

Gema Fernández-Hoya

<https://orcid.org/0000-0002-6718-6423>

gemafern@ucm.es

Univ. Complutense de Madrid

María Dolores Cáceres Zapatero

<https://orcid.org/0000-0002-9703-1756>

caceres@ucm.es

Univ. Complutense de Madrid

Recibido

13 de octubre de 2021

Aprobado

20 de marzo de 2022

© 2022

Communication & Society

ISSN 0214-0039

E ISSN 2386-7876

doi: 10.15581/003.35.3.51-71

www.communication-society.com

2022 – Vol. 35(3)

pp. 51-71

Cómo citar este artículo:

Fernández-Hoya, G. & Cáceres

Zapatero, M. D. (2022). La

comunicación no verbal de

Santiago Abascal, presidente de

VOX. *Communication & Society*,

35(3), 51-71.

La comunicación no verbal de Santiago Abascal, presidente de VOX

Resumen

Este artículo estudia la comunicación no verbal de Santiago Abascal y examina la evolución de sus competencias comunicativas, contribuyendo así al avance de las escasas investigaciones sobre comunicación no verbal y comunicación política, y proporcionando evidencia empírica al respecto. Se ha realizado un análisis de contenido a partir de la sistematización cuantitativa del comportamiento no verbal, atendiendo a los elementos kinésicos, prosódicos y proxémicos. El corpus de análisis está constituido por 24 documentos audiovisuales, representativos de sus intervenciones públicas entre 2014 y 2021, a los que se aplica una ficha elaborada *ad hoc*. Los resultados muestran una evolución y mejora en las competencias comunicativas de Abascal, actualmente caracterizadas por: una destacable coherencia intrasistémica e intersistémica del lenguaje verbal, kinésico y paralingüístico, que favorece la comunicación eficaz y persuasiva; un estilo gestual claro, preciso y poco variado potenciador del efecto suasorio del discurso; el uso de constantes señales expresivas decodificadas por el receptor como indicios de credibilidad; y una expresión no verbal enfática y vehemente, que facilita el sentido del mensaje, la conexión emocional y promueve la comunicación espectacular y efectiva. Se concluye que la evolución expresiva del líder político ha podido favorecer, junto con otros factores, el ascenso de la formación política.

Palabras clave

Comunicación no verbal, comunicación oral, Santiago Abascal, VOX, espectacularización política, comunicación política, personalización política.

1. Introducción

En enero de 2014, Santiago Abascal, exparlamentario del Partido Popular, funda VOX, junto a José Antonio Ortega Lara, José Luis González Quirós e Ignacio Camuñas. Una formación ubicada “en el ámbito de la derecha” (Abascal Conde, 2017) dentro del mapa político. Desde 2016, coincidiendo con una creciente presencia de partidos de derecha y extrema derecha en Europa, la representación de VOX en los centros legislativos ha ido en aumento: obtiene 12 diputados en las elecciones de Andalucía en 2018 y forma parte del Gobierno autonómico pactando con el Partido Popular, rompiendo así la dinámica de triunfo del PSOE en esta comunidad autónoma. VOX consigue 24 escaños en las elecciones generales de abril de 2019, y en la segunda vuelta electoral motivada por la falta de acuerdo entre PSOE y otros partidos, solo seis meses más tarde, logra 52 congresistas.

Mientras otras agrupaciones políticas españolas como Ciudadanos o Podemos, surgidas alrededor de las mismas fechas, han reducido su representación parlamentaria y perdido a sus líderes primigenios, los resultados de VOX en las urnas han sido crecientes hasta llegar a colocarse como la tercera fuerza política del país (CIS, 2021). Su recorrido ha sido liderado por Santiago Abascal, prácticamente desde los inicios de la formación, al ser elegido por mayoría absoluta (91 %) en la Asamblea Extraordinaria Inaugural en Madrid en septiembre de 2014; un dato relevante, ya que las interacciones públicas y la imagen del portavoz inciden de forma directa en la consecución de los objetivos comunes de la formación política.

A través de la personalización, la audiencia identifica al líder con el partido, su aspecto y su voz pasan a ser icono electoral (Laguna Platero, 2011, p. 46). En este sentido, la credibilidad del portavoz, intrínsecamente relacionada con su expresión no verbal, afecta también al grupo político (Addington, 1971; Buller & Aune, 1992) e influye en el posterior apoyo del electorado. Tal y como indican las investigaciones en comunicación política, un importante número de votantes indecisos o sin afiliación específica a ningún partido confían más en las imágenes que perciben del candidato que en su programa (Seiter & Weger, 2020). Así, la comunicación política eficaz está intrínsecamente vinculada con la expresión no verbal (Cicerón, 2004; Gimete Welsh & Sankey García, 2005; Hernández Guerrero, 2009; Fuentes Rodríguez, 2010; De La Mota & Puigvert, 2012; Fernández-Hoya & Cáceres Zapatero, 2022), por lo que gabinetes de asesores en comunicación se enfocan en desarrollar las competencias comunicativas de cada candidato y adecuar su imagen a los modelos telegénicos del momento (Castells, 2009; Redondo, 2008).

En este escenario, la figura de Santiago Abascal parece ser un valor esencial del que el propio partido es consciente, a tenor de su insistente presencia en las candidaturas autonómicas, llegando a ocupar el primer plano en el cartel de campaña para la Comunidad de Madrid en 2021, los frecuentes comentarios sobre su poder de convocatoria (Izquierdo, 2019) y las afirmaciones de sus compañeros sobre el portavoz: “Tenéis delante un líder natural” (23/10/2015, Málaga).

1.1. Personalización y espectacularización política

La relevancia del líder y el proceso político en general se han ido transformando desde la irrupción de la tecnología. Inicialmente, la llegada de la televisión y la retransmisión de los debates políticos estableció los rasgos de la videopolítica. La personalización y la espectacularización (Sartori, 1998; Martínez-Pandiani, 2006) lograron que la imagen en acción del actor político fuese un elemento fundamental. Igualmente, la posibilidad de que el mensaje llegase a un gran número de espectadores configuró un nuevo perfil de portavoz, el “líder electrónico” (Colombo, 1977, p. 120).

Actualmente, los medios tradicionales de información conviven con otros digitales, dando lugar a narraciones transmediáticas. La videopolítica cohabita con otras formas de representación, como la política 2.0 o tecnopolítica (Baggiolini & Castro Rojas, 2016), proporcionando una base para la confrontación y el discurso político (López-López & Oñate 2019); un panorama de hibridación (Chadwick, 2013) donde se radicalizan aquellas tendencias ya iniciadas por la televisión y surgen otras nuevas: las disertaciones centradas en la autopropaganda y las verdades subjetivas (Caprara, 2007) que intensifican la ya existente personalización y espectacularización política; y una creciente interpretación de los actos y discursos sostenida en el esquema de juego (*horse race*) (Reinemann & Wilke, 2007; Luengo 2011; García-Marín, Calatrava & Luengo, 2018).

Aunque los expertos consideran el formato audiovisual como inadecuado debido a la preponderancia de la imagen sobre la argumentación dialéctica (Laguna & Platero, 2011; Redondo, 2008; Cebrián, 2003), la televisión continúa siendo el medio preferido por la ciudadanía para la información política, incluso por los nativos digitales (Alonso, Terol & Galán, 2021, p. 276), y la viralización de contenido audiovisual (plataformas y redes sociales)

adquiere cada vez mayor presencia en lo referente a la comunicación política. La información visual proporciona referencias inmediatas sin necesidad de reflexión analítica y relega el discurso verbal. Las investigaciones llevadas a cabo a finales del siglo XX, donde la audiencia tiende a sustituir la información verbal por los estímulos emocionales que despierta la imagen del actor político, continúan estando vigentes (Arrese, 2016; Urmeneta, 2017). La política actual ha abandonado los patrones clásicos y se sostiene en la percepción audiovisual y la simplificación de contenidos y su escenificación. A través de un visionado, el espectador evalúa cualidades como la honestidad, la seguridad, la autoridad o el compromiso con la alocución, de manera inconsciente e inmediata, debido a la facilidad con que se percibe la imagen, frente al esfuerzo requerido para comprender el discurso verbal: “El líder cumpliría así el papel fundamental de convertirse en ‘atajo cognitivo’ de los ciudadanos frente a la dificultad de conocer programas y propuestas de los distintos partidos; los electores decidirán su voto a partir del candidato” (Laguna Platero, 2011, p. 46).

La telegenia trae consigo “una nueva forma de moral política: la moral mediática, indisoluble de la moral estética”, donde el líder se transforma en un “decálogo de principios en sí mismo, en una garantía” (Redondo, 2008, p. 1).

Mostrar una imagen empática e íntegra, y verosímil, es sustancial para el éxito de una carrera política (Fernández Collado, Hernández Sampieri & Ocampo Jaramillo, 2007). La persuasión se desarrolla desde el binomio política y emoción abandonando la política racional (Arrese, 2016; Urmeneta, 2017). Influir en la conducta ciudadana conlleva la conexión con cada individuo (Nimmo, 1985; Castells, 2009), por lo que resulta obligado manejar el comportamiento no verbal sobre el que se sostiene la transmisión emocional del discurso.

1.2. Comunicación no verbal, persuasión y política

Los estudios sobre el comportamiento no verbal en la comunicación política son escasos y demandados por la comunidad científica debido a su relevancia en la transmisión y recepción del discurso (Grabe & Bucy, 2009; Dumitresco, 2016). También ha sido una temática abordada desde la filología y la lingüística (Bañón Hernández, 2005; Hernández Guerrero, 2009; Fuentes Rodríguez, 2010; De La Mota & Puigvert, 2012; Cestero Mancera, 2016, 2018a, 2018b; García Ferrer, 2020), la comunicación (Rodríguez Escancio & Hernández Herrate, 2010; Saha *et al.*, 2016; Seiter & Weger, 2020; Fernández-Hoya & Cáceres Zapatero, 2022), la psicología (Argentin, Ghiglione & Dorna, 1990; Stockemer & Praino, 2015), o la sociología (Gimate Welsh & Sankey García, 2005), poniendo de manifiesto el fuerte vínculo entre política, comunicación no verbal y persuasión.

En función del enfoque disciplinar se han señalado distintas taxonomías de los elementos no verbales. Una de las primeras propuestas, desarrollada por Ekman & Friesen y recogida por el profesor M. L. Knapp (1982, pp. 26-27), establece siete categorías analíticas al respecto: movimientos del cuerpo (emblemas, ilustradores, muestras de afecto, reguladores y adaptadores), paralenguaje, proxémica, características físicas, conducta táctil, artefactos o elementos del vestuario y factores del entorno. Desde la psicología, McNeill (2005) planteó 5 categorías gestuales (icónicos, metafóricos, *beats*, deícticos, cohesivos y emblemas). Así mismo, las innumerables posibilidades de ejecución del movimiento fueron clasificadas por R. Laban, quien definió 8 calidades básicas de movimiento en función de su trayectoria, intensidad, velocidad, y el efecto de la gravedad sobre la acción. Más recientemente, desde la esfera de la lingüística, F. Poyatos (2002a, 2002b) ha analizado la naturaleza tripartita de la comunicación humana, formada por sistemas expresivos coherentes en sí mismos y al tiempo afectados por las relaciones intersistemas: un sistema básico o primario que se subdivide a su vez en paralenguaje (cualidades del sonido, modificaciones fónicas, reacciones fisiológicas o emocionales, elementos cuasi-léxicos y ausencia de sonido) y kinésica (gestos, maneras y posturas); y otro sistema secundario o cultural que abarca la proxémica y la cronémica.

Con independencia del área de estudio, las investigaciones desarrolladas al respecto coinciden en el valor de los elementos corporales, proxémicos y paralingüísticos en el acto comunicativo: según Birdwhistell (1970) el 65 % del mensaje se expresa a través elementos no verbales (un 35 % con la entonación y el 27 % desde la expresión corporal); Pease (2011) considera aún mayor el impacto de la comunicación no verbal, afirmando que entre el 20 % y 30 % de la información que llega al receptor depende del paralenguaje, entre el 60 % y el 80 % recae en la kinésica y solo entre un 7 % y un 10 % depende las palabras elegidas y su disposición; añade a estos datos Merhabian (1980) que la importancia de la expresión no verbal aumenta aún más en mensajes con contenido emocional, donde los elementos no verbales alcanzan el 93 % (38 % el paralenguaje y 55 % lenguaje corporal).

En el ámbito específico de la política, las premisas instituidas por la retórica clásica ya avanzaron que el modo de ejecutar el discurso (*actio*) se consideraba un factor indispensable para alcanzar el éxito político (Cicerón, 2004). Esta afirmación continúa presente y toma más fuerza, si cabe, debido a la insistente presencia de la información política audiovisual que permite a la audiencia percibir con precisión la dicción, la entonación y la gestualidad derivada de las manos y el rostro, que son, por otra parte, las zonas corporales más expresivas en la comunicación humana (Argyle, 1978). Los últimos avances en neurociencia con relación al ámbito político demuestran que las audiencias prestan al menos la misma atención a la palabra que a los elementos no verbales y que estos últimos se procesan más rápidamente, refuerzan el recuerdo y afectan a la percepción (Gong & Bucy, 2016; Bauer y Carpinella, 2017).

Existen evidencias empíricas de que el público califica la autoridad o amabilidad de un candidato al relacionar contenidos psíquicos previos con el paralenguaje del actor político (Hernández Guerrero, 2009), percibiendo al líder como más o menos creíble en función de su entonación, volumen y dicción al vincular una pronunciación clara con honestidad, empatía y credibilidad; o una voz nasal con los efectos contrarios (Addington, 1971). Así mismo, se decodifica la velocidad de enunciación discursiva como una señal de dominio que invita a la subordinación (Buller y Aune, 1992).

Respecto a la kinésica, se ha comprobado que la eliminación de gestos adaptadores, la prevalencia de movimientos que indican puntualización frente a signos más abstractos, y la reducción de variedad gestual tienen un efecto persuasivo en un auditorio no especializado (Argentin, Ghiglione & Dorna, 1990) y prevalencia sobre el lenguaje verbal (Dumitresco, 2016). Una mirada, un gesto o entonación ubicada en el momento justo, con una intensidad apropiada, potencia el sentido de lo dicho (Barnés, 2006, p. 111). Igualmente, la postura, definida por el tipo de locución, el estatus del orador y su personalidad, evidencia actitudes y estados de ánimo (Fernández-Hoya, 2020). En definitiva, la gestualidad está asociada a la expresión emocional, la sustitución o matización del mensaje verbal, la regulación de la interacción comunicativa y el proceso de acciones funcionales (Cáceres Zapatero, 2011). En la expresión no verbal prevalece la función emotiva sobre la referencial, por lo que resulta más complejo hacer una manipulación consciente (Ekman & Friesen, 1974). Se deduce, por tanto, la importancia del correcto uso de la comunicación no verbal, transmisora inconsciente de emociones y estados anímicos, para lograr un discurso eficaz, verosímil y persuasivo, características necesarias para una óptima comunicación política (Maffesoli, 1992; Pérez de las Heras, 2009).

Conforma la citada naturaleza tripartita de la comunicación el lenguaje verbal encargado de transferir conceptos o pensamientos, pero siempre ligado a las señales no verbales, pues es la manera de enunciar el mensaje lo que proporciona su sentido último. La sincronía de los tres sistemas interdependientes (verbal, paralingüístico y kinésico) es la clave de la elocuencia, pues su congruencia proporciona credibilidad al discurso.

2. Objetivos

El principal objetivo de la investigación es analizar las competencias comunicativas de Santiago Abascal como presidente de VOX (2014-2021) y contribuir al avance de los estudios en comunicación no verbal en el ámbito político. Este objetivo general se concreta en tres objetivos específicos:

- O1.1. Describir el estilo de comunicación no verbal (kinésica, prosódica y proxémica) de Santiago Abascal como líder de VOX, desde la fundación del partido en 2014 hasta el momento actual (2021).
- O1.2. Verificar si se puede hablar de una evolución en dicho estilo a lo largo del período analizado.
- O1.3. Establecer las posibles destrezas o fallas en su expresión no verbal y la influencia de esta en su capacidad persuasiva.

Se parte de la constatación, en base al visionado previo de las intervenciones de Santiago Abascal a lo largo del período estudiado, de que se han modificado y mejorado sus competencias comunicativas durante su mandato como líder de VOX, lo que ha podido facilitar su adecuado desempeño como portavoz principal, beneficiando el ascenso de la formación política.

3. Metodología

La presente investigación aborda el estudio de la comunicación no verbal de Santiago Abascal, teniendo en cuenta la interdependencia entre los componentes expresivos que conforman la comunicación humana, la lógica intrínseca de cada uno de estos, es decir, la relación intersistémica e intrasistémica de las manifestaciones expresivas, y el marco contextual donde se desarrolla la acción comunicativa. Así, el adecuado análisis de cada componente expresivo destierra las evaluaciones aisladas y maniqueas, y tiene en cuenta la partitura vocal o gestual donde se inserta y su valor dentro del flujo comunicativo (Poyatos 2002a, 2002b; Pease, 2011), más aún considerando que las señales no verbales son multifuncionales y varían dependiendo del contexto.

Se efectúa un análisis de contenido, de enfoque multimodal e integrado, a partir de la sistematización cuantitativa del comportamiento no verbal, atendiendo a los elementos kinésicos, prosódicos y proxémicos. La metodología considera los análisis y sistematizaciones clásicas de Birdwhistell (1970), Ekman & Freisen (1974), Argyle (1978), Merhabian (1980), Knapp (1982), Laban (1987), Hall (1989) y Poyatos (2002a, 2002b), y establece una serie de categorías, readaptando las ya establecidas por Cestero (2016) respecto a la comunicación no verbal. En cuanto al estudio proxémico, se establece una novedosa clasificación por su enfoque específico que aísla algunas categorías relacionadas con el uso del atril y el manejo de los objetos.

Para determinar el corpus de análisis, en primer lugar se han extraído (a partir de la plataforma digital YouTube), revisado y clasificado 109 piezas audiovisuales procedentes de Europa Press, *El Mundo*, Canal de Televisión de Almería, Gran Canaria Televisión, *El País*, VOX España y otros canales del mismo partido político que comprenden desde 2014 hasta la actualidad (2021). En segundo lugar, se ha establecido como criterio de selección de las unidades definitivas que componen el corpus de estudio aquellos vídeos de entre las 109 piezas audiovisuales revisadas, donde el líder político se dirige a los afiliados del propio partido o a la ciudadanía en general en actos públicos, al estimar que su espontaneidad comunicativa es mayor. Se han desestimado las comparecencias de otra naturaleza, donde las capacidades expresivas del portavoz se presentan mermadas debido al entorno, véase: las desarrolladas en Congreso de los Diputados, donde la configuración del espacio y la ubicación de los líderes opositores del Gobierno (zona inferior izquierda de la bancada) obliga a que Abascal adopte una posición levemente inclinada de forma recurrente; las entrevistas en platós de televisión o en espacios abiertos donde la pauta de intervención la marca cada presentador, o los micrófonos de periodistas invaden el espacio personal del candidato; y las intervenciones promocionales extremadamente guionizadas.

Así, el corpus de análisis ha quedado definitivamente constituido por 24 documentos audiovisuales significativos y relevantes para los fines del estudio, 3 piezas por cada uno de los años en que Santiago Abascal es presidente de VOX (2014-2021), lo que suma un total de 5 horas, 26 minutos y 49 segundos.

Los 24 documentos audiovisuales registrados constituyen las 24 unidades de análisis a las que se ha aplicado una ficha elaborada *ad hoc* a partir de seis variables (postura, gestos de cabeza, gestos faciales, gestos corporales, elementos prosódicos, elementos proxémicos), que comprenden las categorías detectadas inductivamente y que resultan relevantes para el sentido de la comunicación (Tabla 1). Se ha contabilizado la frecuencia (medida en segundos) de cada una de las categorías con relación a la duración total de cada unidad de análisis, ponderando dicha frecuencia con relación a las tres piezas de cada año a fin de obtener datos anualizados que permitan apreciar la evolución temporal de la comunicación no verbal de Santiago Abascal durante el período estudiado.

4. Resultados y discusión

4.1. Espectacularización de la puesta en escena e imagen pública del líder de VOX

La espectacularización es una seña identitaria de la comunicación política actual marcada por la exhibición del líder (Redondo, 2008) e influenciada por la decoración, iluminación y sonido (Knapp, 1982); premisas que cumplen los materiales protagonizados por Santiago Abascal, confirmando la espectacularización de dichos eventos.

Durante los primeros cuatro años de la formación política, la espectacularización se sostiene esencialmente sobre su portavoz, pero a partir de octubre de 2018 se produce un cambio sustancial en la configuración de los actos de afluencia masiva de VOX, ofreciendo una deslumbrante puesta en escena: grandes espacios dotados técnica y tecnológicamente con equipos (audiovisuales, de sonido e iluminación) similares a la que puede encontrarse en un macroconcierto de figuras internacionales, efectos especiales (fuegos artificiales con los colores de la bandera española) y una escenografía de gran tamaño (columnas, siglas del partido, etc.) (ver Anexo, Imágenes 1, 2, 3 y 4). La distribución del espacio también se organiza respecto a la ubicación del líder en escenarios o podios a los que se accede por un pasillo alfombrado en verde (color identitario del partido), recordando al paseo de las estrellas cinematográficas. A todo ello se suman enormes pantallas distribuidas estratégicamente que reproducen la imagen del actor-político a tiempo real y permiten a los asistentes observar los matices comunicativos con el detalle de un primer plano. Además, en los descansos entre intervenciones se proyectan vídeos con testimonios y momentos estelares de sus dirigentes, con luces intensas, juegos de color y un alto volumen sonoro que da paso a melodías propias de la formación política y al himno de España, siempre, como cierre del acto; una excitante puesta en escena que estimula los sentidos y puede movilizar emocionalmente al público.

El contenido total de estos eventos queda registrado audiovisualmente y es utilizado después para generar piezas breves que se viralizan a través de distintos canales digitales. La campaña electoral es un proceso constante en los sistemas representativos democráticos y los partidos se afanan en ocupar el mayor número de espacios posibles (López-García, 2017; Alonso, Terol & Galán, 2021). Estos vídeos utilizan técnicas propias de la narrativa audiovisual, acrecentando aún más la espectacularización mediante el montaje de diversas escenas, títulos llamativos, músicas, etc. En la medida en que los fragmentos audiovisuales se seleccionan y editan, no son un reflejo objetivo del evento, aunque debido al vertiginoso consumo de informaciones digitales pueden ser percibidos como tal por la audiencia.

Santiago Abascal encaja en los cánones estéticos actuales esperables en un candidato, lo que favorece su telegenia y produce, *a priori*, un juicio de valor positivo relacionado con la credibilidad, la bondad y la inteligencia (Postigo Gutiérrez & García Cueto, 2018; Knapp, 1982).

Estudios previos destacan la relevancia del atractivo físico del actor político como elemento influyente en la decisión de los votantes desinformados (Stockemer & Praino, 2015).

El líder ha mantenido a lo largo de los años una indumentaria sobria, mezclando elementos formales como chaquetas, pantalones de pinzas y zapatos de vestir, con camisas sin corbata, camisas de cuadros o pantalón vaquero, configurando así una imagen clásica y discreta a la vez. Siguiendo el mismo estilo, evita los alardes de carácter económico en los complementos: reloj deportivo, alguna pulsera de hilo o cuero y, desde 2018, el anillo de casado; una mixtura estética que le acerca a distintas esferas socioeconómicas de la población.

El cambio más llamativo en la imagen de Santiago Abascal se produce en su propia conformación física. Su apariencia se modifica a lo largo de los 8 años, pasando por periodos de mayor o menor delgadez, pero en general avanzando hacia un aumento de la masa muscular que en 2021 alcanza su punto cumbre. El somatotipo mesomorfo se relaciona socialmente con la fuerza (no solo física), la salud y la capacidad de acción. También se aprecia una evolución en el cuidado de su imagen, con un cabello más corto y prolijo, al que las canas acompañan en los últimos dos años, confiriéndole un aspecto más serio y respetable.

El diseño de una imagen acertada del actor político puede influir la percepción del candidato, la preferencia de los votantes (Stockemer & Praino, 2015; Seiter & Weger, 2020) y por tanto en la decisión del electorado (Sanghvi & Hodges, 2015). En general, la imagen del líder ha evolucionado manteniendo una coherencia estética, aceptada en el ámbito político, lo que favorece la construcción de una imagen pública creíble.

4.2. Rasgos más característicos del lenguaje verbal de Santiago Abascal

Atendiendo a las relaciones intersistémicas que conforman la triple naturaleza de la comunicación humana (Poyatos, 2002a, 2002b) y sin ahondar en el contenido de los discursos desarrollados por el líder político, por no ser este el objeto de estudio, se abordan algunas de las características de su lenguaje verbal consideradas relevantes para la eficacia y espectacularización discursiva.

Abascal centra el grueso de sus intervenciones en exponer el posicionamiento del partido y marcar las diferencias con el resto de agrupaciones políticas, evitando cuestiones de contenido más denso. Su estilo discursivo se sostiene sobre tres líneas principales:

- Formas cuasi literarias, con una abundancia inusual de figuras retóricas (antítesis, anáfora, epístrofe, metáfora y prosopopeya, las más frecuentes) que, junto con su claridad expositiva, facilitan la comprensión e imprimen fuerza expresiva (Monasterio, 2010). Lo ejemplifican frases como: “Ese es el Gobierno de la España muerta, pero la España viva tiene su genio, tiene su pueblo, y tiene a su rey” (08/10/2018).
- Una dialéctica fácilmente comprensible, con alusiones a memorias compartidas y deseos de futuro incontestables (libertad, seguridad, etc.) “El sentido común y las cosas normales que nos han enseñado nuestros padres. ¡No podréis lograr nunca que sintamos vergüenza por aquello que merece solo orgullo!” (08/10/2018). Un modo elocutivo que, de nuevo, propicia la conexión con la audiencia y moviliza la emoción de los asistentes.
- Metáforas burlescas como “la derechita cobarde gimoteando en una esquina” (08/10/2018); o con connotaciones concretas a algún término, sustituyendo, por ejemplo, ley del aborto por “ley de Herodes” (10/04/2021). Las metáforas son herramientas muy utilizadas en política para crear mitos, enemigos o héroes, y permiten comunicar significados subliminales basándose en la asociación emocional e inconsciente de las palabras (Charteris-Black, 2005), consiguiendo generar un espectáculo del enfrentamiento político.

Además de estas características retóricas, Abascal utiliza elementos de gran impacto en la audiencia: referencias muy frecuentes al sentido de pertenencia: “para los trabajadores [...], España lo es casi todo. Espiritualmente, materialmente, es su principal herencia, es su

prosperidad, es su libertad, es su identidad y no vamos a dejar de ninguna manera que nos la roben nunca” (01/11/2019); la sinonimia entre los vocablos VOX y España, “VOX es la España grande, la España alegre, la España decente, la España libre ante la que ni podéis, ni podréis (08/10/2018); el uso de terminología militar, aludiendo a una situación de crisis extrema, “sabemos que estamos en guerra” (14/12/2015), o “la primera represaliada por la dictadura de la corrección política” (29/05/2017); rasgos distintivos de la política 2.0 como las verdades subjetivas (Caprara, 2007), “la guerra civil la provocó un partido que sigue existiendo actualmente con las mismas siglas: el Partido Socialista Obrero Español” (27/04/2018); y la argumentación basada en fuentes comunes y juzgadas habitualmente como creíbles por el público, pues lo contrario puede provocar el descrédito del orador (Pearce & Concklin, 1971). Siguiendo esta última pauta, inicia uno de sus mítines en las elecciones autonómicas catalanas, con las siguientes palabras, que probablemente reflejan testimonios de parientes de los asistentes:

Muchos de vuestros padres dejaron sus patrias chicas, en Andalucía, en Extremadura [...] para ir a trabajar en otro lugar de nuestra patria grande de España que se llama Cataluña. Vinieron aquí a dejarse la piel, a trabajar codo con codo, a levantar esta tierra (01/11/2019).

En conjunto, el uso constante de figuras retóricas y determinadas estructuras gramaticales ofrecen por momentos un estilo discursivo en desuso que se compensa con formas dialécticas y los recursos mencionados facilitando la comprensión del contenido y la espectacularización discursiva.

4.3. La expresión no verbal de Santiago Abascal (kinésica, paralingüística y proxémica)

Tal y como se indica en el apartado metodológico, se ha diseñado un sistema categorial *ad hoc* a partir de seis variables (Tabla 1) que comprenden categorías descriptivas, excluyentes entre sí, identificables y sustanciales o relevantes para el sentido de la comunicación. Quedan, por tanto, excluidas de la ficha de análisis aquellas señales que no se manifiestan (inclinación hacia atrás, articulación vocal laxa, etc.), no pueden observarse (parte inferior del tronco oculta generalmente tras el atril), o que proporcionan información poco significativa (entornar los ojos, entre otras).

Teniendo en cuenta la dificultad en la delimitación y cuantificación de la expresión no verbal, se ha contabilizado la aparición de una señal no verbal cuando se produce un cambio observable visual (kinésica y proxémica) o auditivamente (paralingüística). Después de ser cronometrada cada señal en segundos, se ha determinado su frecuencia con relación a la duración total de la pieza audiovisual y de las tres piezas seleccionadas para cada año, obteniéndose así datos anualizados que permiten comparaciones cronológicas, determinar la posible evolución en la comunicación no verbal y reflexionar sobre la pertinencia de los cambios expresivos de Abascal con relación a su eficacia comunicativa. La ficha de análisis (Tabla 1) muestra de manera anualizada los datos obtenidos de la aplicación de dicha ficha a las 24 unidades de análisis.

Tabla 1. Ficha de análisis de contenido con registro porcentual anual: Sistema categorial kinésico, paralingüístico y proxémico.

VARIABLES		CATEGORÍAS	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
POSTURA	Postura vertical	Erguido	89,1 %	78,3 %	79,8 %	79,7 %	63,6 %	43,9 %	44,2 %	51,1 %
		Erguido-desafiante	0,3 %	8,5 %	6,4 %	3,2 %	15,8 %	30,5 %	32,9 %	32,5 %
		De acercamiento	10,6 %	13,2 %	13,8 %	17,1 %	20,6 %	25,6 %	22,9 %	16,4 %
	Posición de brazos	Postura cerrada	0 %	0 %	0 %	4,1 %	0 %	6,7 %	2,4 %	0 %
		Postura abierta	97,3 %	82,4 %	71,7 %	65,1 %	62,5 %	53,5 %	24,3 %	11,7 %
		Postura expansiva	2,7 %	17,6 %	28,3 %	30,8 %	37,5 %	39,8 %	73,3 %	88,3 %

Gestos cabeza	Erguida	70,2 %	50,6 %	41,1 %	36,1 %	32,3 %	33,1 %	26,1 %	37,1 %		
	Baja	10,2 %	11,3 %	8,3 %	14,3 %	5,9 %	2,2 %	3 %	2,7 %		
	Ladear	6,3 %	12,7 %	14,1 %	14,5 %	13,7 %	15,2 %	18,2 %	16,5 %		
	Cabecear verticalm.	7 %	10,4 %	10,7 %	15,2 %	16,4 %	17,4 %	17,6 %	17,1 %		
	Cabecear horizontalm.	1,1 %	1,4 %	1,7 %	0,5 %	1 %	1,3 %	0,4 %	0,2 %		
	Adelantar	5,2 %	10,1 %	21,6 %	18 %	25,1 %	24,3 %	27,5 %	20,3 %		
	Elevar	0 %	3,5 %	2,5 %	1,4 %	5,6 %	6,5 %	7,2 %	6,1 %		
GESTOS FACIALES	Mirada	Mirada directa	89,4 %	87 %	91,3 %	79,7 %	93,1 %	96,8 %	97,3 %	95,2 %	
		Mirada indirecta	10,6 %	13 %	8,7 %	20,3 %	6,9 %	3,2 %	2,7 %	4,8 %	
	Mitad superior	Elevar las cejas	15,1 %	14,7 %	12,7 %	11,2 %	12,5 %	17,9 %	19,9 %	9,6 %	
		Ceño fruncido	2,2 %	4,8 %	5,3 %	13,4 %	23,3 %	27,9 %	28,3 %	24,7 %	
		Frente relajada	82,7 %	80,5 %	82 %	75,4 %	64,2 %	54,2 %	51,8 %	65,7 %	
	Mitad inferior	Sonrisa social	5,2 %	3,1 %	2,2 %	2,6 %	4,2 %	2,2 %	0 %	1 %	
		Sonrisa irónica	0,5 %	2,7 %	0 %	0 %	1,4 %	1,2 %	0 %	0 %	
		Sonrisa sincera	1,1 %	1,8 %	0,9 %	0 %	2,7 %	2,9 %	0 %	0 %	
		Seriedad	93,2 %	92,4 %	96,9 %	97,4 %	91,7 %	93,7 %	100 %	99 %	
	GESTOS CORPORALES	Manos	Mostrar palmas de las manos	3,3 %	4,5 %	6,7 %	9,2 %	16,1 %	21,6 %	10,9 %	5,6 %
Manos unidas (agarradas entre sí)			0 %	0 %	0 %	4,1 %	0 %	5,1 %	0 %	0 %	
Manos en ojiva			0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	1,6 %	2,4 %	0 %	
Ninguna de las anteriores			96,7 %	95,5 %	93,3 %	86,7 %	83,9 %	71,7 %	86,7 %	94,4 %	
Gestos con los brazos		G. Ilustradores imperativos-determinantes	11 %	24,2 %	20,8 %	16,7 %	60,8 %	59,3 %	60,1 %	66,3 %	
		Otros G. Ilustradores	33,5 %	39,8 %	44,1 %	51,5 %	30,3 %	29,2 %	8,7 %	5,1 %	
		Adaptadores	10,2 %	11,4 %	6,1 %	13,7 %	6,6 %	5,4 %	9,8 %	12,3 %	
		Ninguno de los anteriores	45,3 %	24,6 %	29 %	18,1 %	2,3 %	6,1 %	21,4 %	16,3 %	
Hombros		Encoger hombros	7,7 %	3,4 %	2,2 %	3,6 %	1,3 %	3,5 %	1,6 %	1,2 %	
		No encoger hombros	92,3 %	96,6 %	97,8 %	96,4 %	98,7 %	96,5 %	98,4 %	98,8 %	
ELEM. PROSÓDICOS		Articulación	Articulación correcta	96,9 %	89,3 %	69,5 %	70,2 %	61,8 %	14,3 %	19,4 %	9,2 %
			Hiperarticulación	3,1 %	10,7 %	30,5 %	29,8 %	38,2 %	85,7 %	80,6 %	90,8 %
		Resonancia	Resonancia torácica	82,6 %	34,7 %	34,4 %	27,6 %	8,8 %	1,9 %	0 %	0 %
	Resonancia faríngea		17,4 %	65,3 %	65,6 %	72,4 %	91,2 %	98,1 %	100 %	100 %	
	Volumen	Volumen medio	96,7 %	60,6 %	30,5 %	54,6 %	22,9 %	15,2 %	24,6 %	12,2 %	
		Volumen medio-alto	3,3 %	39,4 %	69,5 %	45,4 %	77,1 %	84,8 %	75,4 %	87,8 %	
	Entonación	Entonación racional	81,7 %	56,5 %	34,7 %	50,5 %	24,8 %	6,3 %	18,1 %	5,2 %	
		Emocionalidad prosódica	18,3 %	43,5 %	65,3 %	49,5 %	75,2 %	93,7 %	81,9 %	94,8 %	
	Fluidez discursiva	Fluidez discursiva	39,1 %	55,1 %	67,1 %	59,3 %	80,6 %	91,8 %	92,4 %	93,6 %	
		Fluidez discursiva con apego al texto	59,8 %	44,7 %	30,3 %	39,5 %	17,2 %	5,7 %	6,3 %	4,3 %	
		Silencios funcionales	1,1 %	0,2 %	2,6 %	1,2 %	2,2 %	2,5 %	1,3 %	2,1 %	
	Elementos proxémicos	Apropiación de elementos	21,3 %	26,2 %	32,6 %	28,4 %	55,4 %	70,2 %	35,1 %	37,9 %	
		Acogerse a los elementos	62,8 %	43,1 %	22,8 %	41,5 %	17,5 %	5,4 %	10,1 %	6,3 %	
Ninguna de las anteriores		15,9 %	30,7 %	44,6 %	30,1 %	27,1 %	24,4 %	54,8 %	55,8 %		

Fuente: elaboración propia

Considerando la multifuncionalidad del comportamiento no verbal y la comunicación multi-modal presente en los materiales analizados, se ha comprobado la función o funciones de cada una de las categorías descriptivas recogidas en la ficha de análisis, atendiendo al sentido contextual y el registro formal de lenguaje no verbal adecuado y aceptado socialmente para el actor político (James, 2003). Las funciones de los signos estudiados coinciden en gran parte con las establecidas por la profesora Cestero (2018) en su estudio sobre comunicación persuasiva:

- Captar la atención del receptor.
- Provocar en el auditorio respuestas concretas (aplauzo, sonrisa, etc.).
- Estructurar las distintas partes del discurso.
- Facilitar la comprensión de la palabra.
- Expresar emociones y/o actitudes (con relación al contexto o al argumento verbal).

4.4.1. Rasgos estables y funciones del estilo discursivo de Santiago Abascal

Tras la revisión del corpus de estudio y su análisis pormenorizado, se observan características inmutables, o con ligeras modificaciones, en el comportamiento no verbal de Abascal a lo largo de su trayectoria, lo que contribuye a la creación de una imagen pública coherente como actor político. El primero de los rasgos estables es la congruencia de la triple estructura de la comunicación, una competencia fundamental para alcanzar la eficacia discursiva. En este sentido, el grado de los gestos parásitos localizados (expresiones emocionales o pensamientos al margen del enunciado verbal) es tan exiguo que no alcanza el porcentaje mínimo para ser recogido en la ficha de análisis y solo se produce en los dos primeros años (2014 y 2015). El candidato presenta concordancia entre su lenguaje verbal y no verbal, lo que el receptor decodifica como señal de credibilidad.

En cuanto a las variables kinésicas, la mirada y el contacto visual mantenido con el auditorio fomentan la comunicación persuasiva y, nuevamente, la coherencia y la verosimilitud (Segrin, 1993; Cestero, 2018). Su estilo gestual, con independencia de la frecuencia y el tipo de signo, se ejecuta de modo claro y definido, con una variedad gestual escasa y ausencia de gestos metafóricos (ilustradores de ideas abstractas), lo que facilita el efecto persuasivo en audiencias no especializadas (Argentin, Ghiglione & Dorna, 1990; Dorna & Argentin, 1993) y permite que el mensaje llegue a un número amplio de ciudadanos.

El líder evita las posturas cerradas y alejadas del interlocutor (inclinada hacia atrás), lo que se decodifica como una actitud positiva, de interés en transmitir su mensaje y comunicarse. Sus expresiones faciales denotan generalmente seriedad, siendo breves las manifestaciones de distintos tipos de sonrisa (ver Anexo, Imagen 5), encajando en el registro formal aceptado socialmente para el actor político (James, 2003) y contribuyendo a una imagen aceptable.

En el ámbito paralingüístico se aprecia una dicción correcta o muy marcada, lo que el espectador de información política interpreta como indicio de honestidad y credibilidad (Hernández Guerrero, 2009). Del mismo modo, Abascal mantiene una velocidad discursiva media-alta ajustada al contenido verbal que, en sus momentos más expeditivos, invita a la subordinación (Buller & Aune, 1992).

Así pues, las categorías no verbales descritas del líder, estables a lo largo de su trayectoria como presidente de VOX, marcan un punto de partida favorable para alcanzar una comunicación política eficaz y persuasiva.

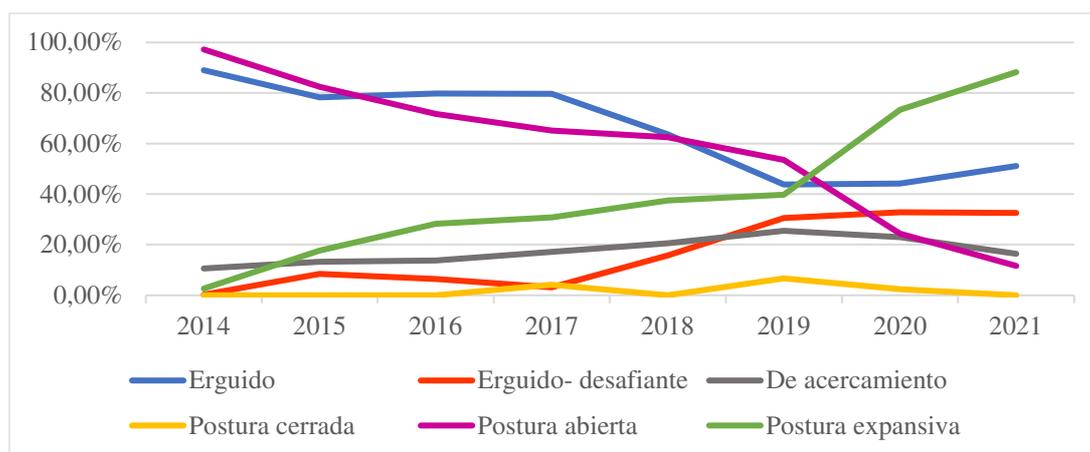
4.4.2. Evolución del comportamiento no verbal de Santiago Abascal

Durante 2014, Abascal protagoniza un gran número de presentaciones de la nueva formación política a las que acuden amigos y conocidos. Este marco concreto propicia en el líder dos actitudes comunicativas alternantes: un talante algo comedido y estereotipado, adoptado habitualmente como fórmula en contextos formales (Knapp, 1982), junto a un comportamiento más espontáneo, donde bromea y rememora alguna anécdota común con los asistentes como

procedimiento para generar empatía en el público, de lo que resulta el registro más alto de su sonrisa social (5,2 %), que no volverá a repetirse en su trayectoria política.

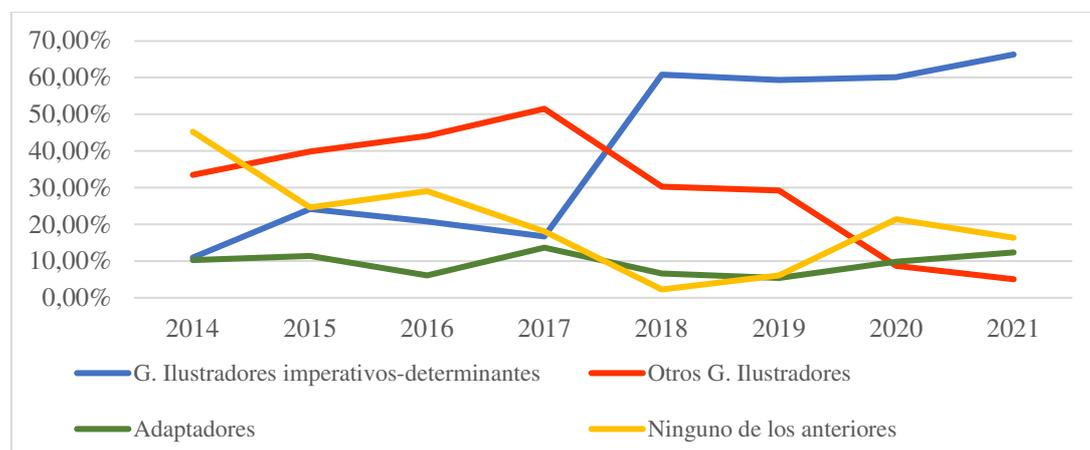
En el mismo año, los gestos ilustradores íntimamente ligados al habla, el tono y la intensidad vocal (Guerrero, DeVito & Hecht, 1999) dejan ver una actitud más explicativa y menos determinante (Figura 2). Los resultados dan cuenta de una tensión interna en el candidato con signos poco visibles, pero apreciables si se tiene en cuenta su constante postura erguida (Figura 1), un posicionamiento al abrigo del atril (Figura 3), la prevalencia del sentido racional sobre el emocional, un considerable apego al texto y, por supuesto, la referencia que proporciona su evolución expresiva posterior.

Figura 1. Postura: postura vertical.



Fuente: elaboración propia

Figura 2. Gestos corporales: gestos con los brazos.



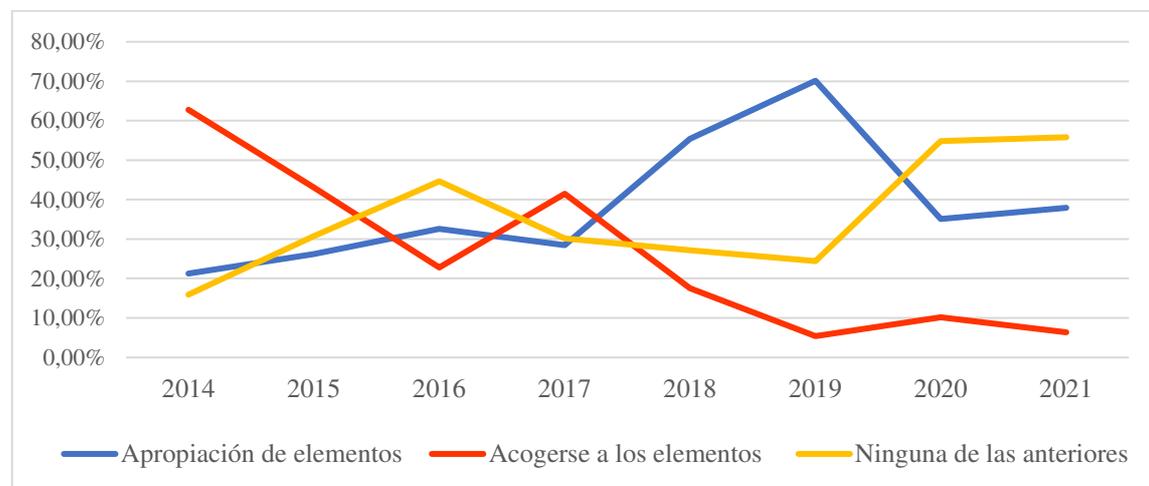
Fuente: elaboración propia

Entre 2015 y 2017 se observa un aumento de la intensidad expresiva (manifestada en su tensión corporal), que alcanza su punto cumbre desde finales 2015 y hasta junio de 2016 (coincidiendo con la aproximación de las elecciones generales), y desciende ligeramente al término de los comicios y durante 2017. Este cambio se aprecia con claridad al comparar momentos muy similares de los discursos electorales pronunciados en distintas provincias, pues en las fechas más cercanas al sufragio, la postura se expande e inclina hacia delante, comienza a elevarse la frecuencia de los gestos ilustradores determinantes-imperativos y aumenta la tensión física. Estas acciones denotan una mayor implicación en sus alocuciones. Sin embargo, en los

meses más alejados de las votaciones (anteriores o posteriores), la intensidad discursiva descende y el portavoz adopta actitudes más explicativas (cabeza ladeada, tono vocal medio, mayor apego al texto y una burbuja espacial personal marcada por el ancho de sus hombros).

Pese al avance del ímpetu discursivo-expresivo y su posterior relajamiento en el citado trienio, los avances expresivos quedan ya establecidos en su estilo comunicativo y no regresarán a los porcentajes iniciales de 2014. Así, en este periodo el líder abandona sus formas más comedidas, aumenta gradualmente la posición de acercamiento y el uso de gestos ilustradores, indicadores de entusiasmo durante la alocución, disminuye la sonrisa social, amplía la seriedad en el rostro, reitera el signo del ceño fruncido, muestra una dicción cada vez más marcada e incrementa la apropiación de los elementos y el uso del espacio.

Figura 3. Proxémica.



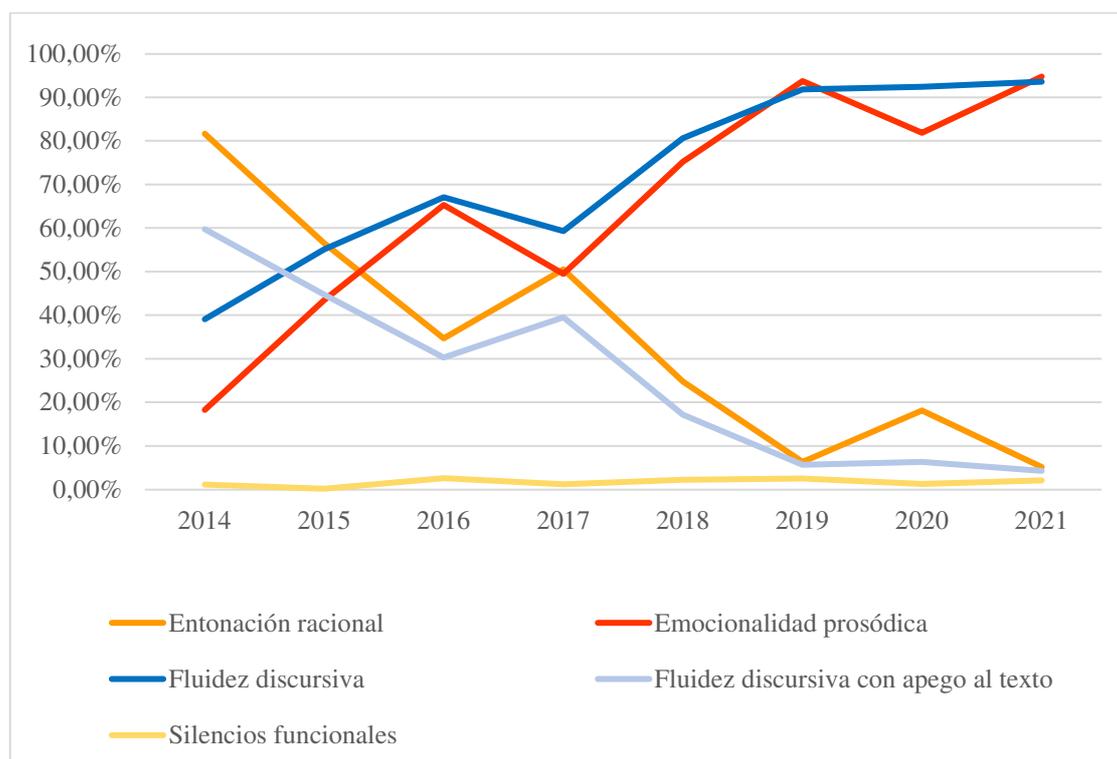
Fuente: elaboración propia

En 2018, Santiago Abascal inicia una comunicación no verbal más enfática que se intensifica a lo largo de 2019, 2020 y 2021. El anuncio de las elecciones autonómicas andaluzas de 2018 marca un punto de inflexión en el inicio de un mayor compromiso expresivo con el discurso (Figuras 4 y 5). Abascal parece consciente de la importancia de su implicación como portavoz para aprovechar la oportunidad regional como una puerta hacia las elecciones generales y así lo verbaliza: “¡Por eso estamos aquí, para iniciar desde Andalucía una reconquista!” (14/11/2018).

El gran compromiso comunicativo de sus arengas resulta recompensado con más de 9.000 asistentes al acto celebrado en Vistalegre en 2018 (Carabanchel-Madrid) y 12 diputados en Andalucía. La respuesta ciudadana le procura mayor presencia mediática y, junto con la experiencia acumulada al frente del partido, Abascal demuestra mayor convicción y solidez discursiva. La seguridad del candidato se hace visible en su manejo de las pausas, el uso de recursos paralingüísticos que propician el aplauso o el incremento del énfasis vocal con una modulación constante evitando la saturación de los asistentes (Figura 4).

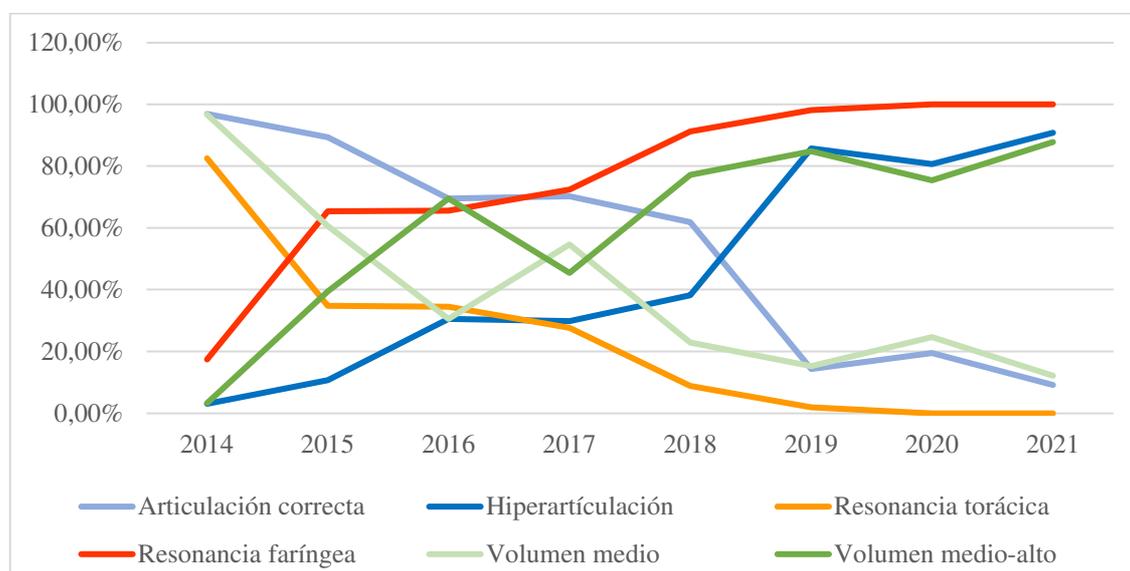
La concatenación de importantes circunstancias políticas (elecciones generales en abril y noviembre de 2019, elecciones al Parlamento de Cataluña y a la Asamblea de Madrid en 2021) necesita de una comunicación que conecte con la audiencia y movilice el voto, lo que obliga a una congruencia intersistémica en las intervenciones políticas, con una kinésica y un paralingüaje altamente expresivos que impliquen emocionalmente al receptor. Es entre 2019 y 2021 cuando se hacen patentes las señales más impositivas de Abascal. Su evolución denota seguridad y poder, aspectos que se establecen a partir de los signos no verbales (Navarro, 2018).

Figura 4. Elementos prosódicos: entonación y fluidez discursiva.



Fuente: elaboración propia

Figura 5. Elementos prosódicos: articulación, resonancia y volumen.



Fuente: elaboración propia

Así, descende su apego al texto escrito y aumenta su destreza para improvisar prevaleciendo la emocionalidad prosódica (Figura 4) con un elevado volumen, crece progresivamente la hiperarticulación vocal (Figura 5), se incrementa la apropiación del espacio en la interacción (signo de territorialidad y poder, Figura 3), la señal de “asentir” con relación a la cabeza se acrecienta, y ascienden exponencialmente los gestos ilustradores imperativos-determinantes

(Figura 2), entre los que destacan apuntar con el dedo índice, el gesto de precisión con pulgar e índice y apuntar con los nudillos y situando encima el pulgar (ver Anexo, Imagen 6).

Dichos signos suelen considerarse amenazantes en conversaciones interpersonales (Armstrong & Warger, 2003, p. 170) e indican “intención de poder y agresividad” en el ámbito político (García Ferrer, 2020, p. 90).

En este periodo también se localizan otros aspectos kinésicos relevantes, como la ejecución de gestos simétricos (ver Anexo, Imagen 7), señal de orden y compromiso (Kendon, 2004), y una periodicidad más alta en la asociación de varios signos (ladear la cabeza, fruncir ligeramente el ceño y elevar levemente el mentón) (ver Anexo, Imagen 8) que conforman una actitud desafiante y suscitan un comportamiento más sumiso en el oyente (Buller & Aune, 1992).

Los resultados también muestran una reducción en la “apropiación de los elementos” durante 2020 y 2021, pero este dato no está relacionado con una gestualidad impositiva inferior, pues desciende aún más su “acogida a los elementos”, sino que está vinculado a la ampliación de su espacio de interacción gestual al margen de los elementos (Figura 3).

5. Conclusión

Este artículo aporta un estudio empírico de comunicación no verbal, ámbito en el que escasean los análisis detallados y sistemáticos, dada la dificultad y laboriosidad que entrañan. Permite avanzar en el necesario desarrollo de los estudios de comunicación no verbal y relaciona los resultados con un ámbito estratégico, como es la comunicación política.

La política actual o tecnopolítica cuenta con un fuerte componente de espectacularización y personalización, convirtiendo a los líderes de cada formación en piezas clave que determinan el rumbo del partido político a través de su comunicación e imagen pública. La prevalencia de la percepción visual y auditiva sobre el contenido verbal propicia la evaluación del candidato de manera automática e inconsciente a partir de su imagen en acción. Así, la expresión no verbal cobra un papel relevante, pues sostiene la emocionalidad del discurso político necesaria para la movilización ciudadana. En este trabajo se sostiene que estos aspectos han podido contribuir a la mejora de la imagen del líder político y, en consecuencia, favorecer el vertiginoso ascenso de VOX protagonizado por Santiago Abascal.

Si bien la imagen estética del actor político en cuestión se ha mantenido sobria en cuanto a su indumentaria, lo que le confiere un aspecto clásico y discreto a la vez, el cambio más llamativo afecta a su configuración física, que ha evolucionado hacia un aspecto más robusto y atildado, favoreciendo su telegenia y adecuándose a los patrones estéticos del momento.

El discurso verbal del candidato resulta fácilmente comprensible y fusiona diferentes recursos dialécticos, entre los que destacan: el uso frecuente de figuras estilísticas, la apelación al sentido de pertenencia, la utilización de fuentes habitualmente juzgadas como creíbles, el uso de las verdades subjetivas características de la política 2.0., y una terminología militar. Todo ello ofrece un estilo discursivo que fomenta la comprensión del mensaje, la espectacularización del enfrentamiento político, el impacto emocional en el público y, en algunos momentos, formas gramaticales en desuso en el ámbito político debido a la constante utilización de metáforas y recursos propios del texto escrito.

Los resultados sobre las competencias comunicativas de Abascal muestran características expresivas constantes y favorables a la hora de conseguir una comunicación política efectiva y persuasiva, entre las que destaca como esencial la coherencia intrasistémica e intersistémica del lenguaje verbal, kinésico y paralingüístico. Además, aparecen de manera estable señales que favorecen una valoración positiva por parte del receptor respecto a la credibilidad, seguridad y honestidad del líder: constante contacto visual con el auditorio a partir de una mirada continua y bien dirigida, propiciando la conexión comunicativa; postura abierta, manifestando interés hacia la comunicación; expresiones faciales donde predomina

la seriedad, ajustándose al modelo formal gestual político; y una dicción correcta o muy marcada como signo de firmeza sobre lo verbalizado.

En cuanto a su evolución expresiva, se observa una rápida progresión en la confianza del desempeño discursivo con la ausencia de gestos parásitos y una baja incidencia de gestos adaptadores. Su avance más llamativo comienza en 2018 y se extiende hasta 2021, con el aumento de la espectacularización de sus intervenciones, que coincide con el cambio de configuración en los eventos de VOX. En los últimos cuatro años, el líder marca una línea descendente en el uso de señales conciliadoras y explicativas e incrementa progresivamente actitudes (posturas) de poder y enfrentamiento, una gestualidad más impositiva –incluso agresiva por momentos–, y un elevado volumen vocal e hiperarticulación. Todas estas tendencias expresivas son decodificadas por la audiencia como indicios de verosimilitud y sinceridad.

Los cambios más pronunciados de su trayectoria se localizan en los meses previos a periodos electorales de cualquier índole, donde incrementa su intencionalidad e intensidad comunicativa mediante signos no verbales, posibilitando un mayor impacto del mensaje en los espectadores. Estos recursos comunicativos exteriorizados en situaciones de máxima exigencia provocan en el líder saltos expresivos hacia una comunicación más enfática y vehemente, y son integrados posteriormente como parte de su comunicación no verbal habitual, lo que señala una capacidad de adaptación rápida y aptitud para la comunicación pública y/o política.

De manera global, Abascal manifiesta un estilo gestual poco variado, pero claro y preciso, eficaz desde el punto de vista del efecto persuasivo en públicos no especializados. Sus competencias comunicativas se caracterizan por un prominente grado de implicación y compromiso con el acto discursivo, que se manifiesta en una expresión no verbal enfática, impositiva y vehemente, que potencia el sentido del enunciado, facilita la conexión emocional con el público y promueve una comunicación espectacular y efectiva, contribuyendo sustancialmente a la construcción de una imagen positiva del partido político que preside y como consecuencia al ascenso de este.

En conclusión, los datos de este análisis muestran un líder político contundente y aparentemente convencido de su propuesta política, lo que se manifiesta en la congruencia de su discurso a nivel formal y de contenido. Se aprecia una evolución en sus competencias comunicativas que pueden coadyuvar a explicar, junto con otros factores, el ascenso de su formación política.

Referencias

- Abascal Conde, S. (2017). Trivium con Santiago Abascal [interview]. *Trivium: Popular Televisión de R. Murcia*. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=11e2bUjG1ow>
- Addington, D. A. (1971). The effect of vocal variations on rating of source credibility. *Speech Monographs*, 38(3), 242-247. <https://www.doi.org/10.1080/03637757109375716>
- Alonso López, N., Terol Bolinches, R. & Galán Cubillo, E. (2021). El debate electoral en televisión. Análisis del seguimiento y de los datos de audiencia entre los nuevos votantes. *AdComunica*, 22, 257-280. Retrieved from <https://www.e-revistas.uji.es/index.php/adcomunica/article/view/5565>
- Argentin, G., Ghiglione, R. & Dorna, A. (1990). La gestualité et ses effets dans le discours politique. *Psychologie Française*, 35(2), 153-163.
- Argyle, M. (1978). *Psicología del comportamiento interpersonal*. Madrid: Alianza.
- Armstrong, N. & Wagner, M. (2003). *Field Guide to Gestures*. Philadelphia: Quirk Books.
- Arrese, A. (2016). Política post-factual y sociedad post-mediática. *Nuevas tendencias*, 97, 8-14. Retrieved from <http://hdl.handle.net/10171/44855>

- Baggiolini, L. & Castro-Rojas, S. (2016). Las redes de la política: Universo narrativo, campañas y microrrelato en Twitter. *Inmediaciones de la comunicación*, 11, 159-180.
<https://www.doi.org/10.18861/ic.2016.11.11.2621>
- Barnés, J. S. (2006). *Gestos políticos presidenciales*. Madrid: Fragua.
- Bauer, N. M. & Carpinella, C. (2017). Visual information and candidate evaluations: The influence of feminine and masculine images on support for female candidates. *Political Research Quarterly*, 71, 395-407. <https://www.doi.org/10.1177/1065912917738579>
- Birdwhistell, R. L. (1970). *El lenguaje de la expresión corporal*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Buller, D. B. & Aune, R.K. (1992). The effect of speech rate similarity on compliance: applications of communication accommodation theory. *Western Journal of Communication*, 56, 37-53. <https://www.doi.org/10.1080/10570319209374400>
- Cáceres Zapatero, M. D. (2011). *Introducción a la comunicación interpersonal*. Madrid: Síntesis.
- Caprara, G. V. (2007). The personalization of modern politics. *European review*, 15(2), 151-164.
<https://www.doi.org/10.1017/S1062798707000178>
- Carvajal, A. (2019). (6 de octubre de 2019). Santiago Abascal llena Vista Alegre y acusa al PSOE de ser un partido criminal. *El Mundo*. Retrieved from
<https://www.elmundo.es/espana/2019/10/06/5d99d24efc6c83a1788b4596.html>
- Castells, M. (2009). *Communication Power*. New York: Oxford University Press.
- Cebrián Herreros, M. (2003). *Información televisiva. Mediciones, contenidos, expresión y programación*. Madrid: Síntesis.
- Cestero Mancera, A. M. (2016). La comunicación no verbal: propuestas metodológicas para su estudio. *Lingüística en la Red*, Monográfico, XIII(2), 1-36. Retrieved from
<http://hdl.handle.net/10017/25226>
- Cestero Mancera, A. M. (2018a). Recursos no verbales en comunicación persuasiva: gestos. *ZER. Revista de Estudios de Comunicación*, 23(44), 69-92.
<https://www.doi.org/10.1387/zer.18130>
- Cestero Mancera, A. M. (2018b). Recursos no verbales en comunicación persuasiva: imagen, proxémica y paralenguaje. *Lengua y Habla*, 22, 135-159. Retrieved from
<http://revistas.saber.ula.ve/index.php/lenguayhabla/article/view/12820>
- Chadwick, A. (2013). *The hybrid media system: Politics and power*. New York: Oxford University Press.
- Charteris-Black, J. (2005). *Politicians and rhetoric: The persuasive power of metaphor*. Basingstoke: Palgrave-MacMillan.
- Cicero. (2004). *Brutus*. México: UAM.
- CIS. Estudio n.º 3330. Barómetro CIS de julio 2021. Estimación de voto. Retrieved from
http://datos.cis.es/pdf/3330_Estimacion.pdf
- Colombo, F. (1977). *Televisión: La realidad como espectáculo*. Barcelona: Gustavo Gili.
- De la Mota, C. & Puigvert, G. (2012). Retórica, prosodia y gesto en la comunicación política: la voz de Gaspar Llamazares. *Oralia*, 15, 241-278.
- Dorna, A. & Argentin, G. (1993). Impacto persuasivo del gesto en el discurso político: una experiencia de consejo (asesoría) y de laboratorio. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 25(1), 61-72. Retrieved from <https://www.redalyc.org/pdf/805/80525105.pdf>
- Dumitrescu, D. (2016). Nonverbal communication in politics: A review of research developments, 2005-2015. *American Behavioral Scientist*, 60, 1656-1675.
<https://www.doi.org/10.1177/0002764216678280>
- Ekman, P. & Friesen, W. (1974). Constantes culturales en la expresión y la emoción. In J. R. Torregrosa (Ed.), *Teoría e investigación en psicología social actual*. Madrid: IOP.

- Entman, R. M. (1993). Framing: Towards Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(3), 51-58. Retrieved from https://is.muni.cz/el/fss/jaro2017/POL510/um/68100463/Entman_1993.pdf
- Fast, J. (1984). *El lenguaje del cuerpo*. Barcelona: Kairós.
- Fernández-Hoya, G. (2020). *Técnicas eficaces de comunicación*. Madrid: Síntesis
- Fernández Hoya, G. & Cáceres Zapatero, M. D. (2022). La comunicación no verbal del presidente del Gobierno Pedro Sánchez durante la pandemia de la COVID-19. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 89, 155-170. <https://www.doi.org/10.5209/clac.73658>
- Fuentes Rodríguez, C. (2010). La aserción parlamentaria: de la modalidad al metadiscurso. *Oralia*, 13, 97-126.
- García Ferrer, A. (2020). Las preguntas retóricas en el discurso político: un estudio multimodal inglés/español. Murcia: Universidad de Murcia. Doctoral Thesis. Retrieved from [file:///C:/Users/User/Downloads/%C3%81ngel%20Garc%C3%ADa%20Ferrer%20Tesis%20Doc%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/%C3%81ngel%20Garc%C3%ADa%20Ferrer%20Tesis%20Doc%20(1).pdf)
- García-Marín, J., Calatrava, A. & Luengo, O. G. (2018). Debates electorales y conflicto. Un análisis con máquinas de soporte virtual (SVM) de la cobertura mediática de los debates en España desde 2008. *El profesional de la información*, 27(3), 624-632. <https://www.doi.org/10.3145/epi.2018.may.15>
- Guerrero, L., De Vito, J. & Hecht, M. (1999). *The nonverbal communication reader: classic and contemporary readings*. Prospect Height, IL: Waveland Press.
- Gimate-Welsh, A. & Sankey Garcia, M. R. (2005). *La gestualidad en el discurso político*. Maracaibo: Asociación Venezolana de Semiótica.
- Gong, Z. H. & Bucy, E. K. (2016). When style obscures substance: Visual attention to display appropriateness in the 2012 presidential debates. *Communication Monographs*, 83, 349-372. <https://www.doi.org/10.1080/03637751.2015.1119868>
- Grabe, M. E. & Bucy, E. P. (2009). *Image bite politics: News and the visual framing of elections*. New York: Oxford University Press.
- Hall, E. T. (1989). *El lenguaje silencioso*. Madrid: Alianza.
- Hernández Guerrero, J. A. (2009). La importancia de la dicción en los discursos políticos actuales. *Oralia*, 12, 55-71. Retrieved from <https://www.biblioteca.org.ar/libros/141409.pdf>
- Izquierdo, J. M. (March 23, 2019). Abascal hace valer su poder de convocatoria para mostrar la fuerza electoral de Vox en la provincia de Ciudad Real. *Lanza. Diario de La Mancha*. Retrieved from <https://www.lanzadigital.com/provincia/ciudad-real/abascal-hacer-valer-su-poder-de-convocatoria-para-mostrar-la-fuerza-electoral-de-vox-en-la-provincia-de-ciudad-real/>
- James, J. (2003). *The Body Language Bible*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Kendon, A. (2004). *Gesture: Visible Action as Utterance*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Knapp, M. L. (1982). *La comunicación no verbal. El cuerpo y el entorno*. Barcelona: Paidós.
- Laban, R. (1987). *El dominio del movimiento*. Madrid: Fundamentos.
- Laguna Platero, A. (2011). Liderazgo y Comunicación: la Personalización de la Política. *Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura*, 43, 45-57. <https://www.doi.org/10.7238/a.voi43.1311>
- Lambertucci, C. (October 8, 2018). La extrema derecha de Vox llena Vistalegre con 9.000 simpatizantes. *El País*. Retrieved from https://elpais.com/politica/2018/10/07/actualidad/1538918903_885191.html
- López-García, G. (2017). Comunicación política y discursos sobre el poder. *El Profesional de la Información*, 26(4), 573-578. <https://www.doi.org/10.3145/epi.2017.jul.01>
- López-López, P. C. & Oñate, P. (2019). De la videopolítica a la ciberpolítica: debate entre candidatos y televisiones en cinco elecciones presidenciales. *El Profesional de la Información*, 28(5), e280512. <https://www.doi.org/10.3145/epi.2019.sep.12>

- Luengo, O. (2011). Debates electorales en televisión: una aproximación preliminar a sus efectos inmediatos. *Revista Española de Ciencia Política*, 25, 81-96. Retrieved from <https://recyt.fecyt.es/index.php/recp/article/view/37516/21033>
- Maffesoli, M. (1992). Élités y socialidad. *Anuario del Departamento de Historia*, 4, 167-179.
- Martínez-Pandiani, G. (2006). El impacto de la televisión en la comunicación política moderna. *Signos universitarios*, 25(1), 69-88. Retrieved from <https://p3.usal.edu.ar/index.php/signos/article/download/2955/3582>
- McNeill, D. (2005). *Gesture and Thought*. Chicago: University of Chicago Press.
- Mehrabian, A. (1980). *Public Places and Private Spaces*. New York: Basic Books.
- Monasterio, D. L. (2010). *Nuevo manual de retórica parlamentaria y oratoria deliberativa*. Buenos Aires: Konrad Adenauer Stiftung.
- Nimmo, D. (1985). Elections as Ritual Drama. *Society*, 22(4), 31-38. Retrieved from https://www.academia.edu/21279460/Elections_as_Theater
- Navarro, J. (2008). *The Dictionary of Body Language: A Field Guide*. Madrid: Harper Collins.
- Pearce, W. B. & Conklin, F. (1971). Nonverbal vocalic communication and perception of a speaker. *Speech Monographs*, 38(3), 235-241. <https://www.doi.org/10.1080/03637757109375715>
- Pease, A. (2011). *El arte de negociar y persuadir*. Barcelona: Amat.
- Pérez de las Heras, M. (2009). *El secreto de Obama*. Madrid: Bubok.
- Pestano Rodríguez, J. (2008). Tendencias actuales en la estructura y contenidos de los informativos de televisión. *Revista Latina de Comunicación Social*, 63, 453-462. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-63-2008-795-453-462>
- Postigo Gutiérrez, A., & García Cueto, E. (2018). Influencia del atractivo físico en la percepción de la inteligencia y de la extraversión. *R.E.M.A.*, 23, 1-11. Retrieved from <https://www.unioviado.es/reunido/index.php/Rema/article/view/12608/11565>
- Poyatos, F. (2002a). *Nonverbal Communication across Disciplines, Vol. I: Culture, Sensory Interaction, Speech, Conversation*. Amsterdam: John Benjamins.
- Poyatos, F. (2002b). *Nonverbal Communication across Disciplines, Vol. II: Paralanguage, Kinesics, Silence, Personal and Environmental Interaction*. Amsterdam: John Benjamins.
- Oraíz, O. (2009). Comunicación no verbal y paraverbal en el debate político entre Zapatero y Rajoy. *Tonos Digital. Revista Electrónica de Estudios Filológicos*, 18, 1-17. Retrieved from <http://www.tonosdigital.es/ojs/index.php/tonos/article/view/336/235>
- Redondo, J. (February 13, 2008). La videopolítica contra la razón democrática. *Revista de Prensa*. Retrieved from <https://www.almendron.com/tribuna/la-videopolitica-contra-la-razon-democratica/>
- Rodríguez Escanciano, I. & Hernández Herrate, M. (2010). Análisis de la comunicación no verbal de José Luis Rodríguez Zapatero. *Revista Latina de Comunicación Social*, 65, 436-449. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-65-2011-911-436-45>
- Sanghvi, M. & Hodges, N. (2015). Marketing the Female Politician: An Exploration of Gender and Appearance. *Journal of Marketing Management*, 31(15-16), 1676-1694. <https://www.doi.org/10.1080/0267257X.2015.1074093>
- Seiter, S. J. & Weger, H. (2020). *Nonverbal Communication Political Debates*. Maryland: Lexington Books.
- Sánchez Pérez-Castejón, P. (2019). *Manual de Resistencia*. Madrid: Península.
- Sartori, G. (1998). La opinión teledirigida. *Claves de razón práctica*, 79, 2-7.
- Segrin, C. (1993). The effects of nonverbal behavior on outcomes of compliance gaining attempts. *Communication studies*, 44, 169-187. <https://www.doi.org/10.1080/10510979309368393>
- Stockemer, D. & Praino, R. (2015). Blinded by beauty? Physical attractiveness and candidate selection in the U.S. House of Representatives. *Social Science Quarterly*, 96, 430-443. <https://www.doi.org/10.1111/ssqu.12155>

Urmeneta, M. (20 de febrero de 2017). Lecciones verdaderas tras las *'fake news'*. *Aceprensa*. Retrieved from <http://www.aceprensa.com/articles/lecciones-verdaderas-tras-las-fake-news>

Anexo

Imágenes 1 y 2. Acto de VOX en Vistalegre, 8/10/2018.



Fuente: *El País* en YouTube.

Imagen 3. Acto de VOX en Vistalegre 6/10/2019. **Imagen 4.** Acto de VOX en Vistalegre 8/03/2019.



Fuente: Europa Press en YouTube

Fuente: *El Mundo* en YouTube

Imagen 5. Sonrisa, sincera, social e ironica respectivamente (11/11/2018, Sevilla).



Fuente: Canal VOX España en YouTube.

Imagen 6. Comparativa de idénticos gestos imperativos-demostrativos entre 13/12/2015 y 08/03/2020. Se aprecia un incremento de la postura expansiva, la intensidad gestual, la tensión corporal y la hiperarticulación.



Fuente: Canal VOX España en YouTube.

Imagen 7. Gestos ilustradores imperativos-determinantes simétricos e hiperarticulación vocal (01/11/2019).



Fuente: Canal VOX España en YouTube.

Imagen 8. Cabeza elevada y mentón ligeramente elevado (11/10/ 2019).



Fuente: Canal VOX España en YouTube.