón, tanto por el hecho de ser mujer, como por haber demostrado con anterioridad su capacidad de gestión. Algo que las féminas deben seguir haciendo.

Si además, se tiene en cuenta la actual situación socioeconómica y hasta antropológica, cabría añadir, así como la imagen de continuidad que el candidato masculino, Pérez Rubalcaba, ofrecía, no debía parecer desacertada la estrategia retórica basada en el género que, sin embargo, no ha sido utilizada, ya que la candidata a la Secretaría General del PSOE ha optado por una retórica de igualdad de género, como apuntan las primeras corrientes teóricas de esta línea de investigación, en vez de haber utilizado las de la diferencia, que tal vez le habrían reportado mejores resultados.

La comunicación no verbal: claves

Siguiendo a Cabana (2008, p.21) podríamos definir la comunicación no verbal como:

“una forma de interacción silenciosa, espontánea, sincera y sin rodeos. Ilustra la verdad de las palabras pronunciadas al ser todos nuestros gestos un reflejo instintivo de nuestras reacciones que componen nuestra actitud mediante el envío de mensajes corporales continuos. De esta manera, nuestra envoltura carnal desvela con transparencia nuestras verdaderas pulsiones, emociones y senti-

mientos. Resulta que varios de nuestros gestos constituyen una forma de declaración silenciosa que tiene por objeto dar a conocer nuestras verdaderas intenciones a través de nuestras actitudes”.

Se pueden definir una serie de categorías de la comunicación no verbal. Knapp (1995) distingue 5 categorías principales: el comportamiento kinésico; la proxémica; el paralenguaje; el aspecto físico y la apariencia.

La kinésica, se entiende como el estudio de la gesticulación, la postura corporal y las maneras, los movimientos corporales, las expresiones faciales y la mirada. Según Birdwhistell, sociólogo estadounidense considerado como el fundador de la kinésica, sólo el 35% del lenguaje humano pasa por la palabra, un 38% estaría vehiculado por la entonación y el resto, por la actitud corporal.

Un aspecto a tener en cuenta en lo que respecta al sistema kinésico es que esos gestos, en muchas ocasiones pueden reafirmar o desdecir a las personas (Encabo y López, 2004). Cuando las palabras no se coordinan con el gesto que se realiza, se envían mensajes contradictorios (Axtell, 1993; McNeill, 2000). Como apunta Martínez Díaz (1997) “una postura, el tono de voz, el manejo nervioso de un objeto, pueden darnos más información que lo que se está diciendo con palabras al mismo tiempo”.

Por paralenguaje se entienden las señales vocales no verbales. Knapp se refiere con

este término a la forma de decir las cosas y no lo que se dice. Junto con la kinésica, está considerado como sistema primario por su implicación directa en cualquier acto que implique el desarrollo de la comunicación humana (Domínguez, 2010). Pausas, silencios, signos sonoros físicos o emotivos, imitaciones, onomatopeyas, interjecciones, exclamaciones, etc. (Poyatos, 1994a) componen, entre otros, estos elementos cuasi léxicos que se conocen como paralenguaje.

La proxemia, por su parte, se refiere a la percepción que tiene el individuo del espacio, a la manera de organizar el espacio por parte del individuo. Este término, que designa a la ciencia que estudia la relación del hombre con el espacio que le rodea, cómo lo utiliza y cómo lo protege (Hall, 1966), pone su énfasis, por un lado, en el espacio físico o territorial y, por otro, en el espacio psicológico o personal. Hall habla, por su parte, de culturas de contacto y de culturas de no contacto.

El aspecto físico y la apariencia, por último, hacen referencia entre otros a aspectos tales como la forma del cuerpo, el atractivo, los olores del cuerpo, la altura, el pelo, el color del pelo, de la piel, de los ojos...se trata de señales no verbales y, a su vez, inmóviles. En este sentido, un aspecto interesante y que se analizará en el estudio es el referido a la forma de vestir. La ropa tiene la capacidad de comunicar aspectos referidos a la

edad, el sexo, la nacionalidad, el estatus socioeconómico, la identidad de grupo, la personalidad, el estatus profesional, entre otros. (Entwistle, 2002, p.17). Como afirma Knapp (2001 a y 2001b) en ciertas ocasiones, la ropa puede ser la mayor fuente de información sobre una persona.

Resultados

Rubalcaba versus Chacón

En primer término, es interesante el análisis del escenario en el que se desarrollan las apariciones de los candidatos ya que, como aporta la Escuela de la Gestalt, las imágenes que ilustran las formas de percepción humanas ponen de manifiesto la importancia del escenario o fondo de la representación, ya que éste puede llegar a producir una variación perceptiva del color, del tamaño, etc. Si nos centramos en los vídeos del 38 Congreso, podríamos afirmar que como las intervenciones de ambos candidatos se desarrollan en el mismo espacio cabría esperar que esta variable no aportara datos empíricos relevantes para la investigación.

Ciertamente, el escenario *per se* es el mismo y reúne por tanto idéntica capacidad connotativa. No obstante, los tipos de planos pueden contribuir a una importante variación sensible del constructo percibido. No debe olvidarse, en este sentido, que el objeto de análisis no es la intervención real, sino su proyección audiovisual, en la que la figura del realizador es la pieza fundamental del

resultado perceptivo final. El realizador se ocupa de seleccionar las entradas de cada una de las cámaras, con el fin de aportar un determinado contenido al espectador.

El vídeo de Rubalcaba recoge, en primer término, un barrido panorámico de la sala, repleta de asistentes, seguido de un primer plano largo, que ofrece una cálida sonrisa del candidato, mientras gira la cabeza a ambos lados y asiente, bajándola ligeramente. Es un saludo entrañable, sin palabras, que opera un primer acercamiento, que queda subrayado, en segundo término, con una nueva panorámica y barrido del público.

De esta forma, el panel de fondo, que presenta tonos azulados y caracteres grisáceos, junto al eslogan de cromía roja, pasa a un verdadero segundo plano, ya que el fondo de esta intervención es el público, que rompe en acalorados aplausos en cuanto Rubalcaba comienza su actividad oratoria.

De hecho, este recurso, no sólo hace que el fondo se traslade desde el panel, situado tras el candidato, hacia el resto de la sala, sino que convierte su discurso en un proceso dialógico, ya que Alfredo ocupa el objetivo de la cámara durante varios segundos para dar paso al barrido de la reacción de los seguidores. En algunas ocasiones, la cámara recoge, mediante un ligero plano oblicuo, al orador junto a la imagen del público. Se muestra así una completa adhesión al orador, definiendo

a un conjunto de receptores activos que aplauden acaloradamente, comentan y se mueven. No se trata, pues, de un emisor activo que se dirige a un receptor pasivo, sino que se recoge, de forma clara y precisa, el complicado proceso de la retroalimentación, teniendo en cuenta las características específicas de este tipo de comunicación, en la que los receptores no cuentan con voz, aunque sí con voto, pero en una etapa posterior a la intervención.

Por el contrario, el documento visual de la candidata femenina da comienzo directamente con la proyección de su imagen, prescindiendo del barrido espacial que se hiciera con el candidato varón, que servía, además de contextualizar el acto y definir su escenario, para subrayar su supremacía en esta pugna por la Secretaría General. Resulta, por tanto, muy representativo, a la vez que paradójico, que la intervención de la candidata Carmen Chacón comience con un corte, prescindiendo de cualquier tipo de imagen introductoria.

Debe tenerse en cuenta, en este sentido, que, como apuntara Barthes e incluso el propio Aristóteles, los seres humanos poseen una especial inclinación hacia el relato, cuya estructura permanece inalterable. Esto es, presentación, nudo y desenlace. Es, entre otros factores, el motivo por el que la pregnancia o capacidad de recuerdo de los contenidos de los programas de corazón, por ejemplo, se recuerden mejor que otros de tipo

divulgativo o meramente científicos. El relato atrapa al espectador, lo envuelve en una realidad paralela y lo proyecta hacia otros espacios ajenos que lo evaden de su realidad, propiciando la emulación de vivencias y experiencias capaces de apartarlo y hasta de enriquecer su rutina diaria.

De ahí que el hecho de presentar a Chacón prescindiendo del recurso discursivo del relato, implica un claro menoscabo de su imagen pública. Comienza además el vídeo con uno de esos gestos poco atractivos, la candidata es sorprendida en mitad de una frase en la que baja el rostro y cierra los ojos. Sus facciones denotan tensión y cierto nerviosismo, frente a la relajación y tranquilidad de su contrincante, que aparece como un hombre sereno, tranquilo y colmado de experiencias, emulando el clásico recurso del sabio pausado, frente a la inexperta y frenética juventud.

Si pasamos ahora al análisis kinético de los candidatos, podemos comprobar como Carmen no sonríe, no saluda. Se muestra tensa, nerviosa, casi llorosa. Gesticula fundamentalmente con una de sus manos, la derecha, mientras que la izquierda busca el abrigo del atril, al que permanece sujeta casi todo el tiempo. Ofrece además otro ejemplo de su nerviosismo en su continuo balanceo, que suscita una imagen pueril e insegura, que se subraya con la continua consulta del material escrito que descansa sobre el atril que parece sostenerla. Además,

este continuo balanceo de la candidata supone que, en la mayoría de los planos secuencia, aparezca en una posición central, llegando incluso a superponerse al eslogan del partido, quedando, pues, situada en la parte central del plano y, por ende, de la pantalla; mientras que Rubalcaba, a pesar de moverse con aparente libertad, opta por ocupar la parte izquierda del plano, subrayando así su tendencia ideológica, además de mantenerse en el lugar de inicio de la lectura de la imagen, dado que la curva de lectura de la cultura occidental, como apunta Rey, se inicia en la izquierda y define un deslizamiento de la mirada en forma de z.

Asimismo, mientras que Alfredo Pérez Rubalcaba gesticula con las manos abiertas, Carmen Chacón opta por el puño derecho cerrado, que alza bastante más que su compañero. Huelga citar las connotaciones político-ideológicas de este gesto, a las que cabe añadir que la mano abierta se interpreta como un signo de transparencia y apertura, mientras que la cerrazón apela a esa misma cascada simbólica.

Debe precisarse, en este sentido, una premisa que se comentó anteriormente y que hace alusión a la reciente abundancia e incluso continua recurrencia a tratados, cuasi diccionarios, que se encargan de enumerar y definir el *significado* de determinados gestos de la Comunicación no verbal y que estos vídeos podrían ilustrar bastante bien. Suele decirse que levantar

un dedo implica agresividad, por lo que cabría concluir que ambos candidatos se muestran agresivos en sus discursos.

Ahora bien, no es esa la impresión que presenta el candidato masculino, aunque sí pueda serlo la de la candidata femenina. Porque, como también se adelantó, ni un gesto, ni tampoco una palabra, debe interpretarse en sí misma y a partir de su definición en el diccionario, ya que como bien apuntara Wittgenstein, los juegos del lenguaje adquieren su verdadero sentido en su propio contexto, que es el responsable, por ejemplo, que el vocablo concha no posea las mismas connotaciones o sentidos en tierra hispana que allende los mares.

Exactamente igual ocurre con la imagen, que debe interpretarse en su propio contexto, aunque en función con las formas perceptivas y la cosmovisión de la cultura occidental que, en definitiva, es la que imprime las determinadas formas de ver e interpretar el mundo. De ahí que no pueda sostenerse que Chacón muestre una actitud agresiva, dado que ese recurso sería radicalmente opuesto a sus intereses, pero sí puede sostenerse que adopta una postura defensiva, que en muchas ocasiones se puede confundir con su antónimo. Y es precisamente en este punto donde el necesario análisis contextual no resulta posible, ya que no se dispone de la información necesaria como para dar cuenta de ello desde una perspectiva científica. O sea, a partir de datos empíricos.

No obstante, cabe recordar las palabras de Mitchell, que recoge una cita del Informe Las humanidades en América: “se cree que las cuestiones fundamentales de la literatura y la cultura tienen que ver con el género, la raza y la clase” (2009, p. 9). Ni que decir tiene que se trata de cuestiones sobradamente conocidas, aunque de difícil o imposible acceso mediante datos empíricos y que, en este caso concreto, se ponen de manifiesto a través de las puntuales elecciones del realizador, en un primer momento, y del fraccionamiento del vídeo en segundo.

Sin embargo, no es menos cierto que, aunque la imagen de interacción entre Chacón y su público se proyecta mucho menos que la de Rubalcaba, los planos que reflejan la interacción de los asistentes con la oradora, no ofrecen el grado de adhesión que mostraran con su oponente. Tal vez porque, como señala Durkheim, la sociedad vela y oculta sus mecanismos.

Rubalcaba y Chacón

También es muy interesante el análisis pormenorizado de los vídeos en los que ambos candidatos a la Secretaría General del PSOE interactúan. En los dos fragmentos, seleccionados al azar, que ofrecen imágenes de la interacción entre Alfredo y Carmen, puede observarse cómo el varón se apropia del espacio, mediante recursos socialmente *femeninos*. El varón se apropia del espacio, mediante recursos de género, en el sentido más tradicional del concepto. Él la ampara,

la sujeta, la protege, la abraza, etc. Se trata de lo que Rey (1995) denomina la feminización de la masculinidad, que no es más que una depuración de las formas clásicas de interacción entre hombres y mujeres, en virtud de su adaptación a los nuevos discursos. Incluso se observa, además, en el recorte del vídeo que recoge el momento de la victoria del candidato masculino, cómo éste utiliza el recurso, prototípicamente femenino, del sentimentalismo.

Pero los abrazos de Rubalcaba a Chacón no pueden entenderse desde la perspectiva de la igualdad, sino desde la diferencia. No obstante, no obedecen tampoco a la corriente teórica de la diferencia que aboga por la manifiesta divergencia entre hombres y mujeres. Ni biológica ni socioculturalmente existe ni ha existido igualdad. Hecho por el que esta corriente teórica abogó por una real igualdad de oportunidades, amparada en la diferencia entre ambos géneros.

Por el contrario, el candidato masculino apuesta por la tradicional diferencia, pero desde el espacio meramente social, de tal forma que sus abrazos a Carmen representan una clara aseveración de las viejas premisas masculinas y femeninas, en las que el hombre da el primer paso y la mujer le sigue, alienta y aplaude. Algo que se refleja, mucho más allá del espacio simbólico o connotativo porque se torna en una clara denotación significativa; cuando Rubalcaba toca la cara de Chacón. Este gesto habría sido impensable si su oponente hubiese sido varón.

Ciertamente pasa desapercibido porque la sociedad está más que acostumbrada a manifestaciones de este tipo: el género masculino no se toca la cara, no se abraza de esa peculiar forma. Por el contrario, optan por un apretón de manos o, según los casos, un ligero abrazo, en el que no se sujeta y abarca completamente la espalda del *alter ego*, sino que, mediante una cercanía respetuosa, se propinan varias palmadas en la espalda.

No es ese el gesto de Rubalcaba con Chacón, que envuelve completamente su espalda, toca su cara, algo que puede interpretarse como un grado máximo de intimidad, pero también como una violación de ella, en el más claro sentido del término. Cabe recordar que los seres humanos poseen, de forma orgánica, la percepción sensorial de ese concepto que se denomina espacio vital. Es el responsable que la incomodidad manifiesta del viaje en los servicios públicos, en los que frecuentemente, aunque por razones mucho más prosaicas, el otro invade lo que se considera espacio propio, con el consabido desagrado que esto conlleva.

Pero además, el hecho de tocar la cara, puede considerarse, como se ha señalado, como una violación de la intimidad, dado que, como suele decirse, *la cara es el espejo del alma*. Un símbolo de lo más profundo de una persona, mujer además. A lo que debe añadirse la retransmisión mediática, en la que no sólo las mujeres deben maquillarse sus rostros. Algo que ha extendido la costumbre de besar al

aire, sin rozarse, con el fin de no estropear el maquillaje.

La observación pormenorizada de dos mítines que cada uno de los candidatos analizados protagonizan ante los militantes socialistas parece ofrecer mucha menos información relevante que cuando interactúan entre ellos debido a que los líderes políticos son entrenados para controlar los factores que determinan la correcta ejecución de su lenguaje no verbal, en su ánimo por seducir y dominar las emociones (Rodríguez y Hernández, 2010). Tanto su kinésica o movimiento del cuerpo que comprende lo relativo a los gestos, los movimientos corporales y las expresiones faciales tales como la sonrisa o el movimiento de los ojos como su aspecto físico son entrenados para que no distorsionen su comunicación verbal.

Resulta representativo y paradójico que la Comunicación no verbal de ambos candidatos se ampare en casi todos los parámetros prototípicos de género. Esto es, Rubalcaba se muestra seguro de sí mismo y dueño de la situación, ya que no precisa el amparo de los objetos para emitir su discurso, en el que el papel es un mero auxilio, más no un utensilio. Chacón, por el contrario, se refugia en el papel, y hasta en el propio atril, al que se aferra, como tabla de salvación, mientras que su contrincante no precisa de tal asidero.

Como decimos, de las categorías observadas, destaca la necesidad de la

candidata Carmen Chacón de mirar los papeles situados encima del atril lo que provoca que tenga que mirar hacia abajo, perdiendo de vista por un instante a su público y demostrando, con esa mirada, una inseguridad manifiesta. Además, ese mismo atril no le permite desenvolverse con libertad por el escenario, al contrario, necesita agarrarse a él, convirtiéndose en una parte más de ella. En cambio, Rubalcaba no recurre a papeles ni a atril, sino que se mueve por el escenario de un lado a otro, sin perder nunca de vista a sus oyentes, mostrándoles seguridad y haciéndose dueño del escenario.

Otro aspecto interesante en el análisis es el de la sonrisa. Ambos candidatos, a pesar de estar hablando para sus militantes apenas sonríen y cuando lo hacen suele ser una sonrisa amortiguada. Sólo Chacón, en algún caso, muestra una sonrisa auténtica, principalmente al finalizar el mitin cuando, podríamos decir, “ha pasado lo peor” y se siente más tranquila.

En lo que respecta a la variable manipulación de objetos encontramos una pequeña diferencia entre Rubalcaba y su rival a la Secretaría General. Mientras que Rubalcaba recurre a ello en 27 ocasiones, Chacón lo hace en 18. Mientras que Carmen Chacón suele recolocar el micrófono, aunque no haga falta, Rubalcaba recurre a tocarse el reloj o recolocarse los puños de la camisa.

Una última categoría del estudio que resulta interesante y en la que encontramos un contraste entre ambos candidatos es el análisis de los movimientos de brazos. Carmen Chacón, cuando se suelta del atril lo hace para arengar su discurso con el consiguiente alzamiento de ambos brazos, lo que hace en 61 ocasiones. Rubalcaba, por su parte, apenas recurre a este movimiento y en las contadas ocasiones que lo hace es para apoyar su discurso enumerando con los dedos aquello que está describiendo. De hecho, es un aspecto distintivo de Chacón, quien estructura sus mítines de forma muy clara, y aún sin sonido, podemos comprobar como primero mira el papel, empieza un tema, lo desarrolla para ir in crescendo ayudándose de esos movimientos de brazos que provocan el aplauso de los incondicionales. Momento que ella aprovecha para volver a mirar sus papeles y empezar un nuevo diálogo que sigue las mismas pautas comunicativas que el anterior.

Del resto de categorías analizadas apenas podemos extraer conclusiones significativas porque, como hemos dicho anteriormente, ambos candidatos están bien entrenados. Incluso, con respecto al atuendo, tanto Alfredo como Carmen muestran sobriedad en el vestir, y tienen una línea muy definida, recurriendo a trajes oscuros acompañados de camisa y corbata más clara en el caso de Rubalcaba y pantalón oscuro y camisas de colores suaves la candidata Chacón y que, como decimos, están perfectamente elegidos para la ocasión. Si acaso, a modo de anécdota, Carmen Chacón usa la misma prenda en su discurso de presentación de la candidatura y en el 38 Congreso, pero es algo nada significativo en el análisis de la comunicación no verbal siendo más bien un comentario que podríamos incluir en la categoría de “rosa”

Por último, y como resumen de lo analizado, la siguiente tabla muestra los resultados del estudio de las variables que se han observado:

Tabla 1

VARIABLES OBSERVADAS	Rubalcaba				Chacón			
	Presentación candidatura	Córdoba	Albacete	38 congreso	presentación candidatura	Jerez	Badajoz	38 congreso
Desviar la mirada	x5	x1			x5		x1	
Mirar hacia abajo	x24	x7	x4	x2	x34	x24	x14	x19
Levantar los brazos	x1	x5		x3	x34	x14	x9	x4
Morderse los labios	x3				x4		x2	x2
Manipulación de objetos	x10	x4	x5	x8	x11	x5	x1	x1
Fruncir el ceño	x3	x3	x2			x2	x2	
Sonreír	x5	x3	x3	x2	x4	x4	x2	

Fuente: elaboración propia

Es evidente que no se puede realizar un análisis contextual en profundidad como sería necesario, pero también que la puesta en escena resulta de vital importancia a la hora de implementar un objetivo persuasivo a la par que la candidata femenina no ha aportado los gestos e imágenes necesarias y capaces de llevarla a la Secretaría General del Partido Socialista. Son varios los fundamentos contextuales que podrían explicar el hecho, aunque ninguno de ellos posea el imprescindible fundamento científico. Tales podrían ser, el hecho de ser catalana, con menos experiencia que su oponente y el género. Posiblemente, todo ello, junto con las premisas de Mitchell, podría explicar el hecho, aunque no se pueda demostrar fehacientemente

Alude también Mitchell a otra parte de ese mismo informe, titulada “Palabra e imagen”, donde se detallan las rutinas televisivas de los norteamericanos, cada vez más sometidos a estímulos audiovisuales y más alejados, por ende, a los textuales. Reproduce, además, Mitchell el último enunciado de ese apartado del informe: “la televisión debería ser nuestro Liceo [...] nuestro Camelot” (2009, p. 10).

“A medida en que nos adentramos en una época en que línea y color (y las entidades que designan) se convierten en elementos poderosamente manipulables dentro de unas tecnologías dominantes de simulación y mediación de masas, encontramos que el problema del siglo XXI es el problema de la imagen” (Mitchell, 2009, p.11).

Un problema que en este caso, podría traducirse mediante los postulados del *Hombre fingido* de Rey, que define a un varón que intenta emular los consabidos atributos femeninos de cercanía, flexibilidad y empatía que, como se ha visto, han adornado al candidato masculino, mientras que, aunque aún no se haya escrito, podría aludirse que Chacón apuesta por la “Mujer fingida”, que rehúye de toda la cascada simbólica de lo femenino para imbuirse en el universo de lo masculino, lo que no hace sino resaltar todo lo negativo de éste. Algo que, asociado al hombre, se observa como habitual, por lo que no llama la atención, pero al asociarse a la mujer, implica rechazo.

No en vano, cuando se abordan los temas de imagen e identidad, se suele asesorar la concordancia entre ambas entidades, ya que no se puede ser lo que no se es y el intento de serlo sólo puede conducir a una compleja y borgiana bifurcación de caminos que casi con seguridad desembocará en el caos.

Conclusiones

En definitiva, puede concluirse, que la estrategia básica de Rubalcaba ha optado por presentarse mediante todos y cada uno de los parámetros masculinos, según los arquetipos, prototipos y estereotipos de la cultura occidental. Esto es, un ser social, seguro de sí mismo y portador de la seguridad del resto, dominador de la interacción con las féminas; a las que

toca, envuelve en sus brazos e incluso reclama atención emocional.

Porque ella, ellas, son seres emocionales, no sociales, aunque capaces, eso sí, de interactuar socialmente, pero con el apoyo de los verdaderos seres sociales que, emulando el consabido enunciado, tienen el cabello más corto y las ideas más largas.

El hecho de que se sigan representando signos dicotómicos para definir a mujeres y hombres en un espacio meramente laboral, del que deberían desterrarse, no hace sino poner de manifiesto que la representación a partir del género sigue siendo un recurso en el que las féminas no cuentan con un panorama positivo, ya que si la mujer se deja llevar por ese sentimentalismo, que la sociedad le atribuye, aparece con un ser débil, necesitado de ayuda. La que le presta Rubalcaba a Chacón, tanto en las imágenes de interacción como el de las de su intervención en solitario. Por el contrario, sí la mujer, se muestra más racional, se la va a tildar de dura.

No este el caso de Carmen Chacón que, a pesar de mostrar bastante distancia con respecto a sus receptores, aparece con una gran inseguridad que intenta disfrazar con poses de seriedad y alejamiento. Como ya se citó anteriormente, no es posible ampliar al análisis contextual hacia las bambalinas de cada una de sus intervenciones. Pero no es menos cierto que el hecho de ser mujer implica un

cierto trato, pseudopaternalista podría decirse, en el ámbito profesional, del que no se han desterrado aún enunciados como pacto de caballeros.

No se trata de inferir que en este caso haya habido pacto alguno, ni de damas ni de caballeros, aunque los prototipos y estereotipos sobre lo masculino y lo femenino sigan vigentes en la sociedad, en la masa. Cabe resaltar que este tipo de

intervenciones se conforman en función de un público heterogéneo, masivo y disperso, que va a reconocer rápidamente esos signos no verbales, por encima incluso de los orales.

Otro dato de gran representatividad es que Rubalcaba, que representa la vertiente más tradicional del partido, haya optado por una estrategia paternalista y protectora con respecto a Chacón,

que puede observarse como la imagen del cambio en prácticamente todos los sentidos. Si ello se une la gran cantidad de campañas institucionales que se han ido sucediendo desde hace tres décadas, cabría concluir con una pregunta que da paso, además de a la reflexión, a investigaciones posteriores, ¿realmente se busca la equiparación social entre hombres y mujeres?

Referencias

Aristóteles (1989). *Poética*. Madrid, España: Cátedra

Aristóteles (1990). *La Retórica*. Madrid, España: Gredos

Axtell, R. E. (1993). *Gestos*. Barcelona, Editorial Iberia

Barthes, R. (1986). *Retórica de la imagen*. Barcelona, España: Paidós

Birdwhistell, R. L. (1952). *Introduction to kinesics: An Annotated System for Analysis of Body Motion and Gesture*. Washington D. C.: Dept. of State, Foreign Service Institute

Cabana, G. (2008). *¡Cuidado! Tus gestos te traicionan*. Barcelona: Editorial Sirio

Casero, A. (2009): El control político de la información periodística. *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, 354-366

Eccles, R.G. y Nohria, N. (1995). *Más allá de la palabrería. Redescubramos la esencia de la gestión*. Barcelona, España: Apóstrofe

Entwistle, J. (2002). *El cuerpo y la moda, una visión sociológica*, Barcelona: Paidós.

Domínguez, M. (2010). La importancia de la comunicación no verbal en el desarrollo cultural de las sociedades. *Razón y Palabra*, 70.

Durkheim, E. (1988). *Las reglas del método sociológico y otros escritos sobre filosofía y ciencias sociales*. Madrid, España: Alianza

Hall, E. (1966). *The Hidden Dimension*, Doubleday Et Co.

Knapp, M. L. (1995). *La comunicación no verbal. El cuerpo y el entorno*. Barcelona: Paidós Comunicación

Knapp, M. (2001a). La comunicación no verbal: perspectivas básicas. *De la historia al cuerpo y del cuerpo a la danza*, 231-282.

- (2001b). Observación y registro de la conducta no verbal. *De la historia al cuerpo y del cuerpo a la danza*, 231-282.

Lizcano, E. (1996). La construcción retórica de la imagen pública de la tecnociencia: impactos, invasiones y otras metáforas. *Política y Sociedad*, 23, 137-146

- López, A. y Encabo, E. (2004). Diferencias de género y comunicación: aspectos no verbales y propuestas didácticas. *Didáctica (Lengua y Literatura)*, 16, 45-56
- Martínez Díaz, P. (1997). La comunicación no verbal, una propuesta cinematográfica. *Cuadernos Cervantes*, 16, 50-54
- Mc Neill, D. (2000). *Language and gesture*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Mitchell, W. (2009). *Teoría de la imagen*. Madrid, España: Akal
- Pérez de las Heras, M. (2009). *El secreto de Obama. Descubra las claves de su oratoria y conozca al presidente de EEUU*. Madrid: Bubok Publishing.
- Pérez Martínez, V. (2009). Multimedialidad e interactividad en la cobertura informativa de las elecciones presidenciales de los Estados Unidos de 2008 en los cibermedios españoles. *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, 161- 175
- Pont, T. (2008). *Comunicación no verbal*. Barcelona: Editorial UOC.
- Poyatos, F. (1994a). *La comunicación no verbal. Cultura, lenguaje y conversación*. Madrid: Istmo
- (1994b): *La comunicación no verbal. Paralenguaje, kinésica e interacción*. Madrid: Istmo
- Rey, J. (1994). *El hombre fingido*. Madrid, España: Fundamentos
- Rodríguez, I. y Hernández, M. (2011). Análisis de la comunicación no verbal de José Luis Rodríguez Zapatero. *Revista Latina de Comunicación Social*, 65, 436-449
- Scott, J.W. (1986). El género: una categoría útil para el análisis histórico. *Gender: A Useful Category of Historical Analysis. American Historical Review*, 91, 1053-1075
- Wittgenstein (1989). *Tractatus Lógico-Philosophicus*. Adrid, España: Alianza