



Universidad Internacional de La Rioja
Facultad de Empresa y Comunicación

Máster Universitario en Comunicación y Marketing Político

Claves para ganar un debate televisivo.

Análisis de los debates previos a las
elecciones del 28 de abril y del 10 de
noviembre de 2019 en España

Trabajo fin de estudio presentado por:	Dña. Vanessa Irla Uriarte
Tipo de trabajo:	Académico
Línea:	Técnicas de Comunicación
Director:	Dr. D. Álvaro Cabezas Clavijo
Fecha:	21 de julio de 2021

Resumen

Los debates electorales tienen una gran importancia dentro de cualquier proceso electoral. Son la carta de presentación de cada candidato y de su partido y pueden llegar a tener influencia en el electorado, principalmente en los indecisos. Por este motivo, es importante conocer las claves para ganar un debate electoral: qué elementos hay que tener en cuenta en relación a la comunicación verbal y no verbal. Un correcto estudio de la comunicación de los líderes políticos puede conducirnos a identificar qué puede ser lo más beneficioso para el candidato y qué es lo que no debe hacer. Para ello, hemos analizado varios aspectos de la comunicación (tanto verbal como no verbal) de los candidatos que participaron en los debates del 22 de abril y 4 de noviembre de 2019, celebrados en España. No solo analizamos su comportamiento, sino que también hemos querido estudiar si existían diferencias significativas entre ambos debates.

Palabras clave: elecciones, debate electoral, comunicación verbal, comunicación no verbal, televisión

Abstract

Electoral debates are of great importance in any electoral process. They are the calling card of each candidate and of their party and can have influence on the electorate, especially on the undecided. For this reason, it is important to know the key to winning an electoral debate: which elements must be taken into account regarding verbal and non-verbal communication. A deep study of the communication of political leaders can give us an insight into what the most beneficial for the candidate could be and what they should not do. To do this, we have analyzed several aspects of communication (both verbal and non-verbal) of the candidates involved in the debates on April 22nd and November 4th, 2019, held in Spain. Not only did we analyzed their behavior, but also we studied the significant differences between the two debates.

Keywords: elections, electoral debate, verbal communication, non-verbal communication, television

Índice de contenidos

1. Introducción	9
1.1. Justificación.....	10
1.2. Planteamiento.....	11
1.3. Finalidad.....	12
2. Objetivos, hipótesis y estructura	14
2.1. Objetivos	14
2.2. Hipótesis	14
2.3. Estructura.....	15
3. Marco teórico.....	16
3.1. Comunicación verbal y no verbal.....	16
3.1.1. Comunicación verbal	17
3.1.2. Comunicación no verbal	19
3.2. La influencia de la televisión en la comunicación política	25
3.3. Los debates televisivos en las elecciones generales españolas	27
3.3.1. Elecciones 6 de junio de 1993	28
3.3.2. Elecciones 9 de marzo de 2008	29
3.3.3. Elecciones 20 de noviembre de 2011.....	29
3.3.4. Elecciones 20 de diciembre de 2015	30
3.3.5. Elecciones 26 de junio de 2016	31
3.3.6. Elecciones 28 de abril de 2019	32
3.3.7. Elecciones 10 de noviembre de 2019.....	33
4. Contextualización	34
4.1. Contexto político.....	36
4.2. Estilo de campañas de cada partido político	37

4.2.1.	Campaña PSOE	38
4.2.2.	Campaña PP.....	39
4.2.3.	Campaña Ciudadanos	40
4.2.4.	Campaña Unidas Podemos.....	40
4.2.5.	Campaña Vox.....	41
4.3.	Trayectoria de los participantes en los debates electorales	42
4.3.1.	Pedro Sánchez Pérez-Castejón (PSOE)	42
4.3.2.	Pablo Casado Blanco (PP)	43
4.3.3.	Albert Rivera Díaz (Ciudadanos).....	43
4.3.4.	Pablo Iglesias Turrión (Unidas Podemos)	43
4.3.5.	Santiago Abascal Conde (Vox)	43
5.	Metodología	44
5.1.	Muestra.....	44
5.2.	Fuentes.....	49
5.3.	Métodos.....	49
6.	Resultados	51
6.1.	Debate 22 de abril de 2019.....	51
6.1.1.	Comunicación verbal	52
6.1.2.	Comunicación no verbal	59
6.2.	Debate 4 de noviembre de 2019	65
6.2.1.	Comunicación verbal	66
6.2.2.	Comunicación no verbal	75
7.	Discusión y conclusiones.....	87
7.1.	Discusión	87
7.1.1.	Comparación de los debates del 22 de abril y 4 de noviembre de 2019	87

7.1.2.	Comparación con otros estudios.....	91
7.1.3.	Limitaciones del trabajo	92
7.1.4.	Futuras líneas de investigación	93
7.2.	Conclusiones	94
	Referencias bibliográficas.....	98

Índice de figuras

Figura 1. “Tipos de Comunicación”. (Elaboración propia)	17
Figura 2. “Disciplinas de la comunicación no verbal”. (Elaboración propia).....	21
Figura 3. “Zonas en las que se divide el territorio de los individuos”. (Elaboración propia) ...	24
Figura 4. “Tipos de mensajes”. (Elaboración propia)	53
Figura 5. “Bloques temáticos”. (Elaboración propia)	56
Figura 6. “Apelaciones en los mensajes a la emoción y a la razón”. (Elaboración propia).....	57
Figura 7. “Tipos de mensajes”. (Elaboración propia)	68
Figura 8. “Bloques temáticos”. (Elaboración propia)	71
Figura 9. “Apelaciones en los mensajes a la emoción y a la razón”. (Elaboración propia).....	72

Índice de tablas

Tabla 1. “Comunicación verbal del debate del 22 de abril de 2019”	45
Tabla 2. “Comunicación no verbal del debate del 22 de abril de 2019”	46
Tabla 3. “Comunicación verbal del debate del 4 de noviembre de 2019”	48
Tabla 4. “Comunicación no verbal del debate del 4 de noviembre de 2019”.	48
Tabla 5. “Menciones a otros candidatos en el debate del 22 de abril de 2019”.	58
Tabla 6. “Resultados Análisis Comunicación verbal del debate del 22 de abril de 2019”	59
Tabla 7. “Resultados Análisis Comunicación no verbal del debate del 22 de abril de 2019” ..	65
Tabla 8. “Menciones a otros candidatos en el debate del 4 de noviembre de 2019”	74
Tabla 9. “Resultados Análisis Comunicación verbal del debate del 4 de noviembre de 2019”.	75
Tabla 10. “Resultados Análisis Comunicación no verbal del debate del 4 de noviembre de 2019”	84

1. Introducción

Los debates electorales televisivos son uno de los múltiples elementos que conforman una campaña electoral. En el recuerdo colectivo permanecen diversos momentos de debates electorales que se han convertido en históricos. Podemos destacar el del 26 de septiembre de 1960 entre Nixon y Kennedy, donde quienes escucharon el debate a través de la radio consideraron que el vencedor fue Nixon, porque su argumentación fue mucho mejor. En cambio, quienes siguieron el debate en la televisión dieron como ganador a Kennedy gracias a su telegenia y al cuidado de cada detalle en su imagen.

Otro ejemplo podría ser el debate electoral del 24 de mayo de 1993 entre Felipe González y José María Aznar. Fue el primer cara a cara de la democracia en España que se televisó. En este debate, González confió en su experiencia, pero Aznar preparó sus intervenciones a conciencia. González aprendió que, independientemente del bagaje que pueda tener un candidato, la improvisación tiene que estar preparada. Sin lugar a dudas, esta es una de las claves para ganar un debate electoral: no dejar nada a la improvisación.

Tal y como indica José Luis Arceo (2007:193), los debates aumentan el índice de participación en los procesos electorales, ya que muestran a los candidatos “en lucha abierta y descargando todas sus baterías de contenidos y formas”. Sin embargo, es muy complicado cuantificar cuál es la repercusión que tienen los debates dentro de una campaña electoral.

Son muchos los factores que condicionan un debate (escenografía, vestimenta o pacto comunicativo) y una campaña electoral (contexto económico o político), por lo que cada una será única y diferente. Aun así, con este trabajo pretendemos establecer unas claves generales para ganar un debate electoral a raíz del estudio de textos de adiestramiento profesional y del análisis de dos debates electorales: uno previo a las elecciones del 28 de abril y otro previo a las del 10 de noviembre de 2019 en España.

1.1. Justificación

En España, el debate electoral, como parte de una campaña, se puede considerar un fenómeno reciente, tal y como indica Pablo Simón¹. El primer debate electoral en nuestro país se celebró el 24 de mayo de 1993 entre Felipe González (PSOE) y José María Aznar (PP). Días después, el 31 de mayo, se celebró un segundo cara a cara. Sin embargo, en las elecciones de 1996, 2000 y 2004 no hubo debates electorales. El siguiente debate² se celebró 15 años después y fue con otro doble cara a cara entre Mariano Rajoy (PP) y José Luis Rodríguez Zapatero (PSOE), concretamente el 25 de febrero y el 3 de marzo de 2008. El siguiente debate electoral se celebró el 7 de noviembre de 2011 entre Alfredo Pérez Rubalcaba (PSOE) y Mariano Rajoy (PP).

Sin embargo, en las siguientes elecciones, las del 2015, cambia el modelo de cara a cara entre los dos partidos mayoritarios, que hasta el momento se alternaban en el poder. En este año, se rompe el bipartidismo con la irrupción de nuevos partidos políticos en nuestro país: Ciudadanos y Podemos. El 7 de diciembre se celebró un debate con tres de los cuatro candidatos de los principales partidos políticos: Pedro Sánchez (PSOE), Albert Rivera (Ciudadanos) y Pablo Iglesias (Podemos). Soraya Sáenz de Santamaría participó en este debate en sustitución de Mariano Rajoy (PP), que rechazó la invitación. Unos días después, el 14 de diciembre, se celebró un cara a cara entre Pedro Sánchez (PSOE) y Mariano Rajoy (PP).

Solo pasaron unos meses hasta las próximas elecciones y, por lo tanto, hasta el próximo debate electoral. El 13 de junio de 2016 se celebró el único debate de estos comicios y el primero de la democracia que reunía a cuatro candidatos. En él participaron Mariano Rajoy (PP), Pedro Sánchez (PSOE), Albert Rivera (Ciudadanos) y Pablo Iglesias (Unidos Podemos).

Las últimas elecciones generales en España se llevaron a cabo en 2019, pero este año con la particularidad de que se celebraron dos procesos: uno el 28 de abril y otro el 10 de noviembre. Esto, junto con el aumento de partidos políticos, también ha motivado que existan más

¹ 20 Minutos: “Trampas y (algunas) ventajas de dos debates electorales en 24 horas”. EFE, 21/04/2019. En: <https://www.20minutos.es/noticia/3620127/0/trampas-ventajas-debates-electorales-rtve-atresmedia/?autoref=true> (consultado el 24 de marzo de 2021).

² Statista: Número de espectadores de los debates electorales desarrollados durante la democracia en España desde 1993 hasta 2019. En: <https://es.statista.com/estadisticas/996005/audiencia-de-los-debates-electorales-en-espana/> (consultado el 24 de marzo de 2021).

debates electorales organizados por diferentes televisiones y otros medios de comunicación, aunque en este trabajo nos centraremos en el debate principal de cada campaña electoral. En las elecciones del 28 de abril, unos días antes, el 22 de abril se celebró un debate a cuatro entre los candidatos a la presidencia del Gobierno: Pedro Sánchez (PSOE), Pablo Casado (PP), Pablo Iglesias (Unidas Podemos) y Albert Rivera (Ciudadanos). Fue el primer debate organizado por RTVE en su historia. En las elecciones del 10 de noviembre, cabe destacar el debate electoral del 4 de noviembre, en el que irrumpe una nueva fuerza política con Santiago Abascal (Vox), celebrándose un debate a cinco. Los otros 4 candidatos fueron: Pedro Sánchez (PSOE), Pablo Casado (PP), Pablo Iglesias (Unidas Podemos) y Albert Rivera (Ciudadanos). Estuvo organizado por la Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión y fue el único debate que se realizó con los cinco candidatos con mayor representatividad.

Al analizar estos dos debates (el del 22 de abril y el del 4 de noviembre) y los diferentes candidatos que hubo en los procesos electorales de 2019, pretendemos poder extraer las diferentes claves para ganar un debate televisivo.

1.2. Planteamiento

Las elecciones del 28 de abril de 2019 son el resultado de una moción de censura que presentó Pedro Sánchez (PSOE) contra Mariano Rajoy (PP) y de la imposibilidad de aprobar los presupuestos por parte del gobierno socialista. La moción prosperó el 1 de junio de 2018, de esta forma, Sánchez quedó investido como nuevo presidente del Gobierno de España, pero al no poder sacar adelante el Presupuesto General del Estado del 2019, Pedro Sánchez convocó elecciones anticipadas para el 28 de abril. La moción fue apoyada por 180 votos del PSOE, Unidas Podemos, ERC, PDECat, PNV, Compromís, EH Bildu y Nueva Canarias; hubo 169 votos en contra del PP, Ciudadanos, UPN y Foro Asturias y solo hubo una abstención de Coalición Canaria³. Meses después, el 24 de septiembre, tras agotarse el plazo para constituir un Gobierno, el rey Felipe VI disolvió las Cortes Generales y convocó nuevas elecciones generales para el 10 de noviembre de 2019.

³ El Periódico: “El Congreso tumba a Rajoy en la moción de censura y elige a Sánchez presidente”. Juan Ruiz, 01/06/2018. En: <https://www.elperiodico.com/es/politica/20180601/resultado-votacion-mocion-censura-6851456> (consultado el 6 de mayo de 2021).

Hasta 2019, en la democracia española solo se produjeron un total de cuatro mociones de censura: en 1980 Felipe González (PSOE) contra Adolfo Suárez (UCD), en 1987 Antonio Hernández Mancha (AP) contra Felipe González (PSOE), en 2017 Pablo Iglesias (UP) contra Mariano Rajoy (PP) y en 2018 Pedro Sánchez (PSOE) contra Mariano Rajoy (PP)⁴. Esta última moción de censura ha sido la única que ha prosperado de esas cuatro, algo que hace que esta situación se pueda calificar de excepcional e inédita.

Por otro lado, la irrupción de nuevos partidos políticos en España como Podemos (posteriormente Unidas Podemos, con la coalición con Izquierda Unida), Ciudadanos y, más tarde, Vox, ha hecho que se rompa el bipartidismo (PSOE-PP) reinante hasta 2015. La fragmentación del voto ha acabado con las mayorías absolutas en España y esa necesidad de hacer pactos ha hecho que los gobiernos sean más inestables y que no se agoten las legislaturas.

A la moción de censura de Pedro Sánchez contra Mariano Rajoy, la primera en prosperar de la democracia, y a la irrupción de nuevos partidos políticos (Podemos, Ciudadanos, Vox), que ponen fin al bipartidismo con la fragmentación del voto, se une la excepcionalidad de que en un mismo año se convoquen dos elecciones al Gobierno de España. Por lo que, en este marco, con el análisis del debate principal de cada una de las campañas, con el objeto de obtener las claves para ganar un debate electoral, podemos afirmar que se trata de una investigación novedosa y relevante en el contexto de la política española.

1.3. Finalidad

La finalidad de esta investigación es poder extraer del análisis de la comunicación, tanto verbal como no verbal, de los diferentes candidatos, que participaron en los dos debates anteriormente mencionados, cuáles serían las claves para ganar un debate electoral.

Los debates electorales cada vez están sometidos a un mayor análisis, no solo por los medios de comunicación, también por parte del electorado a través de redes sociales como *Twitter*.

⁴ ABC: "Así han sido las cinco mociones de censura de la Democracia". M. J. Álvarez, 22/10/2020. En: https://www.abc.es/espana/abci-sido-cinco-mociones-censura-democracia-202010210952_noticia.html?ref=https:%2F%2Fwww.google.com%2F (consultado el 6 de mayo de 2021).

Por este motivo, es importante que los candidatos estén bien preparados y cuiden los detalles que les haga marcar la diferencia con sus rivales políticos.

Con el estudio de los textos de adiestramiento profesional y el análisis de los dos debates celebrados el 22 de abril y el 4 de noviembre de 2019, pretendemos establecer unas claves generales para ganar un debate electoral.

2. Objetivos, hipótesis y estructura

Antes de introducirnos en el marco teórico, vamos a establecer los objetivos, tanto generales como específicos, la hipótesis y la estructura de esta investigación.

2.1. Objetivos

Esta investigación se centra en la consecución de un objetivo general y otros tres específicos:

- El Objetivo General (OG) es conocer aquellos elementos, claves, para ganar un debate televisivo.
- Los Objetivos Específicos (OE) son:
 - ✓ OE1: Analizar la comunicación verbal y no verbal de los debates electorales seleccionados.
 - ✓ OE2: Conocer las diferencias entre candidatos en cuanto a los recursos que utilizan para su comunicación verbal y no verbal.
 - ✓ OE3: Comparar los debates de candidatos de las elecciones del 28 de abril y del 10 de noviembre, donde se introduce una fuerza política nueva: Vox.

2.2. Hipótesis

Partiendo del análisis de la comunicación verbal y no verbal de los candidatos que participaron en los dos debates electorales seleccionados (uno previo a las elecciones del 28 de abril y otro previo a las del 10 de noviembre de 2019 en España), pretendemos verificar o refutar las siguientes hipótesis:

- La Hipótesis Principal (HP) es verificar o refutar que los candidatos de los dos procesos electorales de 2019 que más prepararon sus intervenciones en los debates televisivos, tanto en imagen como en contenido, tuvieron mejores resultados en ambas elecciones.
- Las Hipótesis Secundarias (HS) son:
 - ✓ HS1: Los candidatos de los partidos políticos emergentes prestan mayor importancia a la imagen y a la comunicación no verbal.

- ✓ HS2: Los candidatos de los partidos políticos tradicionales prestan más importancia al discurso y a la comunicación verbal.

2.3. Estructura

Los cinco apartados principales con los que cuenta esta investigación son:

- 1) Los objetivos, hipótesis y estructura, como punto de partida de este estudio.
- 2) El marco teórico: donde hacemos una revisión de los textos de adiestramiento profesional sobre la comunicación verbal y no verbal y sobre la influencia que tiene la televisión en la comunicación política, así como también abordamos la relevancia de los debates televisivos en las elecciones generales españolas.
- 3) La contextualización: donde planteamos el contexto político en el que se celebraron las dos elecciones de 2019 en España. Además, esbozamos el estilo de las campañas electorales de cada partido político, así como las trayectorias de los diferentes participantes en los dos debates seleccionados.
- 4) La metodología, donde abordamos la muestra, las fuentes y los métodos utilizados para esta investigación.
- 5) Los resultados: en este último apartado, recogemos el análisis de contenido realizado de los dos debates propuestos para estudiar a cada uno de los candidatos y poder determinar las claves para ganar un debate televisivo. En este apartado, podremos verificar o refutar las hipótesis planteadas.

3. Marco teórico

En el presente marco teórico realizamos una revisión de los textos de adiestramiento profesional sobre la comunicación verbal y no verbal y sobre la influencia que tiene la televisión en la comunicación política. Hay que tener en cuenta que un debate nunca será igual en televisión que en radio, por ejemplo. Cada medio tiene sus características, como las técnicas, que condicionan la preparación y desarrollo del debate. En este sentido, Mateu (Balsebre *et al.*, 1998:149) señala que la radio dio la posibilidad al oyente de percibir unos matices que no podía encontrar en la prensa escrita. Esos matices, como el timbre o el tono de la voz, aportan al oyente una información extra como el estado de ánimo que se puede percibir a través de la voz. La televisión, además de esos matices, aporta otros como la imagen, que transmite también mucha información al telespectador, como veremos a continuación.

Finalmente, abordamos la relevancia de los debates televisivos en las elecciones generales españolas.

3.1. Comunicación verbal y no verbal

La procedencia de la palabra *comunicación* es latina: *communicare*, que significa compartir algo o poner en común. Ese es el objetivo de los políticos que participan en un debate electoral: compartir y poner en común con la ciudadanía sus ideas y sus programas políticos. Por otro lado, el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, en su acepción quinta, define la comunicación como “la transmisión de señales mediante un código común al emisor y el receptor”⁵. Esas señales pueden ser verbales (las que se producen mediante la palabra hablada o escrita) o no verbales (las que se transmiten con el tono, el ritmo o el volumen de la voz; con los gestos y los movimientos corporales; y con la distancia interpersonal).

⁵ Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española. En: <https://dle.rae.es/comunicaci%C3%B3n?m=form> (consultado el 3 de mayo de 2021).

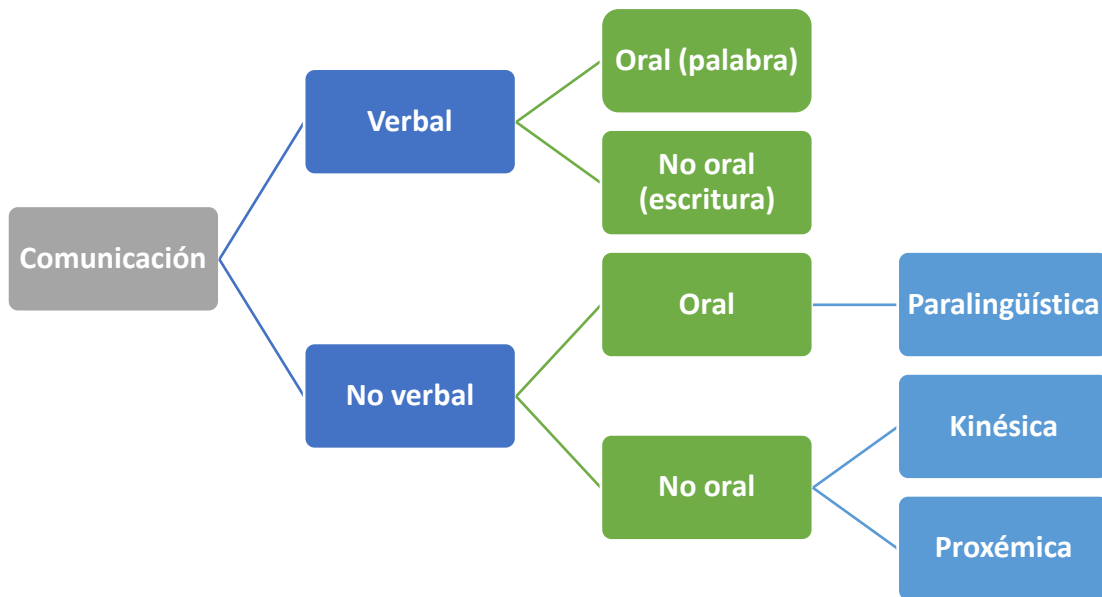


Figura 1. “Tipos de Comunicación”. (Elaboración propia)

Tanto la comunicación verbal como la no verbal son importantes en la televisión, ya que ambas aportan información al telespectador. Como veremos más adelante, la comunicación no verbal en la televisión es de gran importancia, ya que puede servir para reforzar el mensaje verbal de la persona que habla o puede generar una cierta disonancia con la comunicación verbal.

3.1.1. Comunicación verbal

La comunicación verbal se puede dividir entre la oral (mediante la palabra) y la no oral (mediante la escritura). Para una correcta eficacia comunicativa, es necesario que se cuiden ambas. A continuación, vamos a ver los elementos necesarios para que se produzca una comunicación eficaz, pero en el caso de los debates electorales además de eficaz, la comunicación tiene que ser persuasiva. Para ello, podemos recurrir a la retórica, que el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, en su acepción cuarta, define como “el arte de bien decir, de dar al lenguaje escrito o hablado eficacia bastante para deleitar,

persuadir o conmover”⁶. El arte de la retórica o del “bien decir” viene de antiguo, Aristóteles ya estableció cinco fases del discurso retórico, vamos a aplicarlas ahora al debate televisivo:

- 1) *Inventio*: el argumentario para las ideas que queremos trasladar.
- 2) *Dispositio*: la jerarquización de la información que queremos transmitir.
- 3) *Elocutio*: la búsqueda de las palabras, expresiones o frases más adecuadas.
- 4) *Memoria*: la memorización de las ideas.
- 5) *Pronunciatio*: la puesta en escena del mensaje a través de la comunicación verbal y no verbal.

A continuación, vamos a ver los elementos y características de cada una de ellas. Para los debates electorales televisivos, la comunicación verbal que nos interesa es la oral, ya que es con la que los candidatos transmiten sus ideas y mensajes a los espectadores.

3.1.1.1. Comunicación verbal oral

La comunicación oral es el intercambio de mensajes entre dos o más personas utilizando solo la voz. Por lo tanto, para que se produzca esta comunicación, tienen que existir estos elementos:

- **Emisor**: la persona que transmite el mensaje.
- **Receptor**: el destinatario del mensaje.
- **Mensaje**: la información que se transmite.
- **Canal**: el medio físico a través del cual se transmite el mensaje.
- **Código**: el sistema de signos utilizado para codificar el mensaje.
- **Retroalimentación**: es el mecanismo por el que el emisor puede comprobar que el mensaje ha llegado correctamente al receptor.
- **Contexto**: la situación en la que se realiza el proceso comunicativo.
- **Ruido**: las señales que distorsionan el mensaje.

Las características principales de la comunicación oral son:

- Se establece por la palabra hablada.

⁶ Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española. En: <https://dle.rae.es/ret%C3%B3rico> (consultado el 3 de mayo de 2021).

- Se capta a través del oído.
- No permite corrección.
- Comunicación efímera.
- Comunicación instantánea.
- Existe interacción entre emisor y receptor.

3.1.1.2. Comunicación verbal no oral

Para que se produzca la comunicación no oral o comunicación escrita se tienen que dar los siguientes elementos, que ya hemos visto en la comunicación oral: emisor, receptor, mensaje, canal, código, retroalimentación y contexto. Pero, además, hay que añadirle otros dos: la **estructura** (planificación de lo que se quiere escribir) y el **estilo** (la forma que se le va a dar al texto para transmitir el mensaje).

Las características principales de la comunicación no oral o escrita son:

- Se establece por la escritura.
- Se capta a través de la vista.
- Permite corrección.
- Comunicación permanente.
- Comunicación diferida.
- No hay interacción entre emisor y receptor.

3.1.2. Comunicación no verbal

La comunicación no verbal es aquella que se produce, sin el uso de la palabra, mediante signos, gestos, comportamientos o la apariencia física. Patterson (2011:19) la define como “el envío y/o la recepción de información e influencia a través del entorno físico, la apariencia física y la conducta no verbal”.

El lenguaje no verbal puede cumplir diferentes funciones, según Ekman, que pasamos a enumerar a continuación y las ejemplificamos con situaciones que se pueden dar en un debate electoral (Mcentee 1996: 185-192, 206-214, 227-229, 239-247):

- **Repetir** lo que se dice de forma verbal para incidir en la idea que se quiere transmitir. Un ejemplo sería cuando un candidato muestra el pulgar de la mano hacia arriba y a la vez responde “ok” cuando le comunica el conductor del debate que este va a comenzar.
- **Sustituir** a la comunicación verbal, haciendo un gesto sin decir nada. Puede ser un ejemplo cuando se pregunta a un candidato por una cuestión y no pronuncia ninguna palabra pero asiente con la cabeza o sonríe. Con la comunicación no verbal nos estaría dando una respuesta.
- **Contradecir** la conducta verbal. Un ejemplo sería cuando el candidato dice estar tranquilo, a la vez que continuamente se mueve de un lado a otro en el atril, transmitiendo nerviosismo.
- **Complementar** el mensaje verbal. Puede ser un ejemplo cuando el candidato expresa “me siento muy feliz por ser el candidato de mi partido” y con los gestos de su cara, como una amplia sonrisa, transmite también esa felicidad.
- **Acentuar** partes del mensaje verbal. Un ejemplo sería cuando el candidato dice “apoyamos la lucha obrera” y lo acompaña señalando con el puño para enfatizar esa idea.
- **Regular o controlar** el mensaje verbal cuando se utilizan los gestos durante una conversación. Puede ser un ejemplo cuando el candidato golpea continuamente el atril, marcando el ritmo del debate. De esta forma, llama la atención del resto, transmitiendo que no le interesa lo que se está diciendo o que está intentando intervenir.

Dentro de la comunicación no verbal podemos diferenciar tres disciplinas: la paralingüística, la kinésica y la proxémica.

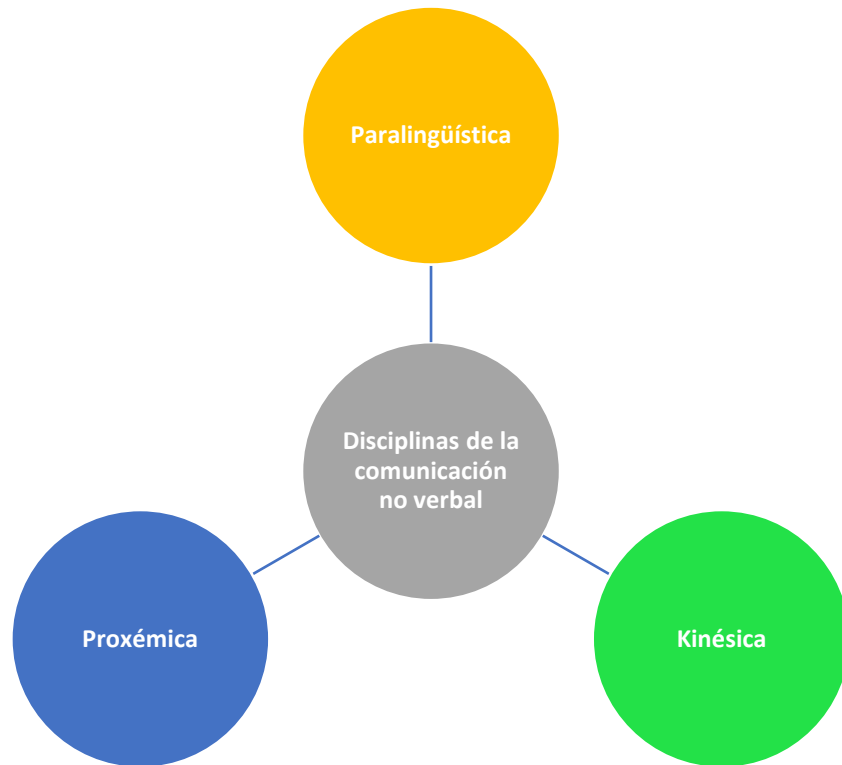


Figura 2. "Disciplinas de la comunicación no verbal". (Elaboración propia)

3.1.2.1. Comunicación no verbal oral: paralingüística

Patterson (2011:52-53) expone que "las conductas vocales se refieren no a lo que se dice, sino a 'cómo' se dice". La paralingüística estudia los aspectos no semánticos del lenguaje como los que recogemos a continuación:

- **Técnicas de locución:** para tener una correcta entonación.
- **Tono de voz:** que puede ser ascendente (expresa indecisión), descendente (transmite confianza) y mixto (sugiere sarcasmo).
- **Ritmo:** es la fluidez verbal con la que se expresa una persona.
- **Volumen:** la intensidad con la que hablamos.
- **Silencios:** pausas realizadas en la comunicación verbal.
- **Timbre:** el registro que nos permite distinguir a una persona.
- **Respiración:** función biológica de los seres vivos para mantener sus funciones vitales. Se pueden diferenciar tres clases de respiración: pectoral, abdominal y diafragmática.

3.1.2.2. Comunicación no verbal no oral: kinésica y proxémica

La kinésica es la disciplina que se encarga de estudiar el significado de los movimientos del cuerpo humano como las posturas, los movimientos y los gestos. Veamos, a continuación, los más importantes:

- **La expresión facial:** transmite mucha información del individuo, ya que expresa emociones, sentimientos o actitudes. Mínguez (1999:45) destaca que la expresión facial, como cualquier otro lenguaje, también tiene palabras, frases y signos de puntuación. Esos gestos, al igual que las palabras, también pueden tener diferentes significados.
- **Las sonrisas:** Allan y Barbara Pease (2006:97) señalan que Paul Ekman descubrió que las personas sienten atracción por aquellas otras que se muestran sonrientes, de esta forma la conversación será más duradera y amena. En este sentido, Baró (2013:102) destaca que las personas sonrientes se muestran mucho más seductoras porque resultan más agradables.
- **Las manos:** también ayudan a transmitir información y esos gestos deben estar medidos para que la comunicación sea eficaz. Fran Carrillo (2014:150) sostiene que “bien trabajadas, constituyen un apoyo fundamental al orador en una exposición pública, determinan el grado de firmeza de una persona a la hora de iniciar una reunión o un encuentro y te describen como alguien confiable y determinante. Manos que juegan, comunicación que gana”.
- **El tacto:** para García (2000:153), la comunicación táctil es vital para las personas, pero hay que tener cuidado con ella porque puede considerarse invasiva. No obstante, también aporta información útil, ya que gracias a un apretón de manos podemos determinar si nuestro interlocutor es sumiso o dominante, por ejemplo.
- **Los brazos:** Bauducco (2006:121-123) aborda las diferentes maneras de cruzar los brazos: modo estándar (actitud defensiva: con las manos debajo de los codos, una hacia arriba y la otra hacia abajo), con los puños cerrados (señala hostilidad), tomándose los brazos (indica tensión), cruce parcial (solo se cruza un brazo y es una muestra de menor intensidad en el bloqueo), con las manos bajo las axilas (seguridad en uno mismo) y cruzar las manos (traslada que la persona está algo asustada).

- **Las piernas:** existen muchas posturas relacionadas con las piernas. Podemos destacar algunas de ellas como las piernas cruzadas (inseguridad o timidez), piernas estiradas (prepotencia) y una pierna delante y otra detrás (estrés).
- **Las miradas:** los ojos también transmiten nuestro estado emocional y pueden dar mucha información sobre el estado de ánimo o actitud de cada persona. Los ojos mirando hacia arriba indican molestia, aburrimiento, sarcasmo y desprecio; los ojos para arriba a la derecha significa que la persona está recordando; los ojos para arriba a la izquierda son una clara señal de que se está utilizando la imaginación; cuando se mira a la derecha recordamos sonidos en nuestra memoria; cuando se mira a la izquierda es porque se está construyendo sonidos en nuestra mente; los ojos para abajo y a la derecha ilustran que estamos pensando qué vamos a decir; los ojos para abajo y a la izquierda señalan que estamos recordando sentimientos; y los ojos para abajo directamente indican incomodidad, vergüenza, tristeza, sumisión o timidez.
- **Los movimientos de la cabeza:** la información que suele aportar los movimientos de cabeza es si se está de acuerdo o en desacuerdo. En este sentido, Allan y Barbara Pease (2006:250) aseguran que asentir con la cabeza “es una herramienta excelente para generar confianza, conseguir acuerdos y cooperación”.
- **La postura y el ritmo corporal:** la forma en la que caminamos, en la que nos sentamos, en la que cruzamos los brazos o las piernas, o incluso en la que permanecemos de pie. Las posturas que adoptamos y nuestro ritmo corporal comunican nuestro estado emocional en ese momento concreto. Además, Mínguez (1999:78) destaca que “las personas que comparten una misma opinión sobre un tema concreto suelen adoptar posturas parecidas entre sí”.
- **Imagen personal:** es nuestra carta de presentación, es una de las partes principales de la comunicación no verbal, es lo que transmitimos a simple vista de nosotros mismos a los demás. José Hermida (2012:27) asegura que la “sencillez y elegancia son las claves para que nuestra imagen sea percibida por los demás como personas merecedoras de respeto”. La imagen personal tiene importancia siempre, pero quizá en apariciones públicas con medios de comunicación o en entrevistas o debates televisivos tiene una mayor relevancia por la repercusión que puede tener en el público. Centeno (2012:18) recuerda que cuando elegimos una prenda o un complemento nos estamos definiendo ante el resto de personas. Según destaca Baró (2013:165), “además de una correcta

planificación estratégica, las tres grandes líneas de actuación para conseguir una marca sólida y atractiva son: adquirir visibilidad, cultivar el carisma y aumentar la capacidad de seducción”. Por su parte, Barrientos *et. al.* (2019:8) recomienda la siguiente etiqueta:

- ✓ “Traje o pantalón acompañado con una camisa.
- ✓ Usar colores sólidos, azules oscuros, gris o negro. Nunca colores vivos.
- ✓ No llevar prendas con estampados o extravagantes.
- ✓ Camisa de color blanco o azul claro.
- ✓ Corbata (opcional). Colores sólidos y apagados. Nunca con estampados ni con colores llamativos.
- ✓ Zapatos de color marrón o negro.
- ✓ Cinturón a juego con los zapatos, marrón o negro”.

En cuanto a la proxémica, es la parte de la semiótica que estudia el espacio y la distancia que guardan las personas al relacionarse y comunicarse, es decir, cuando interactúan. Según Bauducco (2006:113-114) el espacio se puede dividir en cinco zonas:

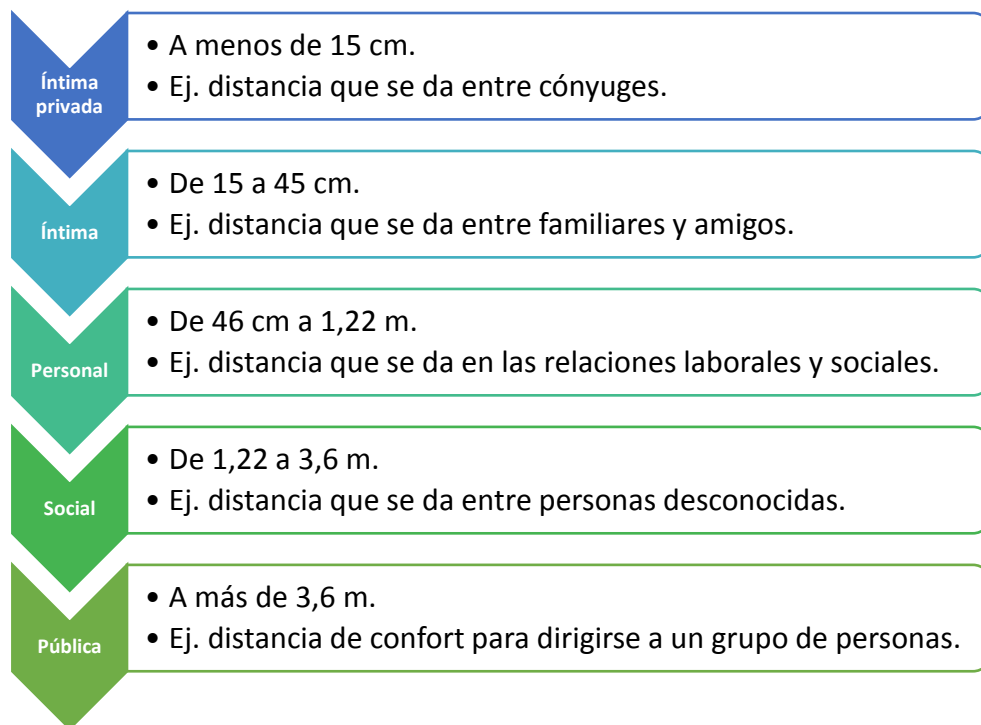


Figura 3. “Zonas en las que se divide el territorio de los individuos”. (Elaboración propia)

La distancia entre los participantes de un debate electoral también es un elemento a tener en cuenta, así como si permanecen de pie en un atril o sentados. Es importante guardar la distancia respetando el espacio vital de cada persona, para que no se sientan agredidos. Si se mantiene entre ellos la distancia personal o social se sentirán más cómodos.

3.2. La influencia de la televisión en la comunicación política

La televisión ha cobrado mucha importancia en la comunicación política, principalmente en los días de campaña electoral, llegando a desplazar a otros medios de comunicación tradicionales como la radio o la prensa. Aunque es cierto que en los últimos años ese protagonismo de la televisión en la comunicación política se ha visto mermado por el auge de las redes sociales, principalmente en la población más joven.

Martínez Pandiani (2006:71-72) destaca cinco procesos para comprender el impacto de la televisión en la comunicación política actual:

- 1) **Mediatización de la política:** los partidos políticos están experimentando, a raíz de las últimas crisis económicas y crisis de credibilidad de la política debido a los casos de corrupción, un descenso en las afiliaciones. Lo que hace que muchos ciudadanos, a la hora de tomar una decisión electoral, pasen de tener como referencia informativa su partido político a informarse a través de la televisión, principalmente mediante los informativos y los espacios electorales. El que la televisión sea el medio de comunicación de referencia para informarse de la actualidad política conlleva que este medio influya en las decisiones electorales de la ciudadanía, principalmente de los indecisos.
- 2) **Audiovisualización de la política:** nuestra cultura es cada vez más visual, principalmente porque recibimos una gran cantidad de información, lo que se ha denominado como *infoxicación*, lo que da lugar a que solo se preste atención a los titulares, fotografías y vídeos cortos que sean capaces de mantener la atención del receptor. Hemos pasado de una cultura textual a una visual, que ha dado lugar a la videopolítica. La forma que han adoptado los partidos políticos para comunicarse con la ciudadanía, ante el declive de los mítines y el auge de las redes sociales, es mediante

vídeos cortos para que sean más fácilmente recordados y se puedan reenviar para llegar a un público mayor.

- 3) **Espectacularización de la política:** por un lado, los géneros televisivos con el tiempo han ido mezclándose y dando lugar a otros géneros como el *infoentretenimiento* (información + entretenimiento) y, por otro lado, la televisión ha dado cada vez más relevancia al entretenimiento priorizando la puesta en escena y las emociones. Esto da lugar a lo que se ha denominado “espectacularización de la política”. En este sentido, Pérez-Curiel y García-Gordillo (2020:12) hablan de “un modelo de debate político determinado por la selección de los contenidos, las estrategias de juego y el discurso de la espectacularización”.
- 4) **Personalización de la política:** el ciudadano ya no evalúa tanto sus opciones de voto en relación a sus preferencias ideológicas, ya que cada vez le da más importancia a la personalidad y a la imagen individual de los candidatos, en detrimento de las siglas.
- 5) **Marketinización de la política:** las campañas políticas tienen cada vez más de marketing que de comunicación, se ha pasado de una preocupación por el “qué decir” a una preocupación por el “cómo decirlo”. Cada vez se introducen más las técnicas de marketing, más propias de la publicidad y las relaciones públicas que de la comunicación.

Además de la mediatización, la audiovisualización, espectacularización, personalización y marketinización de la política, también cabe destacar la construcción de la realidad. Los diferentes contenidos que se emiten por televisión son previamente seleccionados para confeccionar unos programas de información y/o entretenimiento, que cumplan con los objetivos, intereses y línea editorial de la empresa que hay detrás de cada cadena de televisión. Esa construcción interesada de la realidad, por parte de las televisiones (y del resto de medios de comunicación), da lugar a que los telespectadores se generen una percepción sesgada de la realidad, que puede influir en su voto y en sus preferencias políticas. En este sentido, Lagares *et al.* (2020: 40-41) señalan que los debates sirven para reforzar ideas en el electorado afín a cada candidato, pero también pueden tener un efecto importante sobre los ciudadanos indecisos.

Dentro de la comunicación política en televisión, cabe destacar el *spot* televisivo. En cualquier campaña electoral, el *spot* televisivo goza de un gran protagonismo, incluso, en algunos casos,

ha llegado a ser el tema principal del que se hable en la campaña, restándole protagonismo al mensaje que se quiere comunicar. El *spot* persigue informar a la ciudadanía, pero no olvidemos que otro de sus objetivos es la persuasión: persuadir para convencer y obtener la confianza de la ciudadanía para conseguir su voto.

Además del *spot* electoral, en la comunicación televisiva durante la campaña electoral, también cabe destacar los debates. Son espacios en los que los diferentes candidatos exponen sus posiciones en relación a determinados temas. De esta forma, el electorado puede hacerse una idea de los objetivos y prioridades de cada uno de los candidatos. La celebración de un debate en una campaña electoral puede hacer que se cambie el rumbo de la campaña de uno o varios de los candidatos, ya que el debate genera otra serie de contenidos en los medios de comunicación, concretamente, en televisión, tertulias o programas de análisis. Las debilidades y las fortalezas que afloran en el debate electoral serán utilizadas por los equipos de los diferentes candidatos para el resto de la campaña electoral, según puedan generar más o menos rédito político. En este sentido, Castromil *et al.* (2020:3) señalan que “parte del contenido temático final de lo que podemos denominar agenda política procede no sólo de las preferencias e intereses partidistas de los propios actores políticos. Influyen también los otros partidos, los medios de comunicación y los ciudadanos”.

En definitiva, la televisión, gracias a su gran penetración en todos los hogares y al predominio de la cultura de lo visual, ejerce una gran influencia en la comunicación política. Los debates televisivos tienen una gran importancia en la campaña electoral, ya que pueden marcar y alterar el rumbo de las elecciones. También pueden cambiar los temas de la agenda mediática y política, así como las preferencias de los votantes por uno u otro candidato o partido político.

3.3. Los debates televisivos en las elecciones generales españolas

Como hemos visto con anterioridad, en España, el debate electoral, como parte de una campaña, se puede considerar un fenómeno reciente, ya que el primer debate electoral no se celebró hasta el año 1993. Desde ese año, ha habido diferentes citas con las urnas, pero no todas han estado precedidas por un debate electoral, ya que en las elecciones de 1996, 2000, 2004 no hubo debates electorales. Este formato, de carácter principalmente informativo, ha ido evolucionando, al igual que lo han hecho las campañas y los partidos políticos. A

continuación, esbozaremos cada uno de esos debates electorales que se han celebrado a lo largo de la democracia en España.

3.3.1. Elecciones 6 de junio de 1993

El primer debate electoral en nuestro país se celebró en Antena 3 TV el 24 de mayo de 1993 entre el entonces presidente del gobierno, Felipe González (PSOE), y José María Aznar (PP)⁷. El moderador fue el periodista Manuel Campo Vidal. Se cuidó cada detalle como el formato, su transcurso, el tiempo de cada intervención, la puesta en escena, el decorado, las luces, la altura de los asientos, la posición de las cámaras, las pausas o las veces que podían consultar, entre otros. Tanto González como Aznar, acudieron al debate de riguroso azul oscuro, salvo la camisa. La de Aznar era en tono azul y la de González blanca. José María Aznar preparó concienzudamente el debate con su equipo, mientras que Felipe González confió más en su experiencia y en la improvisación⁸. Para la opinión pública, ese primer debate lo ganó Aznar.

Días después, el 31 de mayo, se celebró un segundo cara a cara, con un clima más tenso y crispado⁹. Ambos coincidieron en el mismo objetivo: transmitir a los telespectadores que su prioridad si ganaran las elecciones sería la generación de empleo. El debate se celebró en los estudios centrales de Tele 5. Estuvo moderado por el periodista Luis Mariñas. Ante los resultados del primer debate, González se preparó concienzudamente el segundo debate y la opinión pública le dio como ganador. Finalmente, las elecciones las ganó el candidato socialista Felipe González.

En 1993, hubo un doble cara a cara, sin embargo, en las elecciones de 1996, 2000 y 2004 no hubo debates electorales. Hubo que esperar hasta 2008 para ver cómo dos líderes políticos confrontaban opiniones y propuestas ante los medios de comunicación a través de un debate electoral televisado.

⁷ ABC: "Aznar vs. González: así fue el primer debate televisado de la historia de España". J.M. Carrascal, 06/12/2015. En: https://www.abc.es/elecciones/elecciones-generales/abci-aznar-gonzalez-primer-debate-televisado-historia-espana-201512060351_noticia.html (consultado el 10 de mayo de 2021).

⁸ El País: "Cinco debates cara a cara en once elecciones generales". J.C. Blanco, 14/12/2015. En: https://elpais.com/politica/2015/11/26/actualidad/1448533075_331524.html (consultado el 2 de junio de 2021).

⁹ El País: "González acorrala a Aznar por su indefinición". El País, 01/06/1993. En: https://elpais.com/diario/1993/06/01/espana/738885647_850215.html (consultado el 2 de junio de 2021).

3.3.2. Elecciones 9 de marzo de 2008

El siguiente debate electoral¹⁰ se celebró 15 años después y fue con otro doble cara a cara entre Mariano Rajoy (PP) y José Luis Rodríguez Zapatero (PSOE), concretamente el 25 de febrero y el 3 de marzo de 2008. Ambos debates estuvieron organizados por la Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión y un total de 29 televisiones retransmitieron los dos debates. Se pactaron un total de 50 condiciones, entre las que se encontraban: los tipos de planos, la colocación, la realización, los tiempos e incluso la llegada de los dos candidatos¹¹.

El debate del 25 de febrero estuvo moderado por Manuel Campo Vidal y el del 3 de marzo por Olga Viza. En los dos cara a cara, los dos candidatos prepararon de forma minuciosa sus intervenciones, que predominantemente fueron agresivas y recurrieron de manera continua a las descalificaciones. El primero de los debates será siempre recordado por “el de la niña de Rayoy”, ya que en su última intervención el líder del PP se dirigió a una niña imaginaria, destacando lo que su partido quería para el futuro de esa niña, como garantizarle una casa y un trabajo. Las encuestas y sondeos dieron a Zapatero como vencedor de ambos debates y fue quien finalmente ganó las elecciones.

3.3.3. Elecciones 20 de noviembre de 2011

El siguiente debate electoral, el quinto cara a cara de la historia de las elecciones en España, se celebró el 7 de noviembre de 2011 entre Alfredo Pérez Rubalcaba (PSOE) y Mariano Rajoy (PP). La organización del debate, que se emitió en diferentes cadenas de televisión, corrió a cargo de la Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión y el moderador fue Manuel Campo Vidal. Fue un debate marcado por los argumentarios, careció de fluidez y contó con bastantes dardos dialécticos. Según diferentes medios de comunicación¹², el debate lo ganó Rubalcaba, aunque finalmente el vencedor de las elecciones fue Rajoy.

¹⁰ Statista: Número de espectadores de los debates electorales desarrollados durante la democracia en España desde 1993 hasta 2019. En: <https://es.statista.com/estadisticas/996005/audiencia-de-los-debates-electorales-en-espana/> (consultado el 24 de marzo de 2021).

¹¹ El País: “Cinco debates cara a cara en once elecciones generales”. J.C. Blanco, 14/12/2015. En: https://elpais.com/politica/2015/11/26/actualidad/1448533075_331524.html (consultado el 2 de junio de 2021).

¹² Ídem.

3.3.4. Elecciones 20 de diciembre de 2015

En las siguientes elecciones, las del 2015, cambia el modelo de cara a cara entre los dos partidos mayoritarios, que hasta el momento se alternaban en el poder. En este año, se rompe el bipartidismo con la irrupción de nuevos partidos políticos en nuestro país: Ciudadanos y Podemos.

El 7 de diciembre se celebró un debate con tres de los cuatro candidatos de los principales partidos políticos: Pedro Sánchez (PSOE), Albert Rivera (Ciudadanos) y Pablo Iglesias (Podemos). Soraya Sáenz de Santamaría participó en este debate en sustitución de Mariano Rajoy (PP), que rechazó la invitación. Este debate a cuatro estuvo organizado por *Atresmedia* y fue conducido por los periodistas Ana Pastor y Vicente Vallés. Esta cita contó con varias novedades: fue retransmitido por *streaming*, lo que permitió que se pudiera seguir a través de *smartphones* y *tablets*. Por otro lado, se rompía con las fórmulas bipartidistas tradicionales PSOE-PP. A diferencia de otros debates, en este las normas las pusieron los periodistas y no los candidatos. Tanto la disposición de los candidatos en el plató, como el turno de intervenciones, se realizaron por sorteo¹³. Los candidatos tuvieron que debatir sin atriles, lo que requería un gran control de la comunicación no verbal. No hubo bloques temáticos cerrados, los conductores del debate fueron dos, en lugar de uno por primera vez¹⁴. Según encuestas realizadas por diferentes medios de comunicación, como ABC, este debate a cuatro lo ganó Pablo Iglesias¹⁵.

Unos días después, el 14 de diciembre, se celebró un cara a cara entre Pedro Sánchez (PSOE) y Mariano Rajoy (PP), que fue moderado por Manuel Campo Vidal y organizado por la Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión. En esta ocasión, sentados y separados por una mesa, se trató de un debate muy bronco, principalmente en el bloque sobre corrupción, donde Sánchez llamó a Rajoy “indecente” y “mentiroso”. Ante estas acusaciones, Rajoy tachó

¹³ Fórmula TV: “7D: El debate decisivo presenta un encuentro histórico cargado de novedades”. Víctor Morales, 03/12/2015. En: <https://www.formulatv.com/noticias/51617/7d-debate-decisivo-presenta-encuentro-historico-cargado-novedades/> (consultado el 3 de junio de 2021).

¹⁴ Info Libre: “El otro debate: ¿quién ganó en imagen y lenguaje no verbal?”. Ibón Uría, 08/12/2015. En: https://www.infolibre.es/noticias/politica/2015/12/08/debate_cuatro_comunicacion_discursos_41840_1012.html (consultado el 3 de junio de 2021).

¹⁵ ABC: “¿Quién crees que ha ganado el debate a cuatro?”. En <https://www.abc.es/encuestas/index.asp?Mode=VOTE&EncuestaId=2906#> (consultado el 3 de junio de 2021).

a Sánchez de “mezquino”, “ruin” y “miserable”¹⁶. Según *El Español*, Sánchez ganó el cara a cara valorando la preparación, el control de los nervios, la claridad, la energía, la comunicación no verbal y por su intervención final¹⁷. Finalmente, Rajoy fue el candidato que obtuvo el mayor número de votos en las elecciones, pero no los suficientes para formar gobierno.

3.3.5. Elecciones 26 de junio de 2016

Solo pasaron unos meses hasta las próximas elecciones y, por lo tanto, hasta el próximo debate electoral. El 13 de junio de 2016 se celebró el único debate de estos comicios y el primero de la democracia que reunía a cuatro candidatos. En él participaron Mariano Rajoy (PP), Pedro Sánchez (PSOE), Albert Rivera (Ciudadanos) y Pablo Iglesias (Unidos Podemos).

El debate estuvo organizado por la Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión y tuvo como novedad que fue emitido y producido por *RTVE*, *Atresmedia* y *Mediaset*. Además, estos tres grandes operadores audiovisuales eligieron un moderador cada uno: Ana Blanco (*RTVE*), Vicente Vallés (*Atresmedia*) y Pedro Piqueras (*Mediaset*)¹⁸.

Al celebrarse tan solo unos meses después del de diciembre de 2015, este encuentro no generó tanta expectación en los telespectadores, ya que los candidatos y las propuestas eran las mismas que en la anterior cita electoral. Hubo pocos momentos destacables, pero sí significativos. Sánchez recriminó a Rajoy su participación en diferentes casos de corrupción del Partido Popular. Rivera pidió a Iglesias que devolviera el dinero que había recibido de Venezuela. A pesar de las diferentes acusaciones entre unos y otros, no hubo un ambiente de crispación, fue quizá más calmado que en otros debates¹⁹. Los cuatro candidatos sabían que tenían que recurrir a la moderación ante la repetición de unas elecciones, pues la ciudadanía

¹⁶ RTVE: “Del cara a cara a los debates a cuatro: las dos eras de los debates electorales en España”. J.A. Carpio, 22/04/2019. En: <https://www.rtve.es/noticias/20190422/del-cara-cara-debates-cuatro-dos-eras-debates-electorales-espana/1925240.shtml> (consultado el 3 de junio de 2021).

¹⁷ El Español: “Sánchez gana el cara a cara (7,25) y Rajoy suspende (4,1) en su único debate”. D. Basteiro y A.I. García, 15/12/15. En: https://www.elespanol.com/elecciones/elecciones-generales/20151215/86991313_0.html (consultado el 3 de junio de 2021).

¹⁸ 20 Minutos: “Ana Blanco, Pedro Piqueras y Vicente Vallés moderarán el debate a cuatro”. EFE, 02/06/2016. En: <https://www.20minutos.es/noticia/2762738/0/debate-cuatro-ana-blanco-pedro-piqueras-vicente-valles-sanchez-rajoy-iglesias-albert-rivera/> (consultado el 4 de junio de 2021).

¹⁹ PR Noticias: “#Debate 13J: nada nuevo en un encuentro largo, encorsetado y soporífero”. PR Noticias, 13/06/2016. En: <https://historico.prnoticias.com/television/actualidad-de-la-tv/20153835-debate-13j-las-claves-resumen-rajoy-sanchez-rivera-iglesias> (consultado el 4 de junio de 2021).

lo que pedía era que hubiera consenso entre los diferentes dirigentes. Sabían que una postura agresiva no les favorecería ante la opinión pública, de ahí que recurrieran a la moderación.

Según los sondeos publicados en diferentes medios de comunicación²⁰, fue Pablo Iglesias el que ganó el debate, aunque el candidato más votado en las elecciones fue Mariano Rajoy, pero nuevamente sin la mayoría suficiente para formar gobierno.

3.3.6. Elecciones 28 de abril de 2019

Las últimas elecciones generales en España se llevaron a cabo en 2019, pero este año con la particularidad de que se celebraron dos procesos: uno el 28 de abril y otro el 10 de noviembre. Esto, junto con el aumento de partidos políticos, también ha motivado que existan más debates electorales organizados por diferentes televisiones y otros medios de comunicación, aunque en este trabajo nos centraremos en el debate principal de cada campaña electoral.

Se celebraron las elecciones del 28 de abril de 2019 a raíz de la moción de censura presentada el 25 de mayo de 2018 por el PSOE. El 1 de junio de 2018 fue votada de forma favorable. Ante esta situación, Rajoy renunció a ser el líder del Partido Popular y le sustituyó Pablo Casado. Por otro lado, al no conseguir sacar adelante los presupuestos generales del 2019, Pedro Sánchez convocó las elecciones anticipadas para el 28 de abril.

En las elecciones del 28 de abril, unos días antes, el 22 de abril se celebró un debate a cuatro entre los candidatos a la presidencia del Gobierno: Pedro Sánchez (PSOE), Pablo Casado (PP), Pablo Iglesias (Unidas Podemos) y Albert Rivera (Ciudadanos). Fue el primer debate realizado por *RTVE* y estuvo moderado por el periodista Xavier Fortes.

En esencia, en este debate, Pedro Sánchez y Pablo Casado se cruzaron acusaciones por corrupción. Por otro lado, el candidato de la formación morada, Pablo Iglesias, denunció las cloacas del Estado. Además, Albert Rivera y Pablo Casado aseguraron en reiteradas ocasiones durante el debate que el Partido Socialista se volvería a aliar una vez más con el

²⁰ El País: "Iglesias ganó el debate a cuatro aunque Rivera jugó mejor sus bazas". Rafa de Miguel, 15/06/2016. En: https://elpais.com/politica/2016/06/14/actualidad/1465922796_645789.html (consultado el 4 de junio de 2021).

independentismo²¹. Aunque diferentes expertos y politólogos dieron como vencedor a Pablo Iglesias²², las elecciones las ganó Pedro Sánchez (fue el candidato más votado), pero no consiguió formar gobierno, por lo que Felipe VI disolvió las Cortes Generales y convocó nuevas elecciones para el 10 de noviembre.

3.3.7. Elecciones 10 de noviembre de 2019

En las elecciones del 10 de noviembre, también hubo diferentes debates, aunque cabe destacar el del 4 de noviembre, en el que irrumpe una nueva fuerza política con Santiago Abascal (Vox), celebrándose un debate a cinco. Los otros cuatro candidatos fueron: Pedro Sánchez (PSOE), Pablo Casado (PP), Pablo Iglesias (Unidas Podemos) y Albert Rivera (Ciudadanos).

El debate fue moderado por Ana Blanco y Vicente Vallés. Se trataba de la primera vez que cinco partidos políticos (en esta ocasión se incorporaba Vox) participaban en un debate organizado por la Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión.

Una parte importante del debate fue el momento en el que los moderadores le preguntaron a cada uno de los candidatos por cómo salir de la situación de bloqueo en la que se encontraba el país. Sin embargo, los puntos más broncos del debate se vivieron cuando se tocaron los temas de la corrupción, la exhumación de Franco y Cataluña. Fue un debate de todos contra todos, pero especialmente contra Sánchez²³. Según la encuesta publicada por *El Mundo*, Santiago Abascal fue el ganador del debate²⁴, sin embargo, Pedro Sánchez fue el candidato

²¹ 20 Minutos: “Debate en TVE. Un debate vivo pero sin ‘sangre’ que confirma dos bloques y no deja claro ganador”. María Márquez y Javier García, 23/04/2019. En: <https://www.20minutos.es/noticia/3620488/0/debate-electoral-tve-22-abril-directo-elecciones-generales-2019/> (consultado el 4 de junio de 2021).

²² El País: “Ganadores y perdedores del primer debate”. El País, 23/04/2019. En: https://elpais.com/politica/2019/04/22/actualidad/1555942966_982643.html (consultado el 4 de junio de 2021).

²³ RTVE: “Los bloques de derecha e izquierda muestran sus grietas y no dejan claro cómo desbloquear España”. María Menéndez, 05/11/2019. En: <https://www.rtve.es/noticias/20191105/candidatos-muestran-grietas-derecha-izquierda-no-dejan-claro-como-desbloquear-espana/1988140.shtml> (consultado el 4 de junio de 2021).

²⁴ Marca: “Resultado Debate Electoral 2019: Santiago Abascal, ganador en las encuestas”. Iria Grandal, 05/11/2019. En: <https://www.marca.com/tiramillas/actualidad/2019/11/04/5dc06f3a268e3ecc3b8b457d.html> (consultado el 4 de junio de 2021).

más votado en las elecciones y logró formar gobierno haciendo una coalición con Pablo Iglesias (Unidas Podemos).

4. Contextualización

Como resultado de las elecciones generales del 26 de junio de 2016, el PP gobernó en minoría gracias al apoyo de Ciudadanos y Coalición Canaria y a la abstención del PSOE de Pedro Sánchez. El caso Gürtel, sobre la financiación ilegal del PP desde su fundación, llevó al PSOE a registrar una moción de censura al gobierno del PP en el Congreso de los Diputados, que se votó el 1 de junio de 2018. Una moción de censura que resultó exitosa y que puso fin al mandato de Mariano Rajoy por 180 votos contra 169 (PP, Ciudadanos, Foro y UPN) y una abstención (Coalición Canaria)²⁵. Ante este resultado, Mariano Rajoy renunció y le sucedió como líder del PP, Pablo Casado. Meses más tarde, en febrero de 2019, al no obtener el PSOE apoyo suficiente para sacar adelante los presupuestos generales del Estado, convoca elecciones anticipadas para el 28 de abril. En la campaña electoral, se celebraron los siguientes debates electorales:

- Debate a seis del 16 de abril en *RTVE*, en el que participaron todos los partidos con grupo parlamentario. Los participantes en este debate fueron: Cayetana Álvarez de Toledo (cabeza de lista del PP por Barcelona), María Jesús Montero (número uno del PSOE por Sevilla), Irene Montero (número dos de Unidas Podemos por Madrid), Inés Arrimadas (cabeza de lista de Ciudadanos por Barcelona), Gabriel Rufián (número dos de ERC por Barcelona) y Aitor Esteban (cabeza de lista del PNV por Vizcaya)²⁶.
- Debate a siete del 20 de abril en *La Sexta*. Los participantes en este debate fueron: Felipe Sicilia (PSOE), Teodoro García Egea (PP), Toni Cantó (Ciudadanos), Alberto

²⁵ El Confidencial: “Sánchez tumba a Rajoy y llega a Moncloa con el Gobierno más débil de la democracia”. Fernando Garea, 01/06/2018. En: https://www.elconfidencial.com/espana/2018-06-01/mocion-censura-rajoy-pedro-sanchez-gobierno_1572631/ (consultado el 4 de marzo de 2021).

²⁶ RTVE: “Debate a seis en RTVE con Álvarez de Toledo, María Jesús Montero, Irene Montero, Arrimadas, Rufián y Aitor Esteban”. RTVE, 16/04/2019. En: <https://www.rtve.es/noticias/20190416/debate-seis-rtve-enfrenta-este-martes-alvarez-toledo-maria-jesus-montero-irene-montero-arrimadas-rufian-aitor-esteban/1924480.shtml> (consultado el 4 de marzo de 2021).

Garzón (Unidas Podemos), Gabriel Rufián (ERC), Laura Borràs (Junts per Catalunya) y Aitor Esteban (PNV)²⁷.

- Debate a cuatro del 22 de abril en *RTVE*²⁸, en el que participaron Pedro Sánchez (PSOE), Pablo Casado (PP), Pablo Iglesias (Unidas Podemos) y Albert Rivera (Ciudadanos)²⁹.
- Debate a cuatro del 23 de abril en *Atresmedia*, en el que participaron Pedro Sánchez (PSOE), Pablo Casado (PP), Pablo Iglesias (Unidas Podemos) y Albert Rivera (Ciudadanos)³⁰.

Al agotarse el plazo para constituir un Gobierno surgido de las elecciones del 28 de abril, el rey Felipe VI disolvió las Cortes y convocó nuevas elecciones generales. Ante un nuevo proceso electoral, también se celebraron diferentes debates:

- Debate a siete del 1 de noviembre en *RTVE*, en el que participaron los líderes parlamentarios de los siete partidos políticos con grupo propio: Adriana Lastra (PSOE), Cayetana Álvarez de Toledo (PP), Inés Arrimadas (Ciudadanos), Irene Montero (Unidas Podemos), Iván Espinosa de los Monteros (Vox), Gabriel Rufián (ERC) y Aitor Esteban (PNV)³¹.
- Debate a ocho del 2 de noviembre en *La Sexta*, en el que participaron Felipe Sicilia (PSOE), Cuca Gamarra (PP), Melisa Rodríguez (Cs), Noelia Vera (Unidas Podemos),

²⁷ La Sexta: “Debate a siete, este sábado en la Sexta Noche: Sicilia, Egea, Cantó, Garzón, Rufián, Borràs y Esteban”. La Sexta, 19/04/2019. En: https://www.lasexta.com/programas/sexta-noche/debate-a-siete-este-sabado-en-lasexta-noche-sicilia-egea-canto-garzon-rufian-nogueras-y-esteban-video_201904195cb9d4860cf2f8f105e79903.html (consultado el 4 de marzo de 2021).

²⁸ Debate a cuatro del 22 de abril de 2019 en RTVE: <https://youtu.be/1xiAaP-21-c> (consultado el 5 de marzo de 2021).

²⁹ RTVE: “Todo preparado para el debate a cuatro en RTVE”. RTVE, 22/04/2019. En: <https://www.rtve.es/noticias/20190422/todo-preparado-para-debate-cuatro-rtve/1926302.shtml> (consultado el 4 de marzo de 2021).

³⁰ Antena 3: “El Debate de Atresmedia, el próximo 23 de abril y con cuatro candidatos”. Antena 3 Noticias, 16/04/2019. En: https://www.antena3.com/noticias/elecciones/elecciones-generales/debate-atresmedia-cuatro-candidatos_201904165cb642c10cf2fb9105e1f1f6.html (consultado el 4 de marzo de 2021).

³¹ RTVE: “Primeros mítines con cruce de palabras entre Sánchez e Iglesias y debate a siete en TVE”. RTVE, 01/10/2019. En: <https://www.rtve.es/noticias/20191101/cruces-palabras-primer-dia-campana-mirada-puesta-debate-electoral-siete/1983682.shtml> (consultado el 4 de marzo de 2021).

Gabriel Rufián (ERC), Laura Borràs (JxCat), Aitor Esteban (PNV) y Ortega Smith (Vox)³².

- Debate a cinco del 4 de noviembre en *RTVE*³³, en el que participaron Pedro Sánchez (PSOE), Pablo Casado (PP), Albert Rivera (Ciudadanos), Pablo Iglesias (Unidas Podemos) y Santiago Abascal (Vox)³⁴.
- Debate a cinco del 7 de noviembre en *La Sexta*, en el que participaron María Jesús Montero (PSOE), Ana Pastor (PP), Irene Montero (Unidas Podemos), Inés Arrimadas (Ciudadanos) y Rocío Monasterio (Vox)³⁵.

Para el análisis que vamos a realizar en esta investigación, con el objeto de conocer las claves para ganar un debate televisivo, se ha elegido de cada proceso electoral el debate principal con los candidatos a la presidencia del Gobierno de España:

- Debate a cuatro del 22 de abril de 2019, organizado por *RTVE*.
- Debate a cinco del 4 de noviembre de 2019, organizado por la Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión.

4.1. Contexto político

A la hora de abordar el contexto político en el que se desarrollan los dos procesos electorales del 2019, tenemos que remontarnos unos años atrás y hablar de la corrupción, la crisis de los partidos tradicionales, la dinámica política en Cataluña, el fin del bipartidismo, la emergencia de nuevos partidos y la polarización de la política³⁶.

³² La Sexta: “El minuto final de los representantes de los ocho partidos en el debate de la Sexta Noche”. La Sexta, 03/11/2019. En: https://www.lasexta.com/programas/sexta-noche/noticias/el-minuto-final-de-los-representantes-de-los-ocho-partidos-en-el-debate-de-la-sexta-noche-video_201911035dbe30130cf282fef2fe0329.html (consultado el 4 de marzo de 2021).

³³ Debate a cinco del 4 de noviembre de 2019 en RTVE: <https://youtu.be/7SKDcB11o0o> (consultado el 5 de marzo de 2021).

³⁴ RTVE: “Ana Blanco y Vicente Vallés moderarán el único debate a cinco el próximo 4 de noviembre”. RTVE, 28/10/2019. En: <https://www.rtve.es/noticias/20191028/ana-blanco-vicente-valles-moderaran-unico-debate-cinco-proximo-4-noviembre/1986177.shtml> (consultado el 4 de marzo de 2021).

³⁵ La Sexta: “7N, el debate en la Sexta: la última oportunidad antes de las elecciones generales”. La Sexta, 08/10/2019. En: https://www.lasexta.com/noticias/nacional/debate-lasexta-ultima-oportunidad-antes-elecciones-generales_201910085d9c6fe80cf2e3f0069e8b44.html (consultado el 4 de marzo de 2021).

³⁶ NUSO.ORG: “España: ¿un nuevo ciclo político?”. Salvador Martí i Puig y Gemma Ubasart-González, marzo-abril 2020. En: <https://nuso.org/articulo/espana-un-nuevo-ciclo-politico/> (consultado el 5 de marzo de 2021).

El movimiento del 15-M de 2011, también llamado movimiento de los indignados, fue un movimiento ciudadano que reclamaba una democracia más participativa y que acabara con el bipartidismo PSOE-PP. Es en ese momento cuando podemos empezar a hablar del inicio de la crisis de los partidos tradicionales. Esa desafección cada vez mayor de la ciudadanía hacia la clase política hace que surjan nuevas formaciones políticas más extremas: Vox (2013) y Podemos (2014), dando lugar a una polarización de la política. También hay otros partidos con vocación de centro, es el caso de Ciudadanos (2006), que era de ámbito catalán y que posteriormente amplió su ámbito presentándose a las elecciones generales en 2015.

Esa crisis de los partidos tradicionales se ve agravada por los casos de corrupción y luchas internas. Cabe destacar el caso Gürtel en el PP (la sentencia de mayo de 2018 fue la que motivó la exitosa moción de censura de Pedro Sánchez) o los enfrentamientos internos por la secretaría general del PSOE en 2017. Además, desde el 2017, el “sentimiento nacional” (españolismo centrista vs. catalanismo independentista) fue uno de los temas de la agenda política y mediática. La posibilidad de un pacto con los independentistas hizo que no fueran viables las negociaciones entre PSOE y Podemos, por un lado, y entre PSOE y Ciudadanos, por otro lado. La imposibilidad de sacar adelante los Presupuestos Generales del Estado por parte del PSOE dio lugar a un adelanto de las elecciones para el 28 de abril de 2019. Elecciones que tuvieron que repetirse el 10 de noviembre de 2019 al agotarse el plazo para formar gobierno.

4.2. Estilo de campañas de cada partido político

Para empezar a diferenciar cada partido, vamos a hacer un análisis de los carteles y eslóganes electorales, elementos fundamentales de cualquier campaña política. Presentamos a continuación las imágenes gráficas tanto de la campaña del 28 de abril como de la del 10 de noviembre de 2019, para posteriormente ver qué quiere mostrar (u ocultar) cada partido a través del cartel y el eslogan electoral.



Fuente: El País³⁷



Fuente: El País³⁸

4.2.1. Campaña PSOE

Elecciones 28 de abril: “Haz que pase”. El cartel se divide en dos partes: en una, vemos a Pedro Sánchez mirando de frente al electorado, transmitiendo serenidad. Se muestra con una leve sonrisa. En la segunda parte, aparece el lema de la campaña “Haz que pase”, haciendo un llamamiento a la ciudadanía, implicándoles. Es una fórmula diferente al clásico “Vota PSOE”. En un segundo plano, aparecen las siglas “PSOE” y la frase “La España que quieres /❤️”. Con esta segunda frase, seguida del corazón, se está apelando a las emociones. Algo que también llama la atención es que no aparece el logotipo del partido. Predomina el color rojo y la escala de negro a blancos.

³⁷ El País: “Nada es por casualidad: las claves ocultas de los carteles electorales del 28-A”. Esperanza Balaguer, 27/04/2019. En: https://elpais.com/elpais/2019/04/23/icon_design/1556027354_569900.html (consultado el 5 de junio de 2021).

³⁸ El País: “Deslices y trucos: lo que esconden los carteles de la campaña del 10-N”. Esperanza Balaguer, 08/11/2019. En: https://elpais.com/elpais/2019/11/08/icon_design/1573208181_626134.html (consultado el 5 de junio de 2021).

Elecciones 10 de noviembre: “Ahora sí.”. El eslogan apela a la necesidad de formar un gobierno: “Ahora sí.”, se remarca con un punto. En esta ocasión, se opta por el color para el cartel, con la imagen de Pedro Sánchez de medio lado mirando al electorado. Esta vez no lleva chaqueta, ha elegido camisa blanca y corbata oscura. Sigue sin aparecer el logotipo del PSOE. El lema de la campaña, alineado a la izquierda (remarcando la ideología), tapa el rostro del candidato. Además, cuenta con dos sublemas: “Ahora Gobierno” y “Ahora España”, en alusión a la necesidad de formar gobierno y a que España es una prioridad. También se pide el voto volviendo a utilizar el corazón, apelando a la emotividad: “Vota PSOE/❤️”.

4.2.2. Campaña PP

Elecciones 28 de abril: “Valor seguro”. El lema hace referencia a la economía (valor) y al orden (seguro). En el cartel, vemos un fondo de una pared de ladrillo visto que pretende simbolizar la construcción de un país. Lema y cartel quieren transmitir al electorado la imagen de buenos gestores. Aparece la bandera de España como símbolo de unidad frente al independentismo y para significarse ante el resto de partidos de derecha. Sobre el muro y la bandera de España aparece otro cartel con una imagen muy sonriente de Pablo Casado que mira de frente al electorado y con el lema de “Valor seguro”.

El PP sí incluye su logotipo de partido y utiliza otros mensajes como “Contamos contigo” (implicando al electorado) y “¡Pablo Presidente!” (un mensaje desafortunado, ya que hay otro candidato que también se llama Pablo).

Elecciones 10 de noviembre: “Por todo lo que nos une.”. En esta ocasión, se opta por un primer plano oblicuo del rostro de Pablo Casado, donde destaca su sonrisa y que se ha dejado barba. El fondo del cartel son los colores de la bandera española, que aparecen difuminados, para realzar al candidato. Es el único que va vestido con traje y corbata. Además, en el cartel se pide el voto para el PP y aparece el logotipo del partido. El lema de campaña hace alusión a la unión (“Por todo lo que nos une.”), un mensaje claro frente al independentismo, algo que se remarca con el punto final del eslogan.

4.2.3. Campaña Ciudadanos

Elecciones 28 de abril: “¡Vamos!”. Es una campaña muy personalista. El cartel, donde Albert Rivera aparece en plano americano y en posición de movimiento, recuerda más a un cartel de una película de acción más que a uno electoral. El fondo, difuminado para que lo que más resalte sea el candidato, es una composición de varias banderas de España ondeando. El eslogan “¡Vamos!” es una llamada a la movilización y un mensaje también para el electorado: “no paramos, estamos continuamente trabajando y avanzando”. El rostro de Albert Rivera se muestra serio y sereno.

En la parte inferior izquierda del cartel, se encuentra el logotipo del partido y, en la parte inferior derecha, aparece su nombre con una R de gran tamaño, lo que nos indica nuevamente que se trata de un partido muy personalista.

Elecciones 10 de noviembre: “España en marcha”. Cuatro elementos se pueden distinguir en este cartel electoral. El primero la imagen principal de Albert Rivera, también en posición de movimiento, mirando al electorado de frente, y en esta ocasión con una leve sonrisa. El segundo es un grupo de hombres y mujeres, difuminados y en segundo plano, detrás de la imagen de Albert Rivera. El tercero es el logotipo de Ciudadanos, que aparece en la parte superior izquierda y en color naranja, que es el color corporativo de esta formación política. Y el cuarto es el lema “España en marcha”, que aparece en el centro del cartel, jugando con los colores de la bandera española, en alusión a la unidad de España.

4.2.4. Campaña Unidas Podemos

Elecciones 28 de abril: “La historia la escribes tú”. Lo más destacado del cartel es la ausencia de la imagen del líder, Pablo Iglesias. Hay que destacar que este partido ha sido desde su creación muy personalista, centrado en Pablo Iglesias. En esta ocasión, se pretende dar protagonismo a la gente. Se vuelve a recurrir a las emociones a través del uso de los corazones y tiene un gran protagonismo el color morado, que es el color corporativo de esta formación política.

El cartel se divide en dos partes: en la de la derecha, aparece una imagen en la que se ve a mujeres con los brazos levantados, mostrando las palmas de las manos, junto con el logotipo del partido y el lema de la campaña “la historia la escribes tú”. Un eslogan que pretende

involucrar al electorado, pero que es quizá más difuso el mensaje que se quiere transmitir. En la parte izquierda, el fondo es blanco, vuelve a parecer el logotipo y el lema de campaña. En el fondo del cartel, ocupando ambas partes, hay una gran marca de agua, que es el corazón que aparece también en el logotipo de “Unidas Podemos”.

Elecciones 10 de noviembre: “Un gobierno contigo”. Lo más significativo es que Unidas Podemos vuelve a hacer una campaña personalista destacando la imagen de su líder, Pablo Iglesias, en los carteles electorales. Iglesias, con una leve sonrisa y mirando al elector, con la camisa arremangada y con corbata, aparece en el centro del cartel caminando junto a un grupo de personas que llenan por completo el cartel: de diferentes edades, nacionalidades, etc. Lo que llama la atención de las personas que aparecen en el cartel es que todas están en actitud sonriente. El lema “Un gobierno contigo” hace alusión a la imagen: un gobierno (Pablo Iglesias en la calle) contigo (con la gente que le acompaña en el cartel). Vuelve a aparecer el logotipo de Unidas Podemos con el corazón, pero en esta ocasión debajo aparecen los logotipos de otras formaciones políticas como Izquierda Unida, con el objeto de que se identifique que esos partidos concurren a las elecciones bajo las siglas de Unidas Podemos. Llama también la atención que se incorpora al cartel el nombre de Pablo Iglesias, indicando que es “Candidato a la presidencia del Gobierno”, para que quede claro y sea muy explícito.

4.2.5. Campaña Vox

Elecciones 28 de abril: “Por España”. El cartel electoral se divide en dos partes: en el lado de la izquierda, aparece Santiago Abascal de perfil, con la cabeza levantada, mirando a la derecha, como mirando al futuro. En su rostro, se ve una leve sonrisa. Debajo de la imagen del candidato, aparece el eslogan de la campaña “Por España.”, con los colores de la bandera española (rojo y amarillo). En la parte superior izquierda, destaca “Vota Vox”. En la parte de la derecha del cartel, se conjugan dos colores como fondo: el verde (color corporativo del partido) y el blanco. En la parte superior, aparece la palabra “vota”, debajo en el centro con un mayor tamaño de letra podemos ver el logotipo de Vox con los colores de la bandera de España y justo debajo vuelve a aparecer el lema “Por España.”. Después de España ponen un punto muy visible para trasladar la idea de que “lo más importante es España y nada más (y punto)”.

Es una campaña muy coherente remarcando el logotipo del partido, haciendo un gran uso del verde (color corporativo), recurriendo a los colores de la bandera de España y utilizando formas curvilíneas que pueden evocar el ondear de una bandera.

Elecciones 10 de noviembre: “España Siempre”. Santiago Abascal vuelve a repetir la misma fotografía de la campaña del 28 de abril, sin chaqueta y sin corbata. Es una campaña personalista, donde destaca la imagen de perfil del líder con la cabeza alta, mirando hacia el horizonte. En la parte inferior derecha, aparece el logotipo del partido. El lema de la campaña se puede ver en la parte superior, acompañado de una pequeña bandera de España. El candidato se muestra en color sobre un fondo verde oscuro difuso, que resulta ser un grupo multitudinario de personas con banderas de España, que está muy difuminado y al que se le ha puesto un filtro verde. Las alusiones a España y a la bandera española siempre presentes.

4.3. Trayectoria de los participantes en los debates electorales

A continuación, vamos a esbozar una breve trayectoria de los participantes en los debates electorales del 22 de abril y del 4 de noviembre de 2019 (en este se incorporó Santiago Abascal, candidato de Vox)³⁹.

4.3.1. Pedro Sánchez Pérez-Castejón (PSOE)

- **Lugar y año de nacimiento:** Madrid, 1972.
- **Formación académica:** Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales y doctor en Economía y Empresa.
- **Años en política:** Concejal entre 2004 y 2008; y diputado de 2009 hasta 2016. Secretario general del PSOE desde 2014, con interrupción entre 2016-2017; presidente del Gobierno desde 2018.

³⁹ RTVE: “Especial 10N: Elecciones Generales: Candidatos”. Rocío Gil Grande y José Á. Carpio, 31/10/2019. En: <https://www.rtve.es/noticias/elecciones/generales/candidatos-congreso/> (consultado el 13 de mayo de 2021).

4.3.2. Pablo Casado Blanco (PP)

- **Lugar y año de nacimiento:** Palencia, 1981.
- **Formación académica:** Licenciado en Derecho, Administración y Dirección de Empresas.
- **Años en política:** En el PP desde 2003, ejerciendo cargos públicos desde 2007, preside el PP desde julio de 2008.

4.3.3. Albert Rivera Díaz (Ciudadanos)

- **Lugar y año de nacimiento:** Barcelona, 1979.
- **Formación académica:** Licenciado y máster en Derecho.
- **Años en política:** Preside Ciudadanos desde 2005, ejerce cargos públicos desde 2006 hasta 2019, cuando dimite tras los resultados de las elecciones del 10 de noviembre.

4.3.4. Pablo Iglesias Turrión (Unidas Podemos)

- **Lugar y año de nacimiento:** Madrid, 1978.
- **Formación académica:** Doctor en Derecho, Ciencias Políticas y de la Administración. Máster en Humanidades y Comunicación.
- **Años en política:** Secretario general de Podemos desde 2014, diputado desde 2015 y vicepresidente del Gobierno de España tras la coalición de gobierno con el PSOE después de las elecciones del 10 de noviembre de 2019.

4.3.5. Santiago Abascal Conde (Vox)

- **Lugar y año de nacimiento:** Bilbao, 1976.
- **Formación académica:** Licenciado en Sociología.
- **Años en política:** En el PP entre 1994 y 2013: fue concejal de Llodio (1999-2007), miembro de las Juntas Generales de Álava (2003-2004) y del Parlamento Vasco (2004-2009). Preside Vox desde 2014.

5. Metodología

Con el fin de verificar la hipótesis principal y las secundarias planteadas para este trabajo, y de acuerdo con los objetivos establecidos para el mismo, la investigación va a consistir en analizar dos debates electorales: uno previo a las elecciones del 28 de abril de 2019 (“debate a cuatro” del 22 de abril) y otro previo a las elecciones del 10 de noviembre de 2019 (“debate a cinco” del 4 de noviembre). En estos debates, participaron Pedro Sánchez (PSOE), Pablo Casado (PP), Pablo Iglesias (Unidas Podemos), Albert Rivera (Ciudadanos) y Santiago Abascal (Vox), este último solo en el del 10 de noviembre. Concretamente, se va a realizar un análisis de la comunicación verbal y no verbal de los cinco candidatos a través del estudio de diferentes variables.

5.1. Muestra

Los debates que han sido objeto de análisis son:

- Debate a cuatro del 22 de abril en *RTVE*⁴⁰, en el que participaron Pedro Sánchez (PSOE), Pablo Casado (PP), Pablo Iglesias (Unidas Podemos) y Albert Rivera (Ciudadanos)⁴¹. Fue el primer debate realizado por *RTVE*, estuvo moderado por el periodista Xavier Fortes y tuvo una duración de alrededor de 100 minutos.
- Debate a cinco del 4 de noviembre en *RTVE*⁴², en el que participaron Pedro Sánchez (PSOE), Pablo Casado (PP), Albert Rivera (Ciudadanos), Pablo Iglesias (Unidas Podemos) y Santiago Abascal (Vox)⁴³. Fue moderado por Ana Blanco y Vicente Vallés y tuvo una duración de alrededor de 150 minutos. Se trataba de la primera vez que cinco partidos políticos (en esta ocasión se incorporaba Vox)

⁴⁰ Debate a cuatro del 22 de abril de 2019 en RTVE: <https://youtu.be/1xiAaP-21-c> (consultado el 5 de marzo de 2021).

⁴¹ RTVE: “Todo preparado para el debate a cuatro en RTVE”. RTVE, 22/04/2019. En: <https://www.rtve.es/noticias/20190422/todo-preparado-para-debate-cuatro-rtve/1926302.shtml> (consultado el 4 de marzo de 2021).

⁴² Debate a cinco del 4 de noviembre de 2019 en RTVE: <https://youtu.be/7SKDcB11o0o> (consultado el 5 de marzo de 2021).

⁴³ RTVE: “Ana Blanco y Vicente Vallés moderarán el único debate a cinco el próximo 4 de noviembre”. RTVE, 28/10/2019. En: <https://www.rtve.es/noticias/20191028/ana-blanco-vicente-valles-moderaran-unico-debate-cinco-proximo-4-noviembre/1986177.shtml> (consultado el 4 de marzo de 2021).

participaban en un debate organizado por la Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión.

Para analizar estos dos debates, se han confeccionado dos fichas de medición con diferentes variables que hacen referencia a varios aspectos relacionados con la comunicación verbal y no verbal para cada uno de los debates. A continuación, se explica cada una de ellas.

Tabla 1. “Comunicación verbal del debate del 22 de abril de 2019”.

COMUNICACIÓN VERBAL DEL DEBATE DEL 22 ABRIL DE 2019					
		CANDIDATOS			
Variables	Indicadores	Pedro Sánchez (PSOE)	Pablo Casado (PP)	Pablo Iglesias (UP)	Albert Rivera (Cs)
Mensajes	Positivos				
	Negativos				
	Neutros				
Temática	Cohesión de España				
	Política económica				
	Políticas sociales e igualdad				
	Calidad democrática				
Apelaciones	A la emoción				
	A la razón				
Menciones a los otros candidatos	Pedro Sánchez				
	Pablo Casado				
	Pablo Iglesias				
	Albert Rivera				
Formas de tratamiento	Tú				
	Usted				

Elaboración propia, 2021

Para estudiar la comunicación verbal de los cuatro candidatos participantes en el debate del 22 de abril (Pedro Sánchez, Pablo Casado, Pablo Iglesias y Albert Rivera), se han establecido cinco variables con sus correspondientes indicadores, que pasamos a explicar a continuación:

- **Mensajes:** positivos, negativos y neutros. Hemos establecido como mensajes positivos aquellos en los que los candidatos trasladan cuáles han sido sus logros en política y las propuestas que plantean para mejorar el país, si los ciudadanos depositan en ellos su confianza para gobernar. En cambio, hemos fijado como mensajes negativos aquellos que cada candidato utiliza para criticar la gestión o las políticas de otros. Además, hemos establecido una categoría intermedia, mensajes neutros, que se corresponden con aquellos mensajes que no entrarían ni en la categoría de mensajes positivos ni en la categoría de mensajes negativos.
- **Temática:** cohesión de España, política económica, políticas sociales e igualdad y calidad democrática. En el debate, se abordan estos cuatro bloques temáticos que

están pactados con anterioridad con los candidatos y que están precedidos por un minuto inicial y otro final (minuto de oro).

- **Apelaciones:** a la razón y a la emoción. Las apelaciones a la razón son aquellas en las que los candidatos se apoyan en la argumentación de hechos o propuestas concretas, bien sean negativas, positivas o neutras, con el objetivo de convencer a los destinatarios. En cambio, las apelaciones a las emociones es un recurso que se utiliza en política para convencer a los destinatarios, pero principalmente lo que se persigue es persuadirles y moverles a la acción: votar por un candidato concreto. Esas apelaciones a las emociones pueden ser diferentes: al miedo, a la ira, al entusiasmo, etc. Tantas como emociones existen.
- **Si menciona a otro candidato** (Pedro Sánchez, Pablo Casado, Pablo Iglesias y Albert Rivera).
- **Formas de tratamiento:** se trata de identificar si los candidatos utilizan formas de tratamiento más informales (tú) o más formales (usted) e identificar con quién las utilizan y con qué intencionalidad.

Tabla 2. “Comunicación no verbal del debate del 22 de abril de 2019”.

COMUNICACIÓN NO VERBAL DEL DEBATE DEL 22 DE ABRIL DE 2019					
		CANDIDATOS			
Variables	Indicadores	Pedro Sánchez (PSOE)	Pablo Casado (PP)	Pablo Iglesias (UP)	Albert Rivera (Cs)
Imagen personal	Formal: Traje con corbata				
	Formal: Traje sin corbata				
	Informal: Sin chaqueta con corbata				
	Informal: Sin corbata ni chaqueta				
Postura	Erguido				
	Inclinado hacia delante				
	Inclinado hacia detrás				
Ritmo corporal	Agresivos				
	Nerviosos				
	Tranquilos				
	Seguros				
Sonrisas	Naturales				
	Forzadas				
	Neutral				
	Sorpresa				
	Enfado				
Movimientos de manos	Hacia arriba				
	Hacia abajo				
	Manos unidas				
	Numeración				
	Remarcación				
	No se muestran				

Elaboración propia, 2021

En segundo lugar, para estudiar la comunicación no verbal de los cuatro candidatos participantes en el debate electoral del 22 de abril de 2019, antes mencionados, se han establecido un total de seis variables con sus correspondientes indicadores:

- **Imagen personal:** aquí analizamos la vestimenta de los candidatos en función de si es formal e informal. Hemos establecido dos categorías para vestimenta formal y otras dos categorías para vestimenta informal.
 - ✓ *Formal:* con traje con corbata.
 - ✓ *Formal:* con traje sin corbata.
 - ✓ *Informal:* sin chaqueta con corbata.
 - ✓ *Informal:* sin corbata ni chaqueta.
- **Postura:** que puede ser erguido, inclinado hacia adelante e inclinado hacia detrás.
- **Ritmo corporal:** que hemos clasificado en movimientos agresivos, nerviosos, tranquilos y/o seguros.
- **Sonrisas:** que pueden ser naturales o forzadas.
- **Emociones rostro:** que hemos clasificado en neutral, sorpresa y enfado. Cabe mencionar que en un principio estaban incluidas las emociones de alegría y tristeza, pero tras el análisis del debate y ver que no se veían reflejadas estas emociones en ninguno de los candidatos, decidimos eliminarlas del análisis, ya que no iban a aportar ninguna información relevante a este estudio.
- **Movimientos de manos:** que pueden ser hacia arriba, hacia abajo, manos unidas, numeración, remarcación y no enfoca cámara.

Para analizar la comunicación verbal y no verbal del debate del 4 de noviembre de 2019, se utilizarán las dos mismas tablas que para el debate del 22 de abril, pero introduciendo dos elementos nuevos. En ambas tablas se incluye un nuevo actor, el candidato de Vox, Santiago Abascal. El otro elemento a tener en cuenta es que en la tabla relacionada con la comunicación verbal del debate del 4 de noviembre de 2019, en la variable “temática” se añade un nuevo indicador “política internacional”, ya que en este debate, además de los cuatro bloques temáticos mencionados en el debate del 22 de abril, se añade un quinto bloque que ha sido consensuado con los candidatos. En este caso, también, los cinco bloques temáticos están precedidos por un minuto inicial y otro final (minuto de oro).

Tabla 3. “Comunicación verbal del debate del 4 de noviembre de 2019”.

COMUNICACIÓN VERBAL DEL DEBATE DEL 4 DE NOVIEMBRE DE 2019						
		CANDIDATOS				
Variables	Indicadores	Pedro Sánchez (PSOE)	Pablo Casado (PP)	Pablo Iglesias (UP)	Albert Rivera (Cs)	Santiago Abascal (VOX)
Mensajes	Positivos					
	Negativos					
	Neutros					
Temática	Cohesión de España					
	Política económica					
	Políticas sociales e igualdad					
	Calidad democrática					
Apelaciones	Política internacional					
	A la emoción					
Menciones a los otros candidatos	A la razón					
	Pedro Sánchez					
	Pablo Casado					
	Pablo Iglesias					
	Albert Rivera					
Formas de tratamiento	Santiago Abascal					
	Tú					
	Usted					

Elaboración propia, 2021

Tabla 4. “Comunicación no verbal del debate del 4 de noviembre de 2019”.

COMUNICACIÓN NO VERBAL DEL DEBATE DEL 4 DE NOVIEMBRE DE 2019						
		CANDIDATOS				
Variables	Indicadores	Pedro Sánchez (PSOE)	Pablo Casado (PP)	Pablo Iglesias (UP)	Albert Rivera (Cs)	Santiago Abascal (VOX)
Imagen personal	Formal: Traje con corbata					
	Formal: Traje sin corbata					
	Informal: Sin chaqueta con corbata					
	Informal: Sin corbata ni chaqueta					
Postura	Erguido					
	Inclinado hacia delante					
	Inclinado hacia detrás					
Ritmo corporal	Agresivos					
	Nerviosos					
	Tranquilos					
	Seguros					
Sonrisas	Naturales					
	Forzadas					
Emociones rostro	Neutral					
	Sorpresa					
	Enfado					
Movimientos de manos	Hacia arriba					
	Hacia abajo					
	Manos unidas					
	Numeración					
	Remarcación					
	No se muestran					

Elaboración propia, 2021

Esta medición permitirá dilucidar qué estrategias utilizó cada político, para determinar quién fue más hábil en los debates y quién supo sacar más rédito a la comunicación verbal y a la no verbal, que son los principales objetivos de este estudio, para, de esta forma, poder establecer unas claves para ganar un debate televisivo.

5.2. Fuentes

Para realizar este trabajo, se han utilizado fuentes directas e indirectas. Las fuentes directas son los dos debates electorales y las fuentes indirectas son los libros, trabajos académicos, artículos periodísticos y páginas webs seleccionados, que abordan diferentes aspectos relacionados, principalmente, con la comunicación verbal y no verbal, la influencia de la televisión en la comunicación política y los debates televisivos en las elecciones generales españolas.

El objeto del estudio de estos conceptos ha sido obtener una base teórica que reforzara el conocimiento previo de cada uno de los aspectos planteados, con el fin de abordar el análisis posterior con un conocimiento específico de cada uno de los temas a tratar.

5.3. Métodos

Una vez realizado el estudio bibliográfico, que forma el corpus teórico de este estudio, y seleccionado los debates a analizar, el siguiente paso es realizar el análisis de contenido de los debates electorales del 22 de abril y del 4 de noviembre de 2019. Se han seleccionado exactamente estos dos y no otros por ser los debates principales con los candidatos a la presidencia del Gobierno de España. Ambos debates fueron los de mayor notoriedad en cada uno de los dos periodos electorales y, por lo tanto, los que más influyeron en los medios de comunicación y en la opinión pública, además son los que dan cabida a los candidatos a la Presidencia del Gobierno, que cuentan con una mayor representatividad y, por tanto, con mayores opciones de formar gobierno.

El método elegido es el análisis de contenido para, a través de la observación de los debates seleccionados, poder establecer cuáles son las claves para ganar un debate electoral mediante el estudio de las diferentes variables seleccionadas, en relación a la comunicación y la comunicación no verbal. De esta forma, todos los conceptos claves enmarcados en el corpus teórico, tendrán una referencia práctica.

Cabe destacar que el análisis de contenido es una herramienta muy útil para conocer de forma exhaustiva la información que existe en una fuente documental. Consiste en una descripción sistemática y objetiva del contenido que se encuentra en un mensaje. En nuestro caso, el

objetivo es identificar varios aspectos relacionados con la comunicación verbal y no verbal a través del análisis de contenido de los dos debates seleccionados, con la finalidad de identificar claves para ganar un debate electoral. José Luis Piñuel (2002:2) define de forma muy precisa el análisis de contenido, que reproducimos a continuación:

“Se suele llamar *análisis de contenido* al conjunto de procedimientos interpretativos de *productos comunicativos* (mensajes, textos o discursos) que proceden de procesos singulares de comunicación previamente registrados, y que, basados en técnicas de medida, a veces *cuantitativas* (estadísticas basadas en el recuento de unidades), a veces *cualitativas* (lógicas basadas en la combinación de categorías) tienen por objeto elaborar y procesar datos relevantes sobre las condiciones mismas en que se han producido aquellos textos, o sobre las condiciones que puedan darse para su empleo posterior”.

En este trabajo, hemos analizado los discursos y mensajes de los diferentes candidatos que participaron en los debates del 22 de abril y el 4 de noviembre de 2019 (comunicación verbal), pero también hemos analizado, mediante la observación de las grabaciones de los dos debates, la imagen personal, la postura, el ritmo corporal, las sonrisas, las emociones del rostro y los movimientos de las manos (comunicación no verbal) de los diferentes candidatos. Su análisis nos llevará a unas conclusiones para determinar cuáles son las claves para ganar un debate electoral. En este sentido, Igartua y Humanes (2004:8) señalan que gracias al análisis de contenido podemos “diseccionar cualquier producto de la comunicación de masas, para conocerlo por dentro, para saber cómo está hecho, para inferir su funcionamiento y predecir su mecanismo de influencia”. En nuestro caso, diseccionamos el contenido de los dos debates para llegar a unas conclusiones que nos ayudarán a establecer unas claves para ganar un debate electoral. Podemos resumir en qué consiste el análisis de contenido con la siguiente frase de Igartua y Humanes (2004:8): se trata de “romper el juguete para saber cómo funciona”.

6. Resultados

Presentamos, en este apartado, los resultados del análisis de contenido realizado. En una primera parte, nos centramos en el debate del 22 de abril de 2019, donde se estudian cada una de las variables establecidas para la comunicación verbal y para la no verbal. En una segunda parte, procedemos de la misma forma, pero con el debate del 4 de noviembre de 2019. Cabe destacar que, dentro del análisis de cada variable, se hace además una comparativa entre los diferentes candidatos que participan en cada uno de los debates electorales seleccionados.

6.1. Debate 22 de abril de 2019

En este debate electoral, previo a las elecciones del 28 de abril, participaron cuatro candidatos: Pedro Sánchez (PSOE), Pablo Casado (PP), Albert Rivera (Ciudadanos) y Pablo Iglesias (Unidas Podemos). A continuación, analizamos un total de 11 variables (cinco sobre la comunicación verbal y otras seis sobre la comunicación no verbal) presentes en este debate.



Fuente: Cadena Ser⁴⁴

⁴⁴ Cadena Ser: “El minuto de oro de los candidatos: del ‘silencio’ de Rivera al “si no lo hacemos, no nos voten nunca más” de Iglesias”. Cadena Ser, 23/04/2019. En: https://cadenaser.com/ser/2019/04/23/politica/1555971906_121085.html (consultado el 5 de julio de 2021).

6.1.1. Comunicación verbal

En este apartado, vamos a analizar cinco variables (mensajes, temática, apelaciones, menciones a los otros candidatos y formas de tratamiento), que compararemos en cada uno de los cuatro candidatos que participaron en el debate electoral del 22 de abril de 2019.

6.1.1.1. Mensajes

A la hora de analizar los mensajes que trasladaron a la opinión pública los cuatro candidatos hemos establecido tres categorías para la variable mensajes: positivos (Casado: "Nosotros creamos 6 millones y medio de puestos de trabajo haciendo reformas fiscales"), negativos (Sánchez: "La moción de censura fue por la corrupción del PP") y neutros (Iglesias: "Parece que hay cinco fuerzas políticas de ámbito estatal y que las cinco van a tener un resultado muy importante").

- Pedro Sánchez (PSOE): predominan los mensajes positivos para hablar de su gestión y sus propuestas y los mensajes negativos para evidenciar asuntos negativos que atañen a sus contrincantes, principalmente a los de la derecha: Casado y Rivera. Cabe destacar que dedicó más tiempo a los mensajes positivos (plantear sus propuestas), que a los negativos (contestar a sus oponentes políticos). El total de mensajes en el debate fue de 124:
 - ✓ Mensajes positivos: 74
 - ✓ Mensajes negativos: 41
 - ✓ Mensajes neutros: 9
- Pablo Casado (PP): en este caso, están algo más equilibrados los mensajes positivos con los negativos. Mayoritariamente, Casado, en sus intervenciones, critica la gestión de Sánchez (mensajes negativos) y destaca la gestión del PP y sus propuestas para mejorar el país (mensajes positivos). El total de mensajes en el debate fue de 115:
 - ✓ Mensajes positivos: 50
 - ✓ Mensajes negativos: 61
 - ✓ Mensajes neutros: 4
- Albert Rivera (Ciudadanos): predominan claramente los mensajes negativos, ya que centra una parte importante del debate a criticar principalmente la gestión del PSOE.

En cambio, los mensajes positivos son para destacar las propuestas de Ciudadanos. El total de mensajes en el debate fue de 107:

- ✓ Mensajes positivos: 38
 - ✓ Mensajes negativos: 68
 - ✓ Mensajes neutros: 1
- Pablo Iglesias (Unidas Podemos): en este caso, no entra tanto en la crítica a otros partidos, pero sí destaca aspectos negativos de las políticas de cada uno de los candidatos cuando le han interpelado a él. En los mensajes positivos, aborda sus propuestas y lo que necesita España. Hace muchas referencias a la Constitución e incluso lee algunos de sus artículos. El total de mensajes en el debate fue de 81:
- ✓ Mensajes positivos: 28
 - ✓ Mensajes negativos: 44
 - ✓ Mensajes neutros: 9

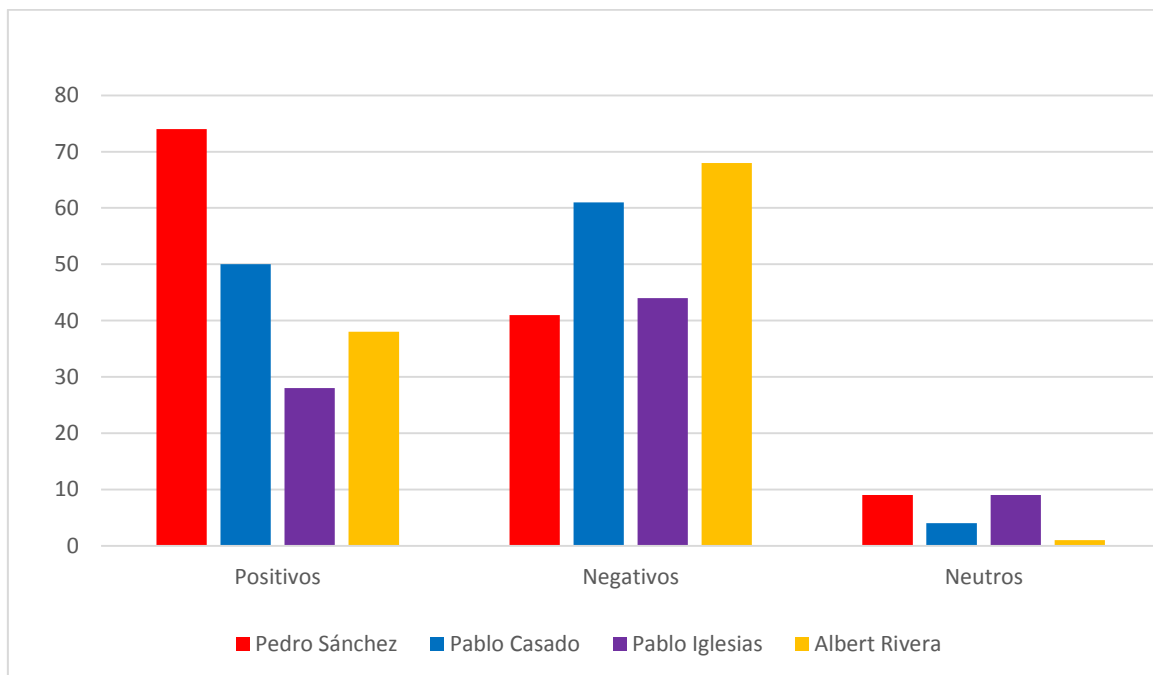


Figura 4. "Tipos de mensajes". (Elaboración propia)

Como se puede observar en la figura anterior, el candidato que más mensajes positivos emitió en el debate (para hablar de la gestión y propuestas de cada uno) fue el candidato socialista (74 mensajes) y el que menos el candidato de la formación morada (28). Por otro lado, el

candidato de Ciudadanos fue el que más recurrió a los negativos (criticar a los oponentes, principalmente a Sánchez que es quien está en el gobierno) con un total de 68 mensajes y el que menos el candidato socialista con un total de 41. En lo que se refiere a los mensajes neutros, cabe destacar que fueron mínimos. Fue el candidato de Unidas Podemos (9 veces) el que más los utilizó y el que menos Albert Rivera (1). En los mensajes neutros, hay más diferencia entre los partidos de izquierdas (recurren más a ellos) que los de la derecha. Finalmente, apuntamos que los dos candidatos con mayores opciones de gobierno (PSOE y PP) fueron los que más aprovecharon sus intervenciones para mandar más mensajes al electorado.

6.1.1.2. Temática

En cuanto a la temática, en este debate, cabe destacar cuatro bloques: cohesión de España (Rivera: “Me comprometo a recuperar la convivencia y la libertad en Cataluña y en toda España”), política económica (Casado: “Me comprometo a crear dos millones de empleo en la legislatura”), política social (Sánchez: “En estos 10 meses si he demostrado un compromiso es luchar contra la pobreza infantil” y calidad democrática (Iglesias: “Te he preguntado, Pedro, dos veces si vas a pactar con Ciudadanos, y el silencio es muy elocuente y es libre. Hay muchos electores de izquierdas que toman nota de este silencio porque tienen memoria”). A continuación, vemos en qué se centra más cada candidato durante el debate, teniendo en cuenta que en una misma intervención se puede aludir a diferentes temáticas:

- Pedro Sánchez (PSOE): en sus intervenciones, da prioridad a las políticas sociales e igualdad y a la calidad democrática, ya que son los principales mensajes que quiere trasladar a la ciudadanía: justicia social y regeneración de la política.
 - ✓ Cohesión de España: 20
 - ✓ Política económica: 20
 - ✓ Políticas sociales e igualdad: 40
 - ✓ Calidad democrática: 44
- Pablo Casado (PP): prioriza, en sus intervenciones, la política económica, seguida de la cohesión de España. Los programas electorales del Partido Popular han estado siempre centrados en las propuestas económicas y, en esta ocasión, también dan prioridad a la

cuestión de Cataluña sobre el independentismo. Cuando se refiere a las políticas sociales, en muchas ocasiones, las relaciona con la economía.

- ✓ Cohesión de España: 29
 - ✓ Política económica: 38
 - ✓ Políticas sociales e igualdad: 24
 - ✓ Calidad democrática: 24
- Albert Rivera (Ciudadanos): en sus intervenciones, da prioridad a la cuestión de Cataluña sobre la independencia. Cabe destacar que Ciudadanos es un partido que nace en Cataluña y que se posiciona desde el principio como anti-independentista. En segundo lugar, prioriza la política económica (como partido de derechas) y la calidad democrática (se presenta como alternativa a los partidos tradicionales que se han visto envueltos en casos de corrupción política).
- ✓ Cohesión de España: 33
 - ✓ Política económica: 29
 - ✓ Políticas sociales e igualdad: 24
 - ✓ Calidad democrática: 29
- Pablo Iglesias (Unidas Podemos): prioriza, en sus intervenciones, las políticas sociales e igualdad (temas prioritarios para los partidos de izquierdas) y en segundo lugar da importancia a los temas de calidad democrática (regeneración de la política y pactos). Unidas Podemos se presenta como la alternativa al PSOE y además brinda a Sánchez su apoyo para hacer un pacto y que gobierne la izquierda.
- ✓ Cohesión de España: 7
 - ✓ Política económica: 20
 - ✓ Políticas sociales e igualdad: 31
 - ✓ Calidad democrática: 23

Como se puede ver en la siguiente figura, Pedro Sánchez lidera los debates de Políticas Sociales (40 menciones) y de Calidad Democrática (44); Pablo Casado el debate de Política Económica (38) y Albert Rivera el de Cohesión de España (33).

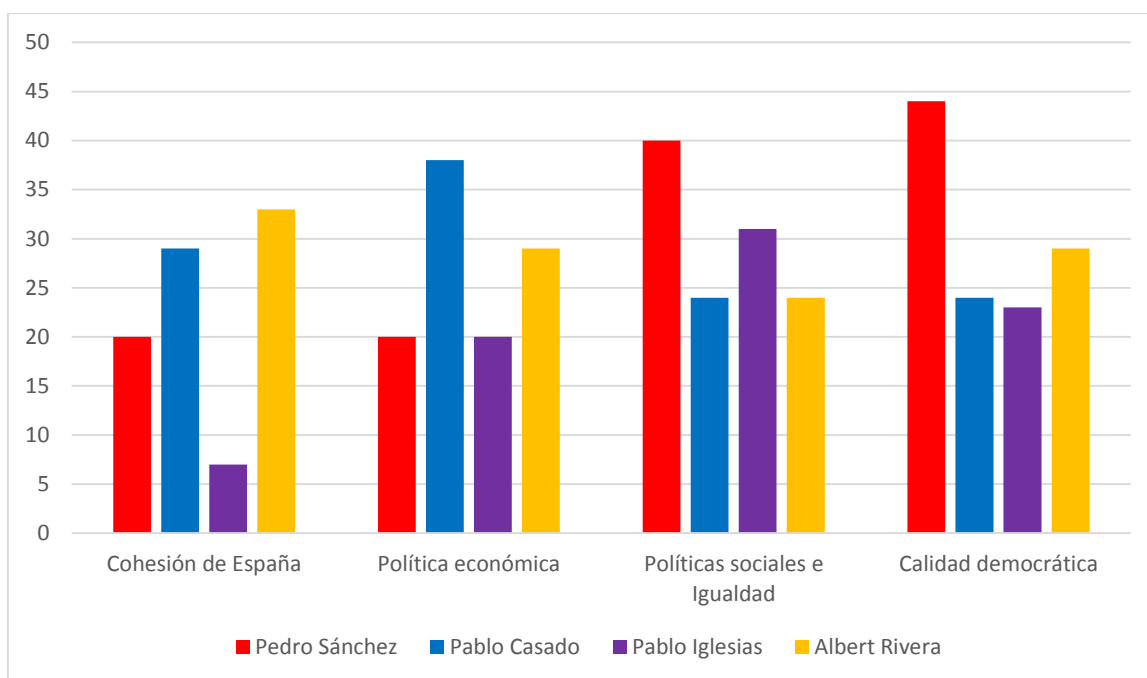


Figura 5. “Bloques temáticos”. (Elaboración propia)

6.1.1.3. Apelaciones

Para analizar la comunicación verbal de los cuatro candidatos que participaron en este debate, se va a hacer una clasificación a las alusiones que realizan en sus intervenciones: a la emoción (Rivera: “Se me saltaron las lágrimas de ver que en mi país daban un golpe de Estado”) o a la razón (Iglesias: “Algunos solo se acuerdan de la Constitución para hablar del 155”).

- Pedro Sánchez (PSOE): apela más a los datos (a las propuestas) que a las emociones.
 - ✓ A la emoción: 54
 - ✓ A la razón: 70
- Pablo Casado (PP): busca el equilibrio entre los mensajes que apelan a la emoción y los que apelan a la razón.
 - ✓ A la emoción: 57
 - ✓ A la razón: 58
- Albert Rivera (Ciudadanos): apela más a las emociones (busca conectar con el electorado) que a los datos.
 - ✓ A la emoción: 67
 - ✓ A la razón: 40

- Pablo Iglesias (Unidas Podemos): busca el equilibrio entre los mensajes que apelan a la emoción y los que apelan a la razón.
 - ✓ A la emoción: 41
 - ✓ A la razón: 40

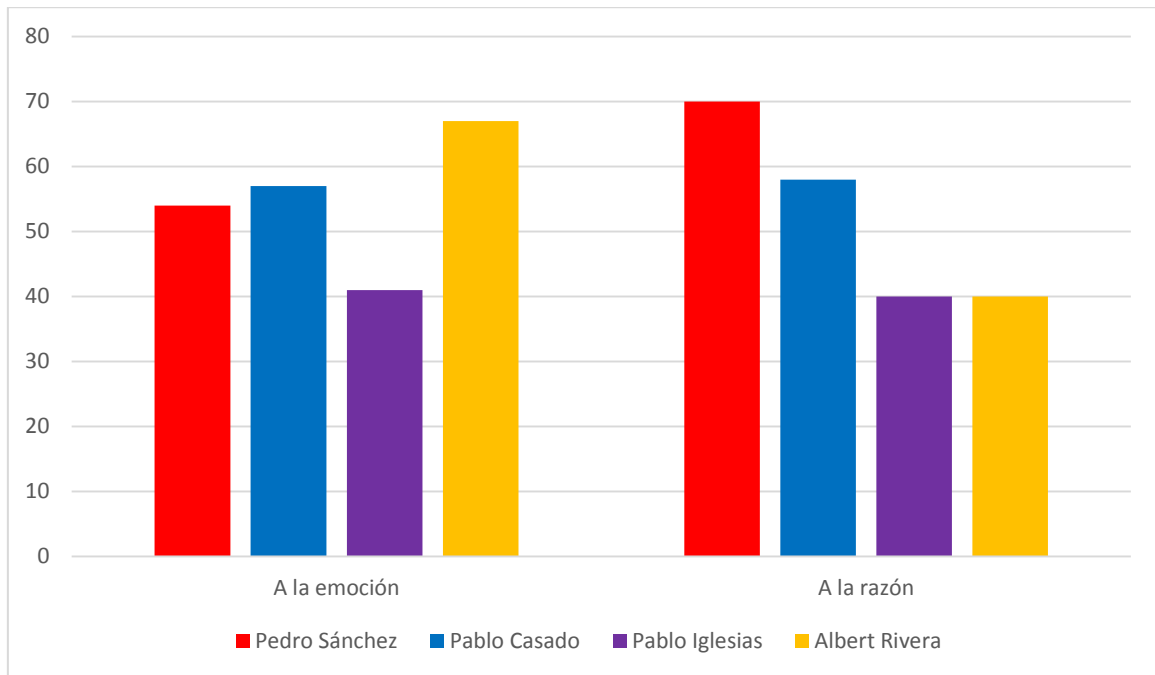


Figura 6. "Apelaciones en los mensajes a la emoción y a la razón". (Elaboración propia)

6.1.1.4. Menciones a los otros candidatos

En este apartado, recogemos el número de menciones de forma directa que hace cada candidato al resto de compañeros de debate.

En el caso de Pedro Sánchez, mayoritariamente se refiere a Pablo Casado (24 veces lo nombra), en segundo, lugar apela a Albert Rivera (17) y, en último lugar, estaría Pablo Iglesias (4). Sánchez se refiere principalmente a Casado por dos motivos: por un lado, es el contrincante político que más opciones tiene de gobernar y, además, Casado también hace muchas alusiones a Sánchez.

Al estudiar las menciones a otros candidatos por parte de Pablo Casado, observamos que, en primer lugar, se refiere a Pedro Sánchez (54), en segundo lugar, a Albert Rivera (6) y en tercer

lugar, a Pablo Iglesias (2). El objetivo de Casado es intentar restar credibilidad a Sánchez, que es quien gobernaba en esos momentos.

En el caso de Pablo Iglesias, las alusiones directas a otros candidatos presentes en el debate son menores que en el resto. A Sánchez lo nombra un total de 17 veces, a Albert Rivera 9 y a Pablo Casado 2 veces. Iglesias se centra más en propuestas o en hablar de lo que no se ha hecho, que en mencionar a otros líderes políticos, pero se refiere mayoritariamente al candidato que en ese momento gobierna (Pedro Sánchez) y con el que intenta poder llegar a un gobierno de coalición.

Por último, Albert Rivera es el candidato que más menciones hace al resto de participantes en el debate. En primer lugar, menciona a Pedro Sánchez (59), en segundo lugar, a Pablo Casado (19) y, en tercer lugar, a Pablo Iglesias (15). Nuevamente, la atención de Rivera se centra en Sánchez, ya que es el que en ese momento gobierna y, en segundo lugar, se centra en el líder del PP como fuerza política más alineada ideológicamente con Ciudadanos y con quien pudiera llegar a acuerdos.

Tabla 5. “Menciones a otros candidatos en el debate del 22 de abril de 2019”.

MENCIONES A OTROS CANDIDATOS EN EL DEBATE DEL 22 ABRIL DE 2019				
	CANDIDATOS			
Menciones a:	Pedro Sánchez (PSOE)	Pablo Casado (PP)	Pablo Iglesias (UP)	Albert Rivera (Cs)
Pedro Sánchez		54	17	59
Pablo Casado	24		2	19
Pablo Iglesias	4	2		15
Albert Rivera	17	6	9	

Elaboración propia, 2021

Como podemos observar en la tabla anterior, los candidatos que están en la oposición, en el momento de la celebración del debate, se refieren más al candidato que es el presidente del Gobierno en funciones y este se refiere al candidato que representa la segunda fuerza política en el país: Pablo Casado. En las alusiones a Sánchez, son los dos candidatos de derechas (PP y Ciudadanos) los que hacen mayoritariamente alusiones al candidato socialista.

6.1.1.5. Formas de tratamiento

En cuanto a las formas de tratamiento, hemos podido comprobar cómo los cuatro candidatos hacen uso del “usted” en todo momento y no utilizan el “tú”. Se centran en un lenguaje más formal que informal para dirigirse entre ellos, hacia los telespectadores y el moderador del debate. El uso del “usted” se asocia a valores como la seriedad, la formalidad, el respeto o la educación, entre otros. Valores que los candidatos, sin lugar a dudas, quieren transmitir al electorado.

Antes de pasar al siguiente apartado, relacionado con la comunicación no verbal del debate del 22 de abril de 2019, presentamos, a continuación, los resultados obtenidos del análisis de contenido en este apartado:

Tabla 6. “Resultados Análisis Comunicación verbal del debate del 22 de abril de 2019”.

COMUNICACIÓN VERBAL DEL DEBATE DEL 22 ABRIL DE 2019					
		CANDIDATOS			
Variables	Indicadores	Pedro Sánchez (PSOE)	Pablo Casado (PP)	Pablo Iglesias (UP)	Albert Rivera (Cs)
Mensajes	Positivos	74	50	28	38
	Negativos	41	61	44	68
	Neutros	9	4	9	1
Temática	Cohesión de España	20	29	7	33
	Política económica	20	38	20	29
	Políticas sociales e igualdad	40	24	31	24
	Calidad democrática	44	24	23	29
Apelaciones	A la emoción	54	57	41	67
	A la razón	70	58	40	40
Menciones a los otros candidatos	Pedro Sánchez		54	17	59
	Pablo Casado	24		2	19
	Pablo Iglesias	4	2		15
	Albert Rivera	17	6	9	
Formas de tratamiento	Tú				
	Usted	x	x	x	x

Elaboración propia, 2021

6.1.2. Comunicación no verbal

Al igual que en el apartado anterior, nos vamos a centrar en seis variables (imagen personal, postura, ritmo corporal, sonrisas, emociones del rostro y movimientos de manos), que compararemos en cada uno de los cuatro candidatos que participaron en el debate electoral del 22 de abril de 2019.

6.1.2.1. Imagen personal

En este apartado, describimos la imagen personal de los candidatos a través de su vestimenta:

- Pedro Sánchez (PSOE): traje azul marino, con camisa blanca, corbata rojo corporativo y zapatos de vestir negros.
- Pablo Casado (PP): traje negro azulado, con camisa azul claro, corbata azul vivo y zapatos de vestir negros.
- Albert Rivera (Ciudadanos): traje azul marino medio, con camisa blanca y corbata azul que hace efecto *moiré*. Este es un error que se comete en televisión y que debió de evitar. Los zapatos son de vestir negros.
- Pablo Iglesias (Unidas Podemos): es el candidato que recurre a una vestimenta informal para acercarse más a su electorado, la clase trabajadora. Viste una camisa azul eléctrico, con las mangas remangadas hasta los codos, pantalón chino de color beige y zapato negro de sport.

No hubo sorpresas en la vestimenta de los candidatos. Era de esperar que Pablo Iglesias vistiera de forma informal para conseguir el *engagement* con su electorado. Los otros tres candidatos recurrieron a un estilismo clásico y nada arriesgado (salvo por la corbata de Albert Rivera): trajes azul oscuro, camisas claras, zapatos de vestir negros y en el caso de Pedro Sánchez y Pablo Casado corbatas con colores corporativos.

Evaluamos la imagen personal en función de cuatro categorías:

- Formal: Traje con corbata (en esta categoría están Pedro Sánchez, Pablo Casado y Albert Rivera).
- Formal: Traje sin corbata.
- Informal: Sin chaqueta con corbata.
- Informal: Sin corbata ni chaqueta (en esta categoría está Pablo Iglesias).

6.1.2.2. Postura

Estudiamos la postura corporal de los candidatos en función de si permanecen erguidos, inclinados hacia adelante o inclinados hacia detrás. Pedro Sánchez (PSOE), Pablo Casado (PP) y Albert Rivera (Ciudadanos) mantienen una postura erguida durante todo el debate, sirviéndose del atril para apoyar sus manos.

Con la postura erguida, los candidatos mencionados, nos transmiten confianza, seguridad, autoridad y autoestima. En algún momento, Sánchez se inclina hacia adelante para hacer anotaciones, pero su postura está erguida. También relajan algo la postura cuando se giran para dirigirse a un candidato. En cambio, Pablo Iglesias (Unidas Podemos) tiene una postura más informal y más natural, inclinado hacia delante (indica falta de seguridad o subordinación), incluso mantiene en muchas ocasiones, generalmente cuando no está hablando, su mano izquierda en el bolsillo del pantalón, que denota pasotismo o poco interés en lo que dicen sus interlocutores en el debate.

6.1.2.3. Ritmo corporal

Hemos clasificado el ritmo corporal en movimientos agresivos, nerviosos, tranquilos y seguros. Pedro Sánchez (PSOE), Pablo Casado (PP) y Albert Rivera (Ciudadanos) han intentado cuidar su comunicación no verbal para transmitir seguridad y credibilidad, sin embargo no siempre han podido controlar la comunicación no verbal. Pablo Iglesias (Unidas Podemos) transmite inseguridad y nerviosismo con la mano izquierda dentro del bolsillo del pantalón y con la mano derecha sujetando un bolígrafo para descargar toda la tensión.

- Pedro Sánchez (PSOE): en varias ocasiones utiliza movimientos ilustradores deícticos (dedo acusador) y gestos que dibujan líneas rectas. Estos movimientos denotan agresividad y dominancia.
- Pablo Casado (PP): recurrió en varias ocasiones a gestos adaptadores con los dedos para minimizar su nerviosismo: tocaba un dedo con otro de la misma mano o de las dos manos para controlar su nerviosismo. También se podía ver ese nerviosismo cuando Sánchez le habla de corrupción o pactos en el PP moviendo las piernas y con una sonrisa nerviosa.
- Pablo Iglesias (Unidas Podemos): además de poco interés por lo que se está tratando, con la mano izquierda dentro del bolsillo del pantalón y con la mano derecha sujetando un bolígrafo para descargar toda la tensión, transmite nerviosismo e inseguridad.
- Albert Rivera (Ciudadanos): controló los gestos y no recurrió a los adaptadores que suelen transmitir emociones como inseguridad o nerviosismo, lo que hizo que se mostrara seguro de lo que quería comunicar.

6.1.2.4. Sonrisas

Las sonrisas las hemos clasificado en naturales y forzadas. El candidato que más utiliza la sonrisa para comunicar es el líder del PP, Pablo Casado, y el que menos la utiliza y se muestra más forzada es el líder de la formación naranja, Albert Rivera.



Fuente: Cadena Ser⁴⁵

- Pedro Sánchez (PSOE): sonrisas naturales que se dibujan levemente en su rostro.
- Pablo Casado (PP): es el candidato que se muestra más sonriente durante todo el debate y lo hace de forma natural.
- Pablo Iglesias (Unidas Podemos): utiliza muy poco la sonrisa, pero cuando recurre a ella lo hace de forma natural.
- Albert Rivera (Ciudadanos): utiliza también muy poco la sonrisa para comunicar, pero se trata de sonrisas forzadas.

⁴⁵ Cadena Ser: “Las mentiras del debate, al descubierto”. Cadena Ser, 23/04/2019. En: https://cadenaser.com/ser/2019/04/22/politica/1555953011_757539.html (consultado el 7 de julio de 2021).

6.1.2.5. Emociones rostro

En cuanto a las emociones que transmiten los cuatro candidatos a través de su rostro hemos establecido tres: neutral, sorpresa y enfado.



Fuente: Catalunya Press⁴⁶

- Pedro Sánchez (PSOE): intenta mantener una expresión neutral en su rostro, pero priman en él las emociones de enfado (movimiento simultáneo de elevación de la barbilla y descenso de las comisuras) y sorpresa (levanta las dos cejas).
- Pablo Casado (PP): es el candidato que transmite una comunicación más neutral, intentando mantener la sonrisa y no haciendo demasiados gestos con la mirada, aunque también transmite sorpresa cuando levanta las dos cejas.
- Pablo Iglesias (Unidas Podemos): frunce en numerosas ocasiones el entrecejo mostrando una imagen de enfado.
- Albert Rivera (Ciudadanos): también frunce en numerosas ocasiones el entrecejo mostrando una imagen de enfado.

⁴⁶ Catalunya Press: “Catalunya enfrenta a todos los partidos en el debate de TVE”. Catalunya Press, 22/04/2019. En: <https://www.catalunyapress.es/texto-diario/mostrar/1393852/cataluna-enfrenta-todos-partidos-debate-tve> (consultado el 7 de julio de 2021).

6.1.2.6. Movimientos de manos

Los movimientos de manos los hemos clasificado en: hacia arriba, hacia abajo, manos unidas, numeración, remarcación y no se muestran. El manejo de las manos es adecuado en Pedro Sánchez (PSOE), Pablo Casado (PP) y Albert Rivera (Ciudadanos). Mueven las manos con naturalidad, acompañando a su comunicación verbal, con gestos naturales. Además, siempre que pueden enseñan las palmas de las manos, transmitiendo un mensaje de sinceridad y honestidad. Sin embargo, Pablo Iglesias (Unidas Podemos) tiene en la mano derecha un bolígrafo y su mano izquierda permanece, en muchas ocasiones, en el interior del bolsillo de su pantalón.

- Pedro Sánchez (PSOE): siempre que le es posible, muestra las manos hacia arriba para transmitir sinceridad y honestidad y utiliza las manos para numerar y remarcar las ideas que quiere transmitir con la comunicación verbal. En ocasiones, utiliza movimientos ilustradores deícticos (dedo acusador).
- Pablo Casado (PP): también, siempre que le es posible, muestra las manos hacia arriba, utiliza las manos para remarcar lo que dice con la comunicación verbal y para canalizar su nerviosismo, en ocasiones, une las manos.
- Pablo Iglesias (Unidas Podemos): muestra las manos hacia arriba, pero muchas menos veces que el resto de candidatos, ya que recurrentemente su mano izquierda permanece en el bolsillo de su pantalón, por lo que no se muestra al público, transmitiendo nerviosismo e inseguridad. Utiliza las manos también para remarcar su comunicación verbal.
- Albert Rivera (Ciudadanos): también, siempre que le es posible, muestra las manos hacia arriba y se ayuda de su gestualidad con las manos para acompañar su comunicación verbal.

Antes de pasar al siguiente bloque, en el que se analizará el debate del 4 de noviembre de 2019, presentamos, a continuación, los resultados obtenidos del análisis de contenido en este apartado:

Tabla 7. “Resultados Análisis Comunicación no verbal del debate del 22 de abril de 2019”.

COMUNICACIÓN NO VERBAL DEL DEBATE DEL 22 DE ABRIL DE 2019					
		CANDIDATOS			
Variables	Indicadores	Pedro Sánchez (PSOE)	Pablo Casado (PP)	Pablo Iglesias (UP)	Albert Rivera (Cs)
Imagen personal	Formal: Traje con corbata	x	x		x
	Formal: Traje sin corbata				
	Informal: Sin chaqueta con corbata				
	Informal: Sin corbata ni chaqueta			x	
Postura	Erguido	x	x		x
	Inclinado hacia delante			x	
	Inclinado hacia detrás				
Ritmo corporal	Agresivos	x			
	Nerviosos		x	x	
	Tranquilos				
	Seguros				x
Sonrisas	Naturales	x	x	x	
	Forzadas				x
Emociones rostro	Neutral	x	x		
	Sorpresa	x	x		
	Enfado	x		x	x
Movimientos de manos	Hacia arriba	x	x	x	x
	Hacia abajo				
	Manos unidas		x		
	Numeración	x			
	Remarcación	x	x	x	x
	No se muestran			x	

Elaboración propia, 2021

6.2. Debate 4 de noviembre de 2019

En este debate electoral, previo a las elecciones del 10 de noviembre, participaron cinco candidatos: Pedro Sánchez (PSOE), Pablo Casado (PP), Albert Rivera (Ciudadanos), Pablo Iglesias (Unidas Podemos) y Santiago Abascal (Vox). A continuación, analizamos un total de 11 variables (cinco sobre la comunicación verbal y otras seis sobre la comunicación no verbal) presentes en este debate, tal y como hemos hecho anteriormente.



Fuente: El País⁴⁷

6.2.1. Comunicación verbal

Nuevamente, en este apartado, vamos a analizar cinco variables (mensajes, temática, apelaciones, menciones a los otros candidatos y formas de tratamiento), que compararemos en cada uno de los cinco candidatos que participaron en el debate electoral del 4 de noviembre de 2019.

6.2.1.1. Mensajes

De la misma manera que en el análisis del debate del 22 de abril, a la hora de analizar los mensajes que trasladaron a la opinión pública los cinco candidatos hemos establecido tres categorías para la variable mensajes: positivos (Abascal: "Queremos reducir al máximo el gasto político y transformar el Estado de las Autonomías recuperando, en primer lugar, las competencias de sanidad, educación, justicia e interior"), negativos (Rivera: "PP y PSOE no han

⁴⁷ El País: "El debate electoral no aclara los pactos y agranda la brecha entre PSOE y Podemos". El País, 05/11/2019. En: https://elpais.com/politica/2019/11/04/actualidad/1572874416_549115.html (consultado el 7 de julio de 2021).

tenido el coraje, la valentía y el sentido de Estado de aplicar la Constitución”) y neutros (Iglesias: “Daros las gracias a la Academia por organizar este debate”).

- Pedro Sánchez (PSOE): predominan los mensajes positivos para hablar de su gestión y sus propuestas y los mensajes negativos para evidenciar asuntos negativos que atañen a sus contrincantes, principalmente a los de la derecha: Casado y Rivera. Cabe destacar que dedicó más tiempo a los mensajes positivos (plantear sus propuestas), que a los negativos (contestar a sus oponentes políticos). El total de mensajes en el debate fue de 147:
 - ✓ Mensajes positivos: 95
 - ✓ Mensajes negativos: 52
 - ✓ Mensajes neutros: 0
- Pablo Casado (PP): en este caso, están algo más equilibrados los mensajes positivos con los negativos. Mayoritariamente, Casado, en sus intervenciones, critica la gestión de Sánchez (mensajes negativos) y destaca la gestión del PP y sus propuestas para mejorar el país (mensajes positivos). Sigue en la misma línea que en el debate de abril. El total de mensajes en el debate fue de 160:
 - ✓ Mensajes positivos: 72
 - ✓ Mensajes negativos: 86
 - ✓ Mensajes neutros: 2
- Albert Rivera (Ciudadanos): existe un equilibrio entre los mensajes positivos (las propuestas de su partido) y los mensajes negativos (criticar principalmente la gestión del PSOE y del PP). El total de mensajes en el debate fue de 117:
 - ✓ Mensajes positivos: 52
 - ✓ Mensajes negativos: 65
 - ✓ Mensajes neutros: 0
- Pablo Iglesias (Unidas Podemos): en este caso, los mensajes positivos (sus propuestas y su predisposición a hacer un pacto con el PSOE) y los mensajes negativos (crítica a la gestión y propuestas de otros partidos) están muy equilibrados. El total de mensajes en el debate fue de 112:
 - ✓ Mensajes positivos: 54
 - ✓ Mensajes negativos: 57

- ✓ Mensajes neutros: 1
- Santiago Abascal (Vox): predominan los mensajes negativos (crítica principalmente al candidato socialista) frente a los positivos (propuestas de su partido). El total de mensajes en el debate fue de 96:
 - ✓ Mensajes positivos: 32
 - ✓ Mensajes negativos: 64
 - ✓ Mensajes neutros: 0

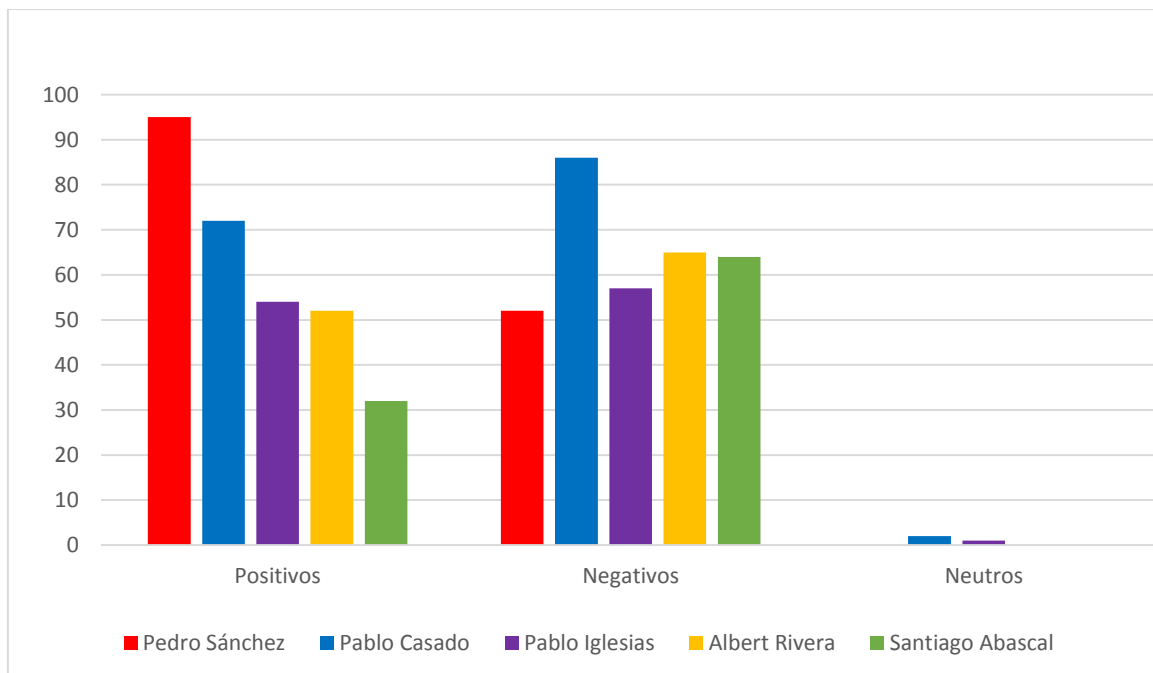


Figura 7. "Tipos de mensajes". (Elaboración propia)

Como se puede observar en la figura anterior, el candidato que más mensajes positivos emitió en el debate (para hablar de la gestión y propuestas de cada uno) fue el candidato socialista (95 mensajes) y el que menos el candidato de Vox (32). A Sánchez le interesaba más trasladar propuestas y a Abascal, en cambio, atacar las políticas socialistas. Por otro lado, el candidato de Ciudadanos fue el que más recurrió a los mensajes negativos (criticar a los oponentes, principalmente a Sánchez, que es quien estaba en el gobierno) con un total de 86 mensajes y el que menos el candidato socialista con un total de 52. Rivera es el candidato que se muestra más crítico con el PSOE y el PP y, en cambio, a Sánchez le interesa más hablar de propuestas que perder el tiempo en críticas, ya que su objetivo es sumar más votos con respecto a las

elecciones del 22 de abril y no perderlos. En lo que se refiere a los mensajes neutros, fueron irrelevantes. Pablo Casado los utilizó en dos ocasiones y Pablo Iglesias tan solo una vez. Finalmente, al igual que el debate del 22 de abril, cabe destacar que los dos candidatos con mayores opciones de gobierno (PSOE y PP) fueron los que más aprovecharon sus intervenciones para mandar más mensajes al electorado. Son los dos partidos que tienen más opciones de gobernar y, por lo tanto, buscan en el debate posicionarse como tal.

6.2.1.2. Temática

En cuanto a la temática, en este debate, cabe destacar cinco bloques: cohesión de España (Rivera: “En mi tierra lo que hace falta es convivencia y respeto”), política económica (Iglesias: “Lo que expolia realmente a nuestro país es el fraude fiscal”), política social (Abascal: “Hay que hablar de la política social primero para los españoles”), calidad democrática (Iglesias: “Señor Sánchez, el verdadero peligro para la calidad democrática es usted”) y política internacional (Sánchez: “La primera nacionalidad de peticiones de asilo en nuestro país son los venezolanos”). A continuación, vemos en qué se centra más cada candidato durante el debate, teniendo en cuenta que en una misma intervención se puede aludir a diferentes temáticas:

- Pedro Sánchez (PSOE): en sus intervenciones, vuelve a dar prioridad a las políticas sociales e igualdad y a la calidad democrática, ya que son los principales mensajes que quiere trasladar a la ciudadanía: medidas sociales y regeneración de la política. A los bloques que menos referencias hace es al de cohesión de España (evitar la cuestión de Cataluña), seguido del de política internacional.
 - ✓ Cohesión de España: 23
 - ✓ Política económica: 27
 - ✓ Políticas sociales e igualdad: 43
 - ✓ Calidad democrática: 29
 - ✓ Política internacional: 25
- Pablo Casado (PP): en este caso, en sus intervenciones, da prioridad a la política económica seguida de las políticas sociales. El candidato sigue dando relevancia a la economía, pero, con respecto al debate de abril, también se la da a las políticas

sociales, frecuentemente relacionándolas con la economía. En tercer lugar, se centra en la cohesión de España y da menos importancia a la política internacional.

- ✓ Cohesión de España: 31
- ✓ Política económica: 44
- ✓ Políticas sociales e igualdad: 42
- ✓ Calidad democrática: 26
- ✓ Política internacional: 17

➤ Albert Rivera (Ciudadanos): en esta ocasión, prioriza las políticas sociales y la política económica y relega a un tercer lugar la cuestión de Cataluña sobre la independencia. Al bloque que menos importancia le presta es al de calidad democrática, seguido de política internacional.

- ✓ Cohesión de España: 25
- ✓ Política económica: 28
- ✓ Políticas sociales e igualdad: 30
- ✓ Calidad democrática: 16
- ✓ Política internacional: 18

➤ Pablo Iglesias (Unidas Podemos): en sus intervenciones, vuelve a dar prioridad a las políticas sociales e igualdad y, en segundo lugar, da importancia a la política económica ligándola a los asuntos sociales. Al bloque que menos importancia le presta es al de política internacional, seguido del bloque de calidad democrática.

- ✓ Cohesión de España: 18
- ✓ Política económica: 27
- ✓ Políticas sociales e igualdad: 46
- ✓ Calidad democrática: 15
- ✓ Política internacional: 6

➤ Santiago Abascal (Vox): en este caso, en sus intervenciones, da prioridad a la cohesión de España, seguido de las políticas sociales y la política económica. Al bloque que menos importancia le presta es al de política internacional, seguido del bloque de calidad democrática. La cohesión de España es una de las señas de identidad de este partido de extrema derecha, así como la política económica. Por otro lado, utiliza los temas sociales para conectar con el electorado.

- ✓ Cohesión de España: 26

- ✓ Política económica: 22
- ✓ Políticas sociales e igualdad: 23
- ✓ Calidad democrática: 16
- ✓ Política internacional: 9

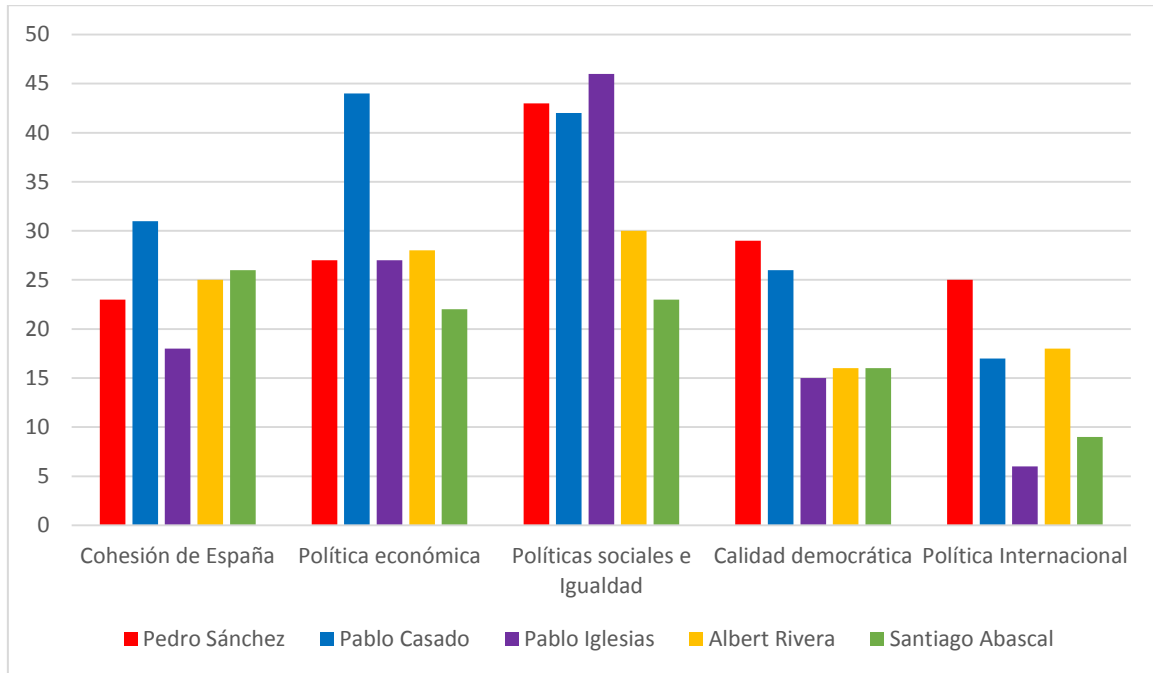


Figura 8. "Bloques temáticos". (Elaboración propia)

Como se puede ver en la figura anterior, Pablo Casado lidera el bloque de cohesión de España con 31 mensajes y el de política económica con 44 mensajes. El de las políticas sociales lo lidera Pablo Iglesias con 46 mensajes y los de calidad democrática, con 22 mensajes, y política internacional, con 25 mensajes, los lidera Pedro Sánchez.

6.2.1.3. Apelaciones

Para analizar la comunicación verbal de los cinco candidatos que participaron en este debate, se va a hacer una clasificación a las alusiones que realizan en sus intervenciones: a la emoción (Rivera: "Soy hijo de autónomos, soy nieto de autónomos y los autónomos lo pasan muy mal cuando se quedan sin trabajo. Yo lo he vivido") o a la razón (Sánchez: "El PSOE siempre ha estado defendiendo la cohesión social y territorial").

- Pedro Sánchez (PSOE): apela más a los datos (a las propuestas) que a las emociones.
 - ✓ A la emoción: 13
 - ✓ A la razón: 134
- Pablo Casado (PP): apela más a los datos (críticas al gobierno y sus propuestas) que a las emociones.
 - ✓ A la emoción: 44
 - ✓ A la razón: 116
- Albert Rivera (Ciudadanos): aunque bastante igualado, apela más a las emociones (busca conectar con el electorado) que a los datos.
 - ✓ A la emoción: 60
 - ✓ A la razón: 57
- Pablo Iglesias (Unidas Podemos): busca el equilibrio entre los mensajes que apelan a la emoción y los que apelan a la razón.
 - ✓ A la emoción: 59
 - ✓ A la razón: 53
- Santiago Abascal (Vox): apela más a los datos (críticas al gobierno), pero también recurre a las emociones, buscando un equilibrio entre ambas.
 - ✓ A la emoción: 44
 - ✓ A la razón: 52

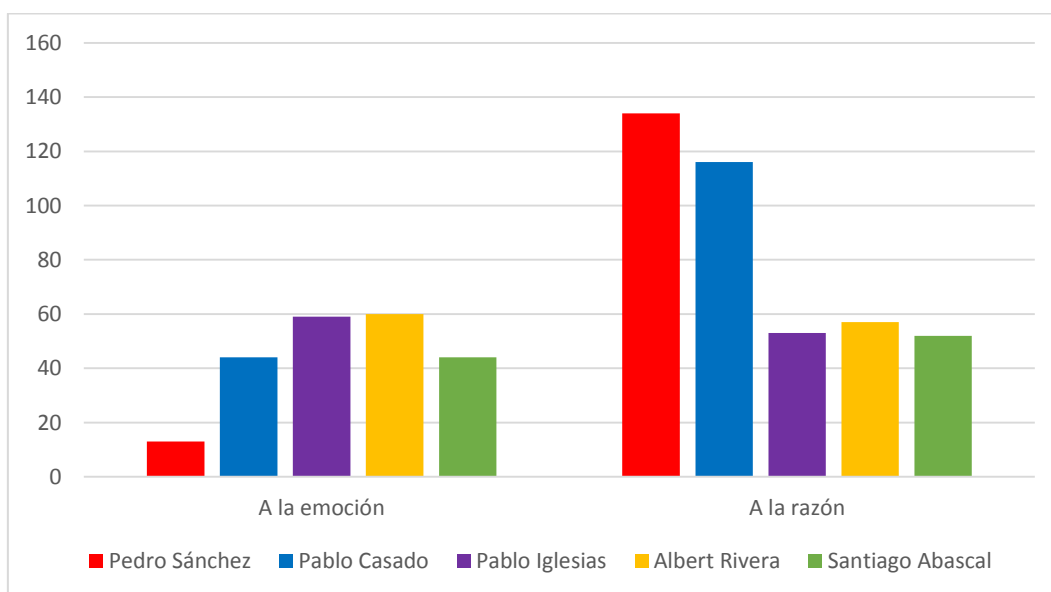


Figura 9. "Apelaciones en los mensajes a la emoción y a la razón". (Elaboración propia)

6.2.1.4. Menciones a los otros candidatos

En este apartado, recogemos el número de menciones de forma directa que hace cada candidato al resto de compañeros de debate.

En el caso de Pedro Sánchez, mayoritariamente, se refiere a Pablo Iglesias (22 veces le nombra), en segundo lugar, apela a Pablo Iglesias (22) y Albert Rivera (22), y en último lugar, estaría Santiago Abascal (9). Pedro Sánchez es el presidente de España en funciones en el momento en el que se celebra el debate y todos los candidatos se refieren a él, en mayor medida, con respecto al resto de líderes políticos, ya que lo que pretenden es obtener un mayor rédito político dando a conocer sus propuestas y desprestigiando a quien está en el poder, Pedro Sánchez.

Al estudiar las menciones a otros candidatos por parte de Pablo Casado, observamos que, en primer lugar, se refiere a Pedro Sánchez (69), en segundo lugar, a Albert Rivera (13) y, en tercer lugar, a Pablo Iglesias (4). Cabe destacar que Casado no se dirige, en ningún momento, al candidato de Vox, Santiago Abascal. El centro de las críticas de Casado es la gestión de Sánchez, por ser el candidato que gobierna en ese momento. Su objetivo es desprestigiarle. De hecho, es el candidato que más se dirige a Sánchez.

Por otro lado, en Pablo Iglesias, las alusiones directas a otros candidatos presentes en el debate son menores que en el resto. A Sánchez lo nombra un total de 20 veces, a Pablo Casado 8 veces, a Santiago Abascal 5 veces y a Albert Rivera 2 veces. Al igual que en el debate anterior, Iglesias se centra más en propuestas que en mencionar a otros líderes políticos, aun así se refiere, mayoritariamente, a Pedro Sánchez por ser líder de otro partido de izquierdas como él (PSOE) y con el que intenta poder llegar a un gobierno de coalición.

En el caso de Albert Rivera, menciona a Pedro Sánchez un total de 43 veces, en segundo lugar, a Pablo Casado (15), en tercer lugar, a Santiago Abascal (14), y por último, a Pablo Iglesias (4). Nuevamente, la atención de Rivera se centra en Sánchez, ya que es el que, en ese momento, gobierna y, en segundo lugar, se centra en los líderes del PP y de Vox como fuerzas políticas más alineadas ideológicamente con Ciudadanos y con quienes pudiera llegar a pactar llegado el momento.

Por último, Santiago Abascal menciona a Pedro Sánchez un total de 28 veces, en segundo lugar, a Albert Rivera (15), en tercer lugar, a Pablo Iglesias (14), y por último, a Pablo Casado

(3). Como el resto de partidos políticos, Abascal se dirige o nombra en el debate a Sánchez por ser el candidato que, en ese momento, está gobernando y también cabe destacar que a Casado solo se refiere en tres ocasiones. Esto se puede deber a dos motivos. Casado no se refirió directamente en ningún momento a Abascal, por lo que este no tuvo que replicarle. Además, el PP es la fuerza política más alineada ideológicamente con Vox y con quien pudiera llegar a acuerdos.

Tabla 8. “Menciones a otros candidatos en el debate del 4 de noviembre de 2019”.

MENCIONES A OTROS CANDIDATOS EN EL DEBATE DEL 4 DE NOVIEMBRE DE 2019					
Menciones a:	CANDIDATOS				
	Pedro Sánchez (PSOE)	Pablo Casado (PP)	Pablo Iglesias (UP)	Albert Rivera (Cs)	Santiago Abascal (VOX)
Pedro Sánchez		69	20	43	28
Pablo Casado	15		8	15	3
Pablo Iglesias	22	4		4	14
Albert Rivera	15	13	2		15
Santiago Abascal	9	0	5	14	

Elaboración propia, 2021

Como podemos observar en la tabla anterior, se repite la misma dinámica que en el debate del 22 de abril, los candidatos que están en la oposición se refieren más al candidato que es el presidente del Gobierno en funciones. Sin embargo, en este debate, Sánchez se refiere más al candidato de Unidas Podemos (la única fuerza política de la oposición de ideología de izquierdas). Cabe destacar que siguen siendo los candidatos de derechas del PP y de Ciudadanos los que hacen mayoritariamente alusiones al candidato socialista.

6.2.1.5. Formas de tratamiento

A diferencia del debate del 22 de abril, en el que los candidatos solo utilizaban la forma de tratamiento “usted”, en el caso del debate del 4 de noviembre, los candidatos Pedro Sánchez (PSOE) y Santiago Abascal (Vox) siempre utilizan el “usted”. Utilizan un lenguaje más formal y más institucional, trasladando una imagen de seriedad y respeto hacia quienes se dirigen. Sin embargo, Albert Rivera (Ciudadanos) en el minuto inicial y en el minuto de oro se refiere a los telespectadores con la forma de tratamiento “tú” para transmitir más cercanía e interpelar

directamente a cada telespectador. Por su parte, Pablo Casado (PP) y Pablo Iglesias (Unidas Podemos) solo utilizan el “tú” para el minuto de oro, que son esos últimos mensajes que trasladan a sus telespectadores y que quieren que capten de una forma más directa, más fresca y más informal. En el resto del debate, Casado, Rivera e Iglesias se refieren a los moderadores y al resto de candidatos siempre con la forma de tratamiento de “usted”. Con el uso del “usted” los candidatos ponen distancia entre ellos, e implica formalidad, neutralidad y cortesía. En cambio, con el uso del “tú” los candidatos que lo utilizan quieren transmitir confianza, familiaridad y cercanía con la persona a la que se dirigen (los telespectadores).

Antes de pasar al siguiente apartado, relacionado con la comunicación no verbal del debate del 4 de noviembre de 2019, presentamos, a continuación, los resultados obtenidos del análisis de contenido en este apartado:

Tabla 9. “Resultados Análisis Comunicación verbal del debate del 4 de noviembre de 2019”.

COMUNICACIÓN VERBAL DEL DEBATE DEL 4 DE NOVIEMBRE 2019						
		CANDIDATOS				
Variables	Indicadores	Pedro Sánchez (PSOE)	Pablo Casado (PP)	Pablo Iglesias (UP)	Albert Rivera (Cs)	Santiago Abascal (VOX)
Mensajes	Positivos	95	72	54	52	32
	Negativos	52	86	57	65	64
	Neutros	0	2	1	0	0
Temática	Cohesión de España	23	31	18	25	26
	Política económica	27	44	27	28	22
	Políticas sociales e igualdad	43	42	46	30	23
	Calidad democrática	29	26	15	16	16
Apelaciones	Política internacional	25	17	6	18	9
	A la emoción	13	44	59	60	44
Menciones a los otros candidatos	A la razón	134	116	53	57	52
	Pedro Sánchez		69	20	43	28
	Pablo Casado	15		8	15	3
	Pablo Iglesias	22	4		4	14
	Albert Rivera	15	13	2		15
Formas de tratamiento	Santiago Abascal	9	0	5	14	
	Tú		x	x	x	
	Usted	x	x	x	x	x

Elaboración propia, 2021

6.2.2. Comunicación no verbal

Al igual que en el apartado anterior, nos vamos a centrar en seis variables (imagen personal, postura, ritmo corporal, sonrisas, emociones del rostro y movimientos de manos), que compararemos en cada uno de los cinco candidatos que participaron en el debate electoral del 10 de noviembre de 2019.

6.2.2.1. Imagen personal

El objetivo de este apartado es describir la imagen personal de los candidatos a través de su vestimenta. En general, hay pocas diferencias con respecto al debate del 22 de abril:

- Pedro Sánchez (PSOE): traje azul marino medio, con camisa azul claro, corbata morada con topitos blancos (puede ser un guiño a Unidas Podemos o al feminismo) y zapatos de vestir negros.
- Pablo Casado (PP): traje negro azulado, con camisa blanca, corbata azul medio y zapatos de vestir negros.
- Albert Rivera (Ciudadanos): traje negro azulado, con camisa blanca, corbata azul marino con un sencillo punteado blanco y zapatos de vestir negros.
- Pablo Iglesias (Unidas Podemos): vuelve a recurrir a una vestimenta informal para acercarse más a su electorado, la clase trabajadora. Viste una camisa azul clara, con las mangas remangadas hasta los codos, pantalón chino de color azul marino, corbata negra con nudo flojo y zapato negro de sport.
- Santiago Abascal (Vox): chaqueta azul marina y pantalón gris, con camisa azul clara abierta enseñando el cuello, sin corbata y zapatos de vestir marrones.

No hubo muchos cambios en el estilismo de los candidatos. Trajes azul oscuro, camisas claras y zapatos de vestir negros. Cabe destacar que el azul, color que predominó en los estilismos, es un color que transmite seriedad, confianza y seguridad. En cambio, el morado de la corbata de Sánchez transmite confianza en uno mismo. Los cambios estuvieron principalmente en las corbatas. Además, Casado incorpora a su imagen personal una barba cuidada. Ese cambio se puede deber a que algunas de las críticas a Casado han sido que es un candidato joven e inexperto. Por este motivo, ha podido optar por la barba que transmite madurez e inteligencia.

Evaluamos la imagen personal en función de cuatro categorías:

- Formal: Traje con corbata (en esta categoría están Pedro Sánchez, Pablo Casado y Albert Rivera).
- Formal: Traje sin corbata (en esta categoría está Santiago Abascal).
- Informal: Sin chaqueta con corbata (en esta categoría está Pablo Iglesias).
- Informal: Sin corbata ni chaqueta.

6.2.2.2. Postura

A continuación, estudiamos la postura corporal de los candidatos en función de si permanecen erguidos, inclinados hacia adelante o inclinados hacia atrás. Pedro Sánchez (PSOE), Pablo Casado (PP) y Albert Rivera (Ciudadanos) mantienen una postura erguida durante todo el debate. Como ya se mencionó en el análisis del anterior debate, con la postura erguida, los candidatos nos transmiten confianza, seguridad, autoridad y autoestima. Cabe destacar que, Casado y Rivera, en algún momento, se giran levemente para dirigirse principalmente a Sánchez, en cambio, Sánchez recurre frecuentemente a inclinarse hacia adelante para hacer anotaciones o consultar su argumentario, pero su postura está erguida. Recurre a escribir o revisar su documentación cuando hablan otros candidatos para tener la mirada fija en el papel y evitar que su mirada se pierda. Quizá su postura debería ser más activa en posición de escucha al resto de candidatos, trasladando la imagen de persona que escucha, que tiene en cuenta a los demás y que está dispuesta a llegar a un entendimiento y a acuerdos. Como en el debate de abril, cuando se giran para dirigirse a otro candidato relajan algo la postura, pero por lo general su postura principalmente es erguida.



Fuente: El Correo⁴⁸

⁴⁸ El Correo: “Los candidatos, uno a uno”. Yolanda Veiga, 05/11/2019. En: <https://www.elcorreo.com/elecciones/generales/candidatos-20191104210837-nt.html> (consultado el 8 de julio de 2021).

Por otro lado, Santiago Abascal (Vox) vemos cómo en la primera parte del debate se mantiene erguido, sin embargo, en la segunda parte se apoya de forma desenfadada en el atril para girarse hacia el candidato al que está dirigiendo sus palabras. Con esta postura, traslada una imagen de exceso de confianza e incluso de cierta arrogancia.

En cambio, Pablo Iglesias (Unidas Podemos), al igual que en el debate del 22 de abril, tiene una postura más informal y más natural, inclinado ligeramente hacia delante, trasladando una imagen de falta de seguridad o subordinación. Sin embargo, con respecto al debate del 22 de abril, ha corregido un fallo: ya no tiene una mano en el bolsillo del pantalón. En esta ocasión, se sirve de las dos manos para reforzar su mensaje con la comunicación no verbal, aunque en una de ellas siga sosteniendo un bolígrafo.

6.2.2.3. Ritmo corporal

En cuanto al ritmo corporal, lo hemos clasificado en movimientos agresivos, nerviosos, tranquilos y seguros. Los cuatro candidatos que participaron en el debate del 22 de abril han intentado mejorar su comunicación no verbal. Por su parte, Santiago Abascal (Vox) presenta una comunicación no verbal estudiada y cuidada. Hay que destacar que los candidatos, a diferencia del debate del 22 de abril, ya no se agarran al atril.

- Pedro Sánchez (PSOE): antes de comenzar el debate, cuando los candidatos se hacen la foto de familia en el plató, ya puso de manifiesto su actitud defensiva cruzando sus manos por delante de él. Vuelve a recurrir a los movimientos ilustradores deícticos (dedo acusador) y gestos que dibujan líneas rectas. Estos movimientos denotan agresividad y dominancia.
- Pablo Casado (PP): vuelve a recurrir a gestos adaptadores con los dedos para minimizar su nerviosismo: tocaba un dedo con otro de la misma mano o de las dos manos o se tocaba las uñas para controlar su nerviosismo.
- Pablo Iglesias (Unidas Podemos): tomó nota de las críticas que recibió con respecto al debate del 22 de abril y utilizó las dos manos para comunicar. En esta ocasión, ya no tenía una mano dentro del bolsillo del pantalón, pero siguió sujetando con la mano derecha un bolígrafo para descargar toda la tensión, por lo que siguió transmitiendo nerviosismo e inseguridad. El uso de un bolígrafo le ayuda como elemento que le

aporta una seguridad, pero también puede ser un elemento de distracción para quien le escucha. Además, en esta ocasión, sus movimientos corporales denotaban también una mayor agresividad.

- Albert Rivera (Ciudadanos): cuando los candidatos se hacen la foto de familia en el plató, antes de comenzar el debate, ya puso de manifiesto su nerviosismo tocándose la cara y cruzando los brazos. Durante el debate fue controlando algo más los nervios, pero también se mostró agresivo con su comunicación no verbal. En uno de los momentos del debate, enseñó durante un minuto y 15 segundos un adoquín mientras hablaba de su rechazo a la violencia de los disturbios de Barcelona. Es muy útil apoyarse en elementos visuales para captar la atención, pero utilizó el adoquín mucho tiempo y dio lugar a trasladar al espectador agresividad y consiguió que se prestara más atención al adoquín que al contenido del mensaje.
- Santiago Abascal (Vox): preparó mucho su puesta en escena. En la primera parte del debate, miraba fijamente a cámara, en la segunda parte, se giraba hacia el candidato al que se quería dirigir apoyándose en el atril. Los movimientos corporales acompañan y refuerzan su mensaje. Su comunicación verbal no es agresiva, así como tampoco lo es su comunicación no verbal. Su ritmo corporal se puede definir como seguro.

6.2.2.4. Sonrisas

Como ya hemos visto anteriormente, las sonrisas las hemos clasificado en naturales y forzadas. En este caso, no se perciben diferencias con el debate del 22 de abril. El líder del PP, Pablo Casado, es el candidato que más utiliza la sonrisa para comunicar y Albert Rivera, candidato de Ciudadanos, es el que menos las usa y de forma más forzada.

- Pedro Sánchez (PSOE): sonrisas naturales que se dibujan levemente en su rostro.
- Pablo Casado (PP): es el candidato que se muestra más sonriente durante todo el debate y lo hace de forma natural.
- Pablo Iglesias (Unidas Podemos): utiliza muy poco la sonrisa, pero de forma natural.
- Albert Rivera (Ciudadanos): utiliza también muy poco la sonrisa para comunicar, pero se trata de sonrisas forzadas.
- Santiago Abascal (Vox): utiliza principalmente las sonrisas forzadas (muy estudiadas) cuando otros candidatos se refieren a él.

6.2.2.5. Emociones rostro

En cuanto a las emociones que transmiten los cinco candidatos a través de su rostro, hemos establecido tres: neutral, sorpresa y enfado. Volvemos a ver similitudes con el debate del 22 de abril.



Fuente: El Mundo⁴⁹

- Pedro Sánchez (PSOE): intenta mantener una expresión neutral en su rostro, pero priman en él las emociones de enfado (movimiento simultáneo de elevación de la barbilla y descenso de las comisuras) y sorpresa (levanta las dos cejas). Cuando Iglesias pronuncia “usted y yo”, Sánchez niega con la cabeza y sonríe con cierto desprecio, mostrándose molesto.
- Pablo Casado (PP): es el candidato que transmite una comunicación más neutral, intentando mantener la sonrisa y no haciendo demasiados gestos con la mirada, aunque también transmite sorpresa cuando levanta las dos cejas.

⁴⁹ El Mundo: “Debate electoral: Las mentiras de los candidatos”. El Mundo, 06/11/2019. En: <https://www.elmundo.es/espana/elecciones-generales/2019/11/05/5dc12f0f21efa015678b461d.html> (consultado el 8 de julio de 2021).

- Pablo Iglesias (Unidas Podemos): frunce demasiado el entrecejo mostrando una imagen de enfado.
- Albert Rivera (Ciudadanos): también frunce demasiado el entrecejo mostrando una imagen de enfado.
- Santiago Abascal (Vox): sus emociones en el rostro transmiten incredulidad (sorpresa) y también frunce el entrecejo mostrando una imagen de enfado. Posee una mirada directa y penetrante. En general, tiene una escasa expresión gestual.

6.2.2.6. Movimientos de manos

Por último, abordamos los movimientos de manos, que hemos clasificado en: hacia arriba, hacia abajo, manos unidas, numeración, remarcación y no se muestran. El manejo de las manos es adecuado en todos los candidatos, salvo en Pablo Iglesias, ya que sostiene durante casi todo el debate un bolígrafo con la mano derecha, lo que hace que se limite su comunicación no verbal a través de las manos. Mueven las manos con naturalidad y siempre que pueden enseñan las palmas de las manos, con la intención de transmitir un mensaje de sinceridad y honestidad.

- Pedro Sánchez (PSOE): siempre que le es posible muestra las manos hacia arriba para transmitir sinceridad y honestidad y utiliza las manos para numerar y remarcar las ideas que quiere transmitir con la comunicación verbal. En ocasiones, utiliza movimientos ilustradores deícticos (dedo acusador). En otros momentos, une las manos.
- Pablo Casado (PP): el movimiento de las manos es su punto fuerte en la comunicación no verbal, la usa de forma dinámica y activa. También siempre que le es posible muestra las manos hacia arriba, utiliza las manos para numerar y remarcar lo que dice con la comunicación verbal y para canalizar su nerviosismo en ocasiones une las manos.
- Pablo Iglesias (Unidas Podemos): muestra las manos hacia arriba, pero muchas menos veces que el resto de candidatos, ya que recurrentemente su mano derecha sujeta un bolígrafo, transmitiendo nerviosismo e inseguridad. Utiliza las manos también para remarcar su comunicación verbal de forma natural.

- Albert Rivera (Ciudadanos): también siempre que le es posible muestra las manos hacia arriba y se ayuda de su gestualidad con las manos, de forma enérgica. En ocasiones, gesticula con la cúpula de las manos, que proyecta seguridad y decisión. Utiliza las manos para numerar y remarcar las ideas que quiere transmitir con la comunicación verbal. Además, cabe destacar que utiliza muchos elementos visuales (gráficos, fotografías, etc.) para ilustrar lo que quiere decir. En este debate, concretamente, sostuvo durante más de un minuto un adoquín para mostrar su rechazo a la violencia de los disturbios en Barcelona. El uso adecuado de objetos puede ayudar a reforzar una idea o un mensaje, pero también puede ayudar a distraer. Al mostrar durante más de un minuto el adoquín hace que el espectador se quede con la idea del adoquín y no con el mensaje que quiere transmitir. Además, mantenerlo en la mano durante tanto tiempo (en televisión más de un minuto se considera mucho tiempo) se puede estar trasladando al público un mensaje subliminal agresivo.



Fuente: Heraldo⁵⁰

⁵⁰ Heraldo: “Los mejores memes del debate a cinco”. Heraldo, 05/11/2019. En: <https://www.heraldo.es/noticias/nacional/2019/11/04/memes-debate-electoral-elecciones-generales-10-noviembre-2019-1342154.html> (consultado el 8 de julio de 2021).

- Santiago Abascal (Vox): también gesticula con la cúpula de las manos, que proyecta seguridad y decisión. En ocasiones, utiliza movimientos ilustradores deícticos (dedo acusador).



*Fuente: El Mundo*⁵¹

Para cerrar esta subsección, presentamos, a continuación, los resultados obtenidos del análisis de contenido en este apartado:

⁵¹ El Mundo: “Debate electoral: Las mentiras de los candidatos”. El Mundo, 06/11/2019. En: <https://www.elmundo.es/espana/elecciones-generales/2019/11/05/5dc12f0f21efa015678b461d.html> (consultado el 8 de julio de 2021).

Tabla 10. “Resultados Análisis Comunicación no verbal del debate del 4 de noviembre de 2019”.

COMUNICACIÓN NO VERBAL DEL DEBATE DEL 4 DE NOVIEMBRE DE 2019						
Variables	Indicadores	CANDIDATOS				
		Pedro Sánchez (PSOE)	Pablo Casado (PP)	Pablo Iglesias (UP)	Albert Rivera (Cs)	Santiago Abascal (VOX)
Imagen personal	Formal: Traje con corbata	x	x		x	
	Formal: Traje sin corbata					x
	Informal: Sin chaqueta con corbata			x		
	Informal: Sin corbata ni chaqueta					
Postura	Erguido	x	x		x	x
	Inclinado hacia delante			x		
	Inclinado hacia detrás					
Ritmo corporal	Agresivos	x		x	x	
	Nerviosos		x	x	x	
	Tranquilos					
	Seguros					x
Sonrisas	Naturales	x	x	x		
	Forzadas				x	x
Emociones rostro	Neutral	x	x			x
	Sorpresa	x	x			x
	Enfado	x		x	x	x
Movimientos de manos	Hacia arriba	x	x	x	x	x
	Hacia abajo					
	Manos unidas	x	x			
	Numeración	x	x		x	
	Remarcación	x	x	x	x	x
	No se muestran					

Elaboración propia, 2021

Finalmente, en esta sección de resultados tenemos que verificar o refutar la hipótesis principal y las secundarias de esta investigación. Ante los resultados obtenidos en este trabajo y teniendo en cuenta los resultados electorales siguientes:

PARTIDOS POLÍTICOS	FECHAS DE CELEBRACIÓN DE ELECCIONES		
	26J DE 2016	28A DE 2019	10N DE 2019
PSOE	85	123	120
PP	137	66	89
UNIDAS PODEMOS	71	42	35
CIUDADANOS	32	57	10
VOX	0	24	52

Fuente: El País⁵²

Podemos aceptar parcialmente la Hipótesis Principal (HP): “los candidatos de los dos procesos electorales de 2019 que más prepararon sus intervenciones en los debates televisivos, tanto en imagen como en contenido, tuvieron mejores resultados en ambas elecciones”. Los candidatos que más prepararon sus intervenciones en cuanto a la comunicación verbal y no verbal fueron Pedro Sánchez (PSOE), Pablo Casado (PP) y Santiago Abascal (Vox). Sin embargo, Sánchez subió en las elecciones del 28 de abril 38 escaños y en las del 10 de noviembre bajó 3 (que no tiene una gran relevancia, teniendo en cuenta lo que subieron otros partidos). En el caso del PP, en las elecciones el 28 de abril bajó 71 escaños (hay que tener en cuenta que el candidato pasa a ser Pablo Casado, ya que Mariano Rajoy se retira de la política tras la moción de censura del PSOE, motivada por los casos de corrupción de la *Gürtel*) y en las del 10 de noviembre subió 23 escaños. Por su parte, Santiago Abascal en las del 28 de abril obtuvo 24 escaños y en las del 10 de noviembre subió a 52 escaños, más del doble.

En cuanto a la Hipótesis Secundaria 1 (HS1), tenemos que refutar que “los candidatos de los partidos políticos emergentes prestan mayor importancia a la imagen y a la comunicación no verbal”, ya que, aunque todos los candidatos intentan cuidar su imagen y su comunicación no

⁵² El País: “Resultados elecciones generales”. En: <https://resultados.elpais.com/elecciones/generales.html#> (consultado el 14 de julio de 2021).

verbal, son Pedro Sánchez (PSOE) y Pablo Casado (PP) los candidatos que más cuidaron estos aspectos en ambos debates.

Por último, en relación a la Hipótesis Secundaria 2 (HS2), tenemos que refutar que “los candidatos de los partidos políticos tradicionales prestan más importancia al discurso y a la comunicación verbal”, ya que los candidatos del PSOE y PP dirigieron sus intervenciones a lo que más les interesaba a cada uno: a Sánchez las políticas sociales y a Casado la política económica. Sus discursos estuvieron muy bien estudiados y estructurados en cada uno de los bloques temáticos. Sin embargo, uno de los candidatos de los partidos denominados emergentes, Santiago Abascal (Vox), también dio mucha importancia a su comunicación verbal e igualmente su discurso estuvo muy estudiado, centrándose en el ideario de su partido, dando un gran relevancia a la cohesión de España.

Los dos candidatos con mayores opciones de gobierno, denominados partidos tradicionales, (PSOE-PP), fueron los que más aprovecharon sus intervenciones para mandar más mensajes al electorado desde la razón.

7. Discusión y conclusiones

Una vez presentados los resultados de este trabajo, procedemos a exponer la discusión y conclusiones del mismo.

7.1. Discusión

Principalmente, en esta subsección, vamos a abordar la comparación de los dos debates electorales seleccionados (el del 22 de abril y el del 4 de noviembre de 2019), así como la comparación con otros estudios. Además, presentamos las limitaciones de este trabajo y las futuras líneas de investigación.

7.1.1. Comparación de los debates del 22 de abril y 4 de noviembre de 2019

Antes de iniciar la discusión sobre los dos debates del 22 de abril y el 4 de noviembre, donde se han encontrado bastantes similitudes, cabe destacar que de un debate a otro el tiempo transcurrido fue de unos seis meses, por lo que a grandes rasgos las estrategias de los cuatro candidatos que participaron en ambos debates era muy similar.

7.1.1.1. Comunicación verbal

- **Mensajes:** Los mensajes que predominan son los positivos para trasladar propuestas y las buenas iniciativas y decisiones de cada uno, y los negativos para criticar la gestión, principalmente del presidente en funciones, de otros candidatos. Los mensajes neutros son insignificantes. Pedro Sánchez (PSOE) es el candidato que más mensajes positivos emite en ambos debates, ya que al ser el presidente en funciones, su objetivo es trasladar todo lo que su partido ha realizado, así como las propuestas que tiene si los ciudadanos depositan la confianza en él. En el caso del resto de candidatos, todos emiten más mensajes negativos que positivos en ambos debates, ya que su objetivo es criticar la gestión del partido socialista.
- **Temática:** Tanto Pedro Sánchez (PSOE) como Pablo Iglesias (Unidas Podemos) hacen más referencias a las políticas sociales (forman parte de la identidad de los partidos de

izquierdas, por lo que son coherentes con su ideario) en ambos debates. Pablo Casado (PP) también en los dos debates se centra más en la política económica (tema principal para los partidos de derechas, por lo que también es coherente con su ideario). En cambio, Albert Rivera (Ciudadanos) en el debate del 22 de abril hace más referencias a la cohesión española (es un partido que nace en Cataluña y que está en contra del independentismo, por lo que es un tema al que le da mucha importancia), sin embargo, en el debate del 4 de octubre, se centra más en las políticas sociales para intentar captar más la atención del electorado. Y Santiago Abascal (Vox) da prioridad a la cohesión de España (la unidad del país es un tema importante dentro del ideario de los partidos de extrema derecha, por lo que también es coherente con su ideario).

- **Apelaciones:** El candidato que más apela a las emociones, en ambos debates, es Albert Rivera (Ciudadanos), hace alusiones constantes a los autónomos, a los trabajadores, a las familias para conectar con el electorado y conseguir el *engagement* con él. El candidato que más apela a la razón en ambos debates es Pedro Sánchez (PSOE), aportando datos sobre su gestión y sobre sus propuestas de futuro. Por otro lado, Pablo Iglesias (Unidas Podemos) es el candidato que mantiene un equilibrio en ambos debates entre las apelaciones a la razón y a la emoción, aunque se inclina más por esta última. En cambio, Pablo Casado (PP), en el primer debate, mantiene un equilibrio entre la emoción y la razón, aunque se inclina más por esta última; sin embargo, en el segundo debate, apela mayoritariamente a la razón, a los datos, a los hechos. Por último, Santiago Abascal (Vox) apela más a la razón, aunque también busca el equilibrio con la emoción.
- **Menciones a los otros candidatos:** En ambos debates, todos los candidatos que, en ese momento, se encontraban en la oposición hacen más alusiones a Pedro Sánchez (PSOE), presidente del gobierno en funciones. En cambio, Sánchez en el primer debate se refiere más al líder del principal partido político de la oposición, Pablo Casado (PP), sin embargo, en el segundo debate se refiere más al candidato de la formación morada, Pablo Iglesias, por las múltiples alusiones que le hace, ofreciéndose como socio de gobierno. Cabe destacar que en el debate del 4 de noviembre, Pablo Casado (PP) no menciona en ningún momento a Santiago Abascal (Vox), es posible que para no darle protagonismo, ya que es una fuerza política de derechas que puede restarle electorado al PP.

- **Formas de tratamiento:** En el debate del 22 de abril, los cuatro candidatos hacen uso del “usted”, para trasladar a su electorado seriedad, formalidad, respeto y educación. Sin embargo, en el debate del 4 de noviembre el “usted” lo utilizan a lo largo de todo el debate Pedro Sánchez (PSOE) y Santiago Abascal (Vox). En cambio, Albert Rivera (Ciudadanos) en el minuto inicial y en el minuto de oro se refiere a los telespectadores con la forma de tratamiento “tú”. Por su parte, Pablo Casado (PP) y Pablo Iglesias (Unidas Podemos) solo utilizan el “tú” para el minuto de oro. Con la forma de tratamiento “tú” quieren transmitir más cercanía e interpelar directamente a cada telespectador de una forma más cercana, directa, fresca e informal.

7.1.1.2. Comunicación no verbal

- **Imagen personal:** En ambos debates, Pedro Sánchez (PSOE), Pablo Casado (PP) y Albert Rivera (Ciudadanos) recurren a una vestimenta formal (traje con corbata) y clásica (trajes azul oscuro, camisas claras y zapatos de vestir negros). En cambio, Pablo Iglesias (Unidas Podemos), recurre a una vestimenta informal, destacando la camisa con las mangas remangadas hasta los codos para conectar con su electorado, la clase trabajadora. En el debate del 4 de noviembre, incorpora solo una corbata negra con un nudo flojo, para seguir trasladando un estilo informal. En el caso de Santiago Abascal (Vox), acudió al debate del 4 de noviembre con un estilo formal, pero sin corbata. En el resto de candidatos, los cambios estuvieron principalmente en las corbatas. Además, Casado incorporó a su imagen personal una barba cuidada. Ese cambio se puede deber a que algunas de las críticas que le hicieron tras el debate del 22 de abril fueron que era un candidato joven e inexperto. Por este motivo, pudo optar por la barba que transmite madurez e inteligencia.
- **Postura:** Pedro Sánchez (PSOE), Pablo Casado (PP) y Albert Rivera (Ciudadanos) mantienen una postura erguida durante los dos debates, aunque en el debate del 4 de noviembre Casado y Rivera se giran en diferentes ocasiones para dirigirse a Sánchez, este, en cambio, frecuentemente se inclina hacia adelante para hacer anotaciones o consultar su argumentario, pero su postura está erguida. Con esta postura, transmiten confianza, seguridad, autoridad y autoestima. En cambio, Pablo Iglesias (Unidas Podemos) en ambos debates tiene una postura más informal, inclinado hacia adelante.

En el debate del 4 de noviembre, corrige un error del debate del 22 de abril: deja de tener su mano izquierda dentro del bolsillo del pantalón, aunque sigue manteniendo en la mano derecha un bolígrafo. Por otro lado, Santiago Abascal (Vox) en la primera parte del debate del 4 de noviembre se mantiene erguido, sin embargo, en la segunda parte, se apoya de forma desenfadada en el atril para girarse hacia el candidato al que está dirigiendo sus palabras. Con esta postura, traslada una imagen de exceso de confianza e incluso de cierta arrogancia.

- **Ritmo corporal:** En ambos debates, Pedro Sánchez (PSOE) mantiene un ritmo corporal agresivo (está a la defensiva, ya que es el centro de todos los ataques) y Pablo Casado (PP) nervioso (es la primera vez que se presenta a unas elecciones). Pablo Iglesias (Unidas Podemos), en ambos debates, su ritmo corporal es nervioso y en el de 4 de noviembre también agresivo. En cambio, Albert Rivera (Ciudadanos) en el debate del 22 de abril su ritmo corporal es seguro y en el del 4 de noviembre es nervioso y agresivo. Finalmente, destacar que Santiago Abascal (Vox) en el único debate en el que participó su ritmo corporal fue seguro.
- **Sonrisas:** En los dos debates, Pablo Casado (PP) es el candidato que más utiliza la sonrisa de forma natural para comunicar y Albert Rivera (Ciudadanos) es el que menos la usa y de forma más forzada. Las sonrisas de Pedro Sánchez (PSOE) son naturales, Pablo Iglesias (Unidas Podemos) utiliza muy poco la sonrisa, pero de forma natural y Santiago Abascal (Vox) recurre a las sonrisas forzadas (muy estudiadas) cuando otros candidatos se refieren a él.
- **Emociones rostro:** No se encuentran variaciones significativas entre los dos debates en lo que a emociones en el rostro se refiere. Pedro Sánchez (PSOE) combina las emociones de sorpresa y enfado y neutral; Pablo Casado (PP) sorpresa y neutral; Pablo Iglesias (Unidas Podemos) y Albert Rivera (Ciudadanos) muestran enfado y Santiago Abascal (Vox) combina las emociones de sorpresa y enfado y neutral.
- **Movimientos de manos:** En ambos debates, los candidatos mueven las manos con naturalidad acompañando a su comunicación verbal, la única excepción es Pablo Iglesias (Unidas Podemos) que en el debate del 22 de abril tenía la mano izquierda en el bolsillo del pantalón y en la derecha un bolígrafo, lo que dificultaba la comunicación a través del movimiento de las manos. En el debate del 4 de noviembre, sí que corrigió el hecho de tener una mano en el bolsillo y, aunque siguió con el bolígrafo, mejoró su

comunicación con las manos. Todos los candidatos han intentado mostrar las palmas de las manos, transmitiendo un mensaje de sinceridad y honestidad. Cabe destacar que prácticamente todos los candidatos recurren al movimiento de las manos para enumerar o remarcar una idea.

7.1.2. Comparación con otros estudios

En la actualidad, los debates son actos clave de las campañas electorales, ya que gracias a ellos el electorado puede conocer la oferta política y a los líderes políticos. Además, sirven para reforzar ideas en el electorado afín a cada candidato, pero también pueden tener un efecto importante sobre los ciudadanos indecisos, (Lagares *et al.*, 2020: 40-41). El objeto de estudio de Lagares *et al.* (2020) es comprobar si los debates electorales de los comicios del 28 de abril de 2019 influyeron en las percepciones del electorado sobre los partidos políticos y los candidatos y si influyeron en la decisión de voto. Nuestro trabajo se complementa con el de Lagares *et al.* (2020), ya que nuestro objetivo es identificar qué elementos pueden ayudar a los candidatos a influir en un debate electoral.

Por su parte, Barrientos *et al.* (2019) abordan en su estudio algunos de los elementos a tener en cuenta en el protocolo y organización de un debate electoral como la importancia de la estructuración del guion, así como el papel fundamental que tiene el moderador en el desarrollo del debate o la distribución de los candidatos dentro del plató. Por otro lado, abordan cuál debe ser la etiqueta de los candidatos, que como hemos visto en el análisis concuerda en su mayoría con las recomendaciones de estos autores. “Con respecto a la etiqueta adecuada se recomienda:

- ✓ Traje o pantalón acompañado con una camisa.
- ✓ Usar colores sólidos, azules oscuros, gris o negro. Nunca colores vivos.
- ✓ No llevar prendas con estampados o extravagantes.
- ✓ Camisa de color blanco o azul claro.
- ✓ Corbata (opcional). Colores sólidos y apagados. Nunca con estampados ni con colores llamativos.
- ✓ Zapatos de color marrón o negro.
- ✓ Cinturón a juego con los zapatos, marrón o negro”, (Barrientos *et al.*, 2019: 8).

Por otro lado, Pérez-Curiel y García-Gordillo (2020:12) hablan en su estudio de “un modelo de debate político determinado por la selección de los contenidos, las estrategias de juego y el discurso de la espectacularización”. En nuestro trabajo, hemos visto cómo se recurre a la espectacularización, por ejemplo, Albert Rivera (Ciudadanos) utiliza elementos durante su discurso que le ayuden a interpretar lo que quiere transmitir, convirtiéndolo en un espectáculo, como el momento en el que enseñó durante un minuto y 15 segundos un adoquín mientras hablaba de su rechazo a la violencia de los disturbios de Barcelona.

En cuanto a la apelación a la emoción o a la razón, Pérez-Curiel y García-Gordillo (2020:12) sostienen que la apelación a la emoción cuenta “con porcentajes significativos en el caso de los partidos emergentes, frente a la apelación a la autoridad más localizada en los mensajes de los partidos bipartidistas (...)”. En nuestro trabajo, hemos podido comprobar que el PSOE, PP y Vox apelan más a la razón y que Ciudadanos y Unidas Podemos apelan más a la emoción.

Destacar que Castromil *et al.* (2020:3) señalan que “parte del contenido temático final de lo que podemos denominar agenda política procede no sólo de las preferencias e intereses partidistas de los propios actores políticos. Influyen también los otros partidos, los medios de comunicación y los ciudadanos”. Es por ello, que es importante cuidar cada detalle en un debate, pero hay elementos que no se pueden planificar y ensayar como el comportamiento del resto de candidatos y las reacciones de los medios de comunicación y de la ciudadanía, ante la participación de cada candidato en el debate.

Consideramos que la comunicación verbal y no verbal tienen una gran importancia en un debate electoral, por el efecto que pueden tener sobre la ciudadanía, en relación al comportamiento electoral y creemos que se debe seguir abordando y ahondando en su estudio.

7.1.3. Limitaciones del trabajo

Podemos establecer dos limitaciones principales de este trabajo:

- 1) Coparticipación de otros miembros. Hubiéramos podido enriquecer el estudio con la participación de otros investigadores para poder cotejar resultados en el análisis y corregir, si lo hubiere, cualquier tipo de sesgo. De esta forma, los resultados del análisis

hubieran sido fruto de la óptica de diferentes investigadores y no solo de uno, por lo que se hubiera enriquecido este trabajo.

- 2) Limitaciones de espacio y tiempo. Son muchos los aspectos que hay que tener en cuenta en un debate electoral en términos de comunicación. En este trabajo, se han establecido cinco variables de la comunicación verbal y otras seis variables de la comunicación no verbal. Son solo una muestra de algunos de los aspectos a tener en cuenta de cara a la celebración de un debate electoral. Debido al tipo de investigación ha habido que delimitar y elegir las variables que se han considerado más significativas de cada tipo de comunicación.
- 3) Cronometrar tiempos. Si hubiéramos podido cronometrar los tiempos que cada candidato dedica a cada uno de los bloques temáticos, hubiera sido posible obtener unos resultados más exactos que midiendo el número de mensajes que dedican a cada bloque temático.

7.1.4. Futuras líneas de investigación

Al hilo de lo planteado en las limitaciones del trabajo, sería interesante un estudio entre diferentes investigadores en el que se puedan estudiar más variables para que pueda ser más exhaustivo el análisis. Principalmente, sería interesante ahondar en la comunicación no verbal, que ofrece un gran abanico de opciones y que en muchas ocasiones se tiende a restarle importancia frente a la comunicación verbal.

Creemos que esta investigación sienta las bases para profundizar aún más en el comportamiento de los candidatos en relación a la comunicación verbal y no verbal y poder establecer unas claves de éxito de cara a la planificación de debates electorales. Debido a la importancia que tienen los debates electorales de cara a influir en los electores, principalmente en los indecisos, creemos que es importante este estudio, ya que sus conclusiones pueden ayudar a los consultores políticos para planificar los debates y que los candidatos puedan obtener un resultado, que se traducirá en términos de rédito electoral.

Otra línea de investigación puede ser analizar el comportamiento del electorado a través de las redes sociales como *Twitter*. Ver cada uno de los comportamientos estudiados en cada uno de los candidatos qué respuesta tuvo en quienes siguieron cada uno de los debates. Por

ejemplo, ver qué repercusión tuvo en *Twitter* que Albert Rivera (Ciudadanos) sostuviera en la mano durante más de un minuto un adoquín. Creemos que puede resultar muy interesante ver qué resultado directo tiene el comportamiento de los candidatos en los debates electorales y para ello un buen termómetro puede ser la red social *Twitter*.

7.2. Conclusiones

Una vez expuesta la discusión de este trabajo, presentamos las diferentes conclusiones a las que hemos llegado a partir del objeto general y los específicos desde los que partíamos:

- En relación al Objetivo General que es “conocer aquellos elementos, claves, para ganar un debate televisivo” podemos establecer las siguientes claves:
 - ✓ No dejar nada a la improvisación. La improvisación tiene que estar preparada, pero ha de resultar natural.
 - ✓ Las personas sonrientes se muestran mucho más seductoras porque resultan más agradables.
 - ✓ La moderación y buscar el equilibrio debe ser el hilo conductor del debate. Una postura agresiva no es favorable ante la opinión pública. Por eso el candidato no debe enfadarse o mostrarse enfadado.
 - ✓ La actitud debe ser la de ganador, pero sin pasarse de confianza. El elector tiene que percibir seguridad en el candidato, pero un exceso de seguridad le puede perjudicar.
 - ✓ El minuto inicial debe servir para captar la atención del electorado, es importante “enganchar” al espectador desde el inicio. El minuto de oro (minuto final) debe servir para fijar la idea principal del candidato.
 - ✓ Se debe buscar el equilibrio entre las apelaciones a la razón y a la emoción, ya que dentro del electorado hay que tener en cuenta personas que se dejan llevar más por las emociones y otras por los datos.
 - ✓ Es importante cuidar la imagen personal, debe ser sencilla y nunca debe llamar la atención para no restar protagonismo al mensaje que se desea transmitir.
 - ✓ La comunicación no verbal debe servir para reforzar el mensaje, pero sin ser forzada o exagerada, tiene que ser natural.

- En relación al primer objetivo específico: “analizar la comunicación verbal y no verbal de los debates electorales seleccionados” y al segundo objetivo específico: “conocer las diferencias entre candidatos en cuanto a los recursos que utilizan para su comunicación verbal y no verbal”:
 - ✓ El candidato que en el momento del debate ostenta el gobierno en funciones emite más mensajes positivos (propuestas de futuro y acciones realizadas) y los que están en la oposición negativos (críticas principalmente a quien gobierna). El debate no gira tanto entre derecha-izquierda, se centra más en “todos contra quien gobierna”.
 - ✓ Principalmente, los partidos de izquierdas dan mayor prioridad a las políticas sociales y los de derechas a la política económica y la cohesión de España.
 - ✓ Los partidos tradicionales (PP-PSOE) apelan más a la razón y los emergentes (Ciudadanos y Unidas Podemos) mantienen un equilibrio entre la razón y la emoción, aunque apelan más a esta última. Sin embargo, Vox también mantiene un equilibrio entre la emoción y la razón, aunque apela más a esta última.
 - ✓ Los partidos que están en la oposición interpelan más al candidato que gobierna en funciones.
 - ✓ La forma de tratamiento más utilizada es el “usted” para mostrar respeto, pero en algunos casos en el minuto de oro se recurre al “tú” para intentar ser más cercano a cada telespectador.
 - ✓ La imagen personal de cada candidato está estudiada: estilismo formal y clásico para los candidatos del PSOE, PP y Ciudadanos e informal para los candidatos de Unidas Podemos y Vox, quieren mostrarse como uno más de la ciudadanía, quieren empatizar con el electorado.
 - ✓ La postura también está estudiada: postura erguida para transmitir confianza y seguridad, salvo en el candidato de Unidas Podemos, que se inclina hacia adelante con el objetivo de parecer más natural, pero puede tener el riesgo de trasladar una imagen de subordinación.
 - ✓ El ritmo corporal nos muestra a un Pedro Sánchez (PSOE) que utiliza movimientos ilustradores déicticos que denotan agresividad o dominancia. Un Pablo Casado (PP) que se toca las uñas de una mano como señal de

nerviosismo. Un Pablo Iglesias (Unidas Podemos) que transmite inseguridad sosteniendo un bolígrafo en la mano y falta de interés con la otra mano dentro de un bolsillo. Un Albert Rivera (Ciudadanos) que recurre a utilizar durante mucho tiempo elementos visuales que pueden hacer que el espectador pierda el hilo del argumento. Un Santiago Abascal (Vox) seguro, sus movimientos corporales acompañaron y reforzaron su mensaje.

- ✓ En general, salvo Pablo Casado (PP), los candidatos recurren muy poco a la sonrisa para comunicar, cuando es un elemento muy importante para conectar con el electorado.
 - ✓ Las emociones del rostro también comunican. Los candidatos del PSOE y el PP intentan tener una comunicación más neutral, pero no siempre lo consiguen. Sin embargo, las emociones del rostro de los candidatos de los partidos emergentes muestran principalmente una imagen en el rostro de enfado.
 - ✓ Todos los candidatos hacen un adecuado uso del manejo de las manos, acompañando a su comunicación verbal, salvo el candidato de Unidas Podemos, que en el debate del 22 de abril ocultaba una de sus manos en un bolsillo del pantalón y en ambos debates sostenía un bolígrafo, por lo que dificultaba su comunicación con las manos.
- Por último, en cuanto al tercer objetivo específico: “Comparar los debates de candidatos de las elecciones del 28 de abril y del 10 de noviembre, donde se introduce una fuerza política nueva: Vox”.
- ✓ Aunque la entrada de Vox no aporta excesivos elementos distintivos respecto al primer debate, sí se aprecia que fue un candidato que, en relación a la comunicación verbal, intentó mantener el equilibrio entre los mensajes que apelaban a la emoción y a la razón (aunque predominaban estos últimos).
 - ✓ Del mismo modo, su discurso se centró principalmente en la cohesión de España (propio de su ideario), pero también en las políticas sociales (más propio de los partidos de izquierdas). Su mensaje no iba dirigido solo a los votantes de derechas, de ahí que buscara el equilibrio en sus mensajes.
 - ✓ En cuanto a su comunicación no verbal, transmite seguridad e incluso exceso de confianza y cierta arrogancia.

- ✓ Su estrategia de comunicación se acerca más a los partidos tradicionales que a los emergentes.
- ✓ Todos los partidos políticos centraron principalmente sus críticas en el candidato que en ese momento estaba gobernando, Pedro Sánchez (PSOE), pero la entrada de Santiago Abascal (Vox), hizo que tanto los partidos de izquierdas (PSOE-Unidas Podemos) y Ciudadanos dirigieran parte de sus críticas al candidato de Vox. Ciudadanos sabía que Vox era una fuerza política de derechas que estaba emergiendo a costa del declive del PP (en las elecciones del 28 de abril perdió 71 escaños), por lo que su objetivo era posicionarse por delante del PP y también de Vox. Los partidos de izquierdas por encontrarse ideológicamente muy distanciados con Vox también aprovecharon el debate para marcar estas diferencias.

Referencias bibliográficas

- Arceo, J. L. (Coord.) (2007). *Debates electorales televisados*. Netbiblo.
- Balsebre, A.; Mateu, M. y Vidal, D. (1998). *La entrevista en radio, televisión y prensa*. Ediciones Cátedra.
- Barrientos, A., Caldevilla, D., & Vargas, J. J. (2019). El protocolo, la puesta en escena y la persuasión en los debates políticos televisados. *Redmarka. Revista De Marketing Aplicado*, 23(3), 17-27. <https://doi.org/10.17979/redma.2019.23.3.5872>
- Baró, T. (2013). *La gran guía del lenguaje no verbal. Cómo aplicarlo en nuestras relaciones para lograr el éxito*. ESPASA, Barcelona.
- Bauducco, G. (2006). *Secretos de la entrevista. Manual para periodistas*. Editorial Trillas.
- Carrillo, F. (2014). *Tus gestos te delatan. Las claves para ser un buen comunicador*. Espasa.
- Castromil, A. R., Rodríguez-Díaz, R., & Garrigós, P. (2020). La agenda política en las elecciones de abril de 2019 en España: programas electorales, visibilidad en Twitter y debates electorales. *Profesional de la Información*, 29(2). <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/epi.20.20.mar.17>
- Centeno, P. (2012). *Política y moda. La imagen del poder*. Ediciones Península.
- García, J. L. (2000). *Comunicación no verbal. Periodismo y medios audiovisuales*. Editorial Universitas.
- Hermida, J. (2012). *Hablar sin palabras. Cómo dominar todas las situaciones a través de los gestos*. Ediciones Temas de Hoy.
- Igartua, J.J.; Humanes, M. L. (2004): El método científico aplicado a la investigación en comunicación social. *Aula abierta. Lecciones básicas 2 – Portal de la Comunicación*. Recuperado de: https://www.researchgate.net/profile/Maria-Humanes/publication/237584442_El_metodo_cientifico_aplicado_a_la_investigacion_en_comunicacion_social/links/00b49526104d2d1485000000/El-metodo-cientifico-aplicado-a-la-investigacion-en-comunicacion-social.pdf

- Lagares, N., Jaráiz, E. y Castro, P. (2020). La percepción de los debates como factor de decisión en el comportamiento electoral en las Elecciones Generales de abril de 2019. *Revista Latina de Comunicación Social*, (76), 39-58. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2020-1436>
- Martínez-Pandiani, G. (2006). El impacto de la televisión en la comunicación política moderna. *Signos Universitarios: Revista de la Universidad del Salvador*, 69-88.
Recuperado de: <https://p3.usal.edu.ar/index.php/signos/article/view/2955/3582>
- Mcentee, E. (1996). *Comunicación Oral para el liderazgo*. McGraw Hill.
- Mínguez, A. (1999). *La otra comunicación. Comunicación no verbal*. ESIC Editorial.
- Patterson, M. L. (2011). *Más que palabras. El poder de la Comunicación No Verbal*. Editorial UOC.
- Pease, A. y B. (2006). *El lenguaje del cuerpo. Cómo interpretar a los demás a través de sus gestos*. Amat Editorial.
- Pérez-Curiel, C., & García-Gordillo, M. (2020). Del debate electoral en TV al ciberdebate en Twitter. Encuadres de influencia en las elecciones generales en España (28A). *Profesional de la información*, 29(4). <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/epi.2020.jul.05>
- Piñuel, J. L. (2002). Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido. *Estudios de Sociolingüística*, 3(1), 1 - 42.