

INVESTIGAR EN COMUNICACIÓN NO VERBAL: UN  
MODELO PARA EL ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO  
KINÉSICO DE LÍDERES POLÍTICOS Y PARA LA  
DETERMINACIÓN DE SU SIGNIFICACIÓN ESTRATÉGICA

*Research in non verbal communication: a paradigm  
for the analysis of kinesic behavior of political leaders  
and for the determination of its strategic significance*

*Recherche dans le domaine de la communication  
non verbale: modèle pour l'analyse du comportement  
kinésique de leaders politiques et pour la détermination  
de sa signification stratégique*

María HERNÁNDEZ HERRARTE e Imelda RODRÍGUEZ ESCANCIANO

*Facultad de Ciencias Humanas y de la Información. Universidad Europea Miguel  
de Cervantes (Valladolid). Correo-e: mbernandez@uemc.es; irodriguez@uemc.es*

BIBLID [0212-5374 (2009) 27, 1; 61-94]

Ref. Bibl. MARÍA HERNÁNDEZ HERRARTE e IMELDA RODRÍGUEZ ESCANCIANO.  
Investigar en comunicación no verbal: un modelo para el análisis del comporta-  
miento kinésico de líderes políticos y para la determinación de su significación  
estratégica. *Enseñanza & Teaching*, 27, 1-2009, 61-94.

RESUMEN: En el presente trabajo se muestra una novedosa propuesta de  
metodología de análisis del comportamiento no verbal de ciertos representantes  
políticos que se exponen de forma continuada a los medios de comunicación. Esta

propuesta pretende contribuir al desarrollo del estudio del comportamiento kinésico (gestos, posturas y maneras) con el objetivo de, a través del análisis descriptivo, poder valorar actitudes y sentimientos desplegados por los políticos. Comprende una fundamentación teórica en la que se detalla la definición de la comunicación no verbal y el comportamiento kinésico así como los elementos que los conforman y una metodología en la que se explica todo el proceso de análisis a través del análisis de contenido: categorización, muestreo, codificación y, finalmente, propuesta de ficha de análisis. Con este trabajo se pretende facilitar una herramienta metodológica útil a todos aquellos estudiosos interesados en la investigación del significado de la comunicación corporal de los líderes políticos transmitida a través de los medios de comunicación social.

*Palabras clave:* comunicación no verbal, comportamiento kinésico, medios de comunicación, líderes políticos, análisis de contenido.

**SUMMARY:** The present study reports a proposal of a methodology for the analysis of non verbal behaviour of a series of political representatives constantly exposed to the media. The proposal is intended to contribute to the progress of knowledge of kinesic behaviour (gestures, postures and ways) having as a main purpose the evaluation through descriptive analysis, of attitudes and feelings of politicians. It is comprised of a theoretical background where the non verbal communication and the kinesic behaviour definitions are detailed together with their constituent elements, and a methodology where the whole process is explained through content analysis: categorization, sampling, encoding and finally, a proposal of analysis card. With this work one tries to facilitate a methodological useful tool to all those experts been interested in the research of the meaning of the corporal communication of the political leaders transmitted across the media of social communication.

*Key words:* non verbal communication, kinesic behaviour, mass media, political leaders, content analysis.

**RÉSUMÉ:** Dans le travail suivant, nous vous proposons une méthodologie pour l'analyse du comportement d'expression non verbal des représentants politiques qui sont continuellement exposés aux moyens de communication. Cette recherche prétend contribuer au développement de l'étude de la kinésique (gestes, postures et manières) afin de pouvoir évaluer les attitudes et les sentiments exprimés par des hommes politiques, à travers une analyse descriptive. Ce travail se compose de deux parties: une première, théorique, dans laquelle nous redéfinirons les concepts de communication non verbale et comportement kinésique (ainsi que tous les éléments qui s'y rapportent) et une seconde, méthodologique, dans laquelle nous expliquerons tout le processus analytique (à travers l'analyse de contenu: catégorisation, échantillonnage, codification et, finalement, fiche d'analyse). Avec ce travail un outil méthodologique utile essaie d'être facilité à tous ces spécialistes intéressés à la recherche du signifié de la communication corporelle des leaders politiques

transmise à travers des moyens de communication sociale. À travers cette étude, nous prétendons fournir un outil méthodologique à toute personne intéressée par la recherche dans le domaine de la signification de la communication corporelle des leaders politiques, diffusée dans les médias. C'est pourquoi, la fiche d'analyse nous aide à découvrir les éléments sous-jacents du comportement kinésique, éléments qui définissent la dimension stratégique adoptée par le leader politique, la force de persuasion produite et l'effectivité même de cette gestuelle. Ce type de communication: gestes innés ou étudiés, propres au langage non-verbal, utilisés par nos politiciens sont autant de codes persuasifs qui leur permettent de souligner ou de marquer la différence par rapport au contenu du message émis, adapté au langage audiovisuel de la télévision; ce média étant le préféré, celui qui connaît le plus grand impact auprès du public.

*Mots clés:* communication non verbale, comportement kinésique, des médias, leaders politiques, analyse de contenu.

#### 1. NOVEDAD DEL TEMA PROPUESTO Y OBJETIVO CENTRAL DE LA INVESTIGACIÓN

La importancia de la imagen que uno proyecta a los demás es crucial en la vida cotidiana de cualquier ser humano, un aspecto que cobra mayor importancia en el desarrollo profesional de aquellas personas cuyo comportamiento se ve reflejado en los medios de comunicación, ya sean políticos, actores o comunicadores en general. Las reacciones que generan los mensajes lanzados por estos personajes públicos dependen de la expresión tanto verbal como no verbal que utilicen en la transmisión de información. Conscientes de ello, muchos de estos sujetos intentan que sus gestos, su aspecto físico, las distancias que mantienen con otras personas, la forma de expresarse vocalmente y el entorno que les rodea sean los adecuados y les proporcionen mayor aceptación para lograr los fines que persiguen (persuadir, agradar, conseguir votos, etc.).

Este artículo centra su carácter novedoso en lo que hemos denominado la pedagogía de la significación estratégica, un campo que se posiciona como un saber innovador y principal en la época actual por la capacidad que puede otorgar al receptor de convertirse en un sujeto crítico, poseedor de elementos técnicos que le permitan decodificar convenientemente las imágenes presentadas y descubrir su significado estratégico, contando además con la habilidad cualificada de advertir el proceso persuasivo desarrollado y determinar la capacidad informativa y objetiva del mensaje recibido (aspecto realmente importante, por ejemplo, en las campañas electorales). En una época como la actual, donde el poder de la imagen resulta hegemónico para ejercitar eficazmente la comunicación política, la citada pedagogía de la significación estratégica nos permite descubrir los elementos subyacentes de comunicación no verbal que conforman la dimensión estratégica de un líder político, en aras de detectar el grado de persuasión utilizado y advertir la efectividad del mismo.

Una herramienta útil para detectar este nivel de persuasión es la que proponemos en este artículo. Se trata de una plantilla de análisis que permite profundizar en el estudio de la efectividad estratégica de la comunicación no verbal de aquellos personajes que habitan el espacio público de los medios de comunicación, especialmente los líderes políticos, con el objetivo de detectar los elementos constituyentes esenciales de su comunicación kinésica y traducir su significado persuasivo. Consideramos asimismo que la utilización estratégica de la comunicación no verbal, especialmente el campo kinésico, en su aplicación a la comunicación política y electoral, no es un campo desarrollado con profusión desde el punto de vista de la investigación, pudiendo por lo tanto resultar útil el modelo de análisis presentado y la herramienta práctica elaborada, probada en varias investigaciones realizadas por las autoras, para medir el grado de persuasión de líderes políticos desde la comunicación no verbal desplegada en sus actuaciones públicas y la correcta adecuación al resto de elementos que conforman su mensaje. Nuestra aportación, por lo tanto, permite transformar variables gestuales, innatas o aprendidas, propias de la comunicación no verbal desplegada por los líderes políticos, en códigos persuasivos que apoyan o divergen del contenido de su mensaje público, especialmente, el transmitido y adaptado al lenguaje audiovisual de la televisión, por ser éste el medio de comunicación de mayor impacto en la sociedad actual.

## 2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

### 2.1. *La comunicación no verbal: conceptualización*

Desde el momento en que nos encontramos en presencia de otro individuo se activan y superponen diferentes discursos: el que se percibe a través de la vista, lo que se oye y, por debajo de todo, la conversación se va tejiendo de una manera inconsciente que representa el diálogo corporal (Bucher, 1978). La comunicación humana y los medios para llevarla a cabo pueden clasificarse en dos posiciones: vocal frente a no vocal (palabras frente a gestos o actitudes); y verbal frente a no verbal (palabras frente a no palabras) (Baylon y Mignot, 1996: 152). Tal y como afirma Julius Fast, la comunicación no verbal puede definirse como «cualquier movimiento, reflexivo o no, de una parte o de la totalidad del cuerpo que una persona emplea para comunicar un mensaje emocional al mundo exterior». Sin embargo, este autor advierte que para interpretar y comprender el lenguaje del cuerpo hay que tener en cuenta las diferencias culturales y ambientales (Fast, 1979: 5). Asimismo, es de vital importancia tener presente que la comunicación no verbal no puede estudiarse de forma aislada puesto que va unida indisolublemente a la comunicación verbal (Knapp, 1995: 41-42). José Lorenzo García Fernández añade que la comunicación no verbal es «el intercambio de información a través de signos no lingüísticos» (García Fernández, 2000: 21; Harrison, 1974: 25 y ss.). Al respecto, Gordon R. Wainwright señala que la comunicación no verbal tiene valor en sí misma, contribuye al desarrollo personal y permite sacar mayor partido al potencial

humano (Wainwright, 1993: 194). La importancia del comportamiento no verbal es incuestionable hasta tal punto que algunas investigaciones apuntan a que entre el 60 y 65 por ciento del significado de una comunicación se obtiene de forma no verbal (Birdwhistell, 1979).

La comunicación no verbal es además una ciencia que bebe de seis disciplinas: psicología, psiquiatría, antropología, sociología, etología y lingüística (Ricci Bitti y Cortesi, 1980: 72 y ss.; Cáceres, 2003: 140), cumple cinco funciones: repetición de la información transmitida verbalmente, contradicción, sustitución, complementariedad, acentuación y regulación de la conversación (García Fernández, 2000: 37 y ss.) y entraña a su vez el estudio de cinco categorías: movimiento del cuerpo y del rostro o comportamiento kinésico (estudio de los gestos, la postura y las maneras); la proxémica (la percepción del individuo del espacio); el paralenguaje (las señales vocales no verbales); el aspecto físico y la apariencia (señales no verbales que permanecen imperturbables tales como la forma del cuerpo o la ropa) y el entorno (elementos que participan en la interacción pero sin ser parte directa de la misma: muebles, estilo arquitectónico, etc.) (Knapp, 1995: 17).

En este análisis nos ocuparemos de los gestos y las actitudes que se desprenden de ellos, englobados en el comportamiento kinésico, es decir, los gestos corporales y faciales, las posturas y las maneras (Poyatos, 1994: 130). Se trata de crear una metodología que asocie significados a los gestos que previamente hayan sido sistematizados y codificados basándonos en los datos de una plantilla de análisis.

## 2.2. *El comportamiento kinésico*

La palabra kinesis es de origen griego, proviene del prefijo «kiné» y significa movimiento. Dentro de esta categoría de señales no verbales se engloban los elementos referentes al movimiento del cuerpo, siendo éstos los gestos –corporales y faciales–, la postura corporal y las maneras. Esta categoría es clave en el análisis de la comunicación no verbal de los personajes públicos puesto que transmite actitudes tales como solidez, seguridad, aplomo, o todo lo contrario.

Si diseccionamos el conjunto del comportamiento kinésico, los gestos no son sólo un complemento de las palabras, sino un elemento que aporta verdadero significado al discurso (Turchet, 2005: 115). Los gestos son movimientos breves de ciertas partes del cuerpo que pueden observarse de forma más clara en la cabeza y en las extremidades (Moral e Igartua, 2005: 164) y que permiten alcanzar un grado de expresividad y sutileza que no se da en otras señales no verbales (Wainwright, 1993: 54 y ss.). Nierenberg y Calero afirman que los gestos se usan para expresar emociones y actitudes como la franqueza, el reparo, la buena disposición a hacer algo, tranquilidad, frustración, confianza, nerviosismo, aceptación, tipo de relación y desconfianza (Nierenberg y Calero, 1973). De esta premisa se desprende por tanto la idea de que para poder entender los gestos es preciso descubrir sus «significados». Entre los investigadores que han intentado sistematizar el inventario

gestual destaca Michael Argyle, quien establece cinco funciones que cumplen los gestos: ilustran el lenguaje verbal, expresan emociones, dejan patente la personalidad de quien los utiliza y celebran diversos actos rituales en diversas culturas (Argyle, 1987).

A la hora de realizar un inventario de gestos junto a sus posibles actitudes y sentimientos asociados, hemos optado por incluir en la ficha de análisis un glosario de gestos corporales y faciales además de su significado estratégico y persuasivo, para facilitar la tarea al investigador. La tipología de gestos se muestra asociada a las siguientes categorías: gestos faciales (cabeza, mirada, nariz, frente, mano-frente, cejas, boca y emociones del rostro) y gestos corporales (hombros, brazos, manos, dedos, pecho, espalda, caderas, nalgas, piernas, pies, combinaciones de gestos y movimientos en conjunto).

Por lo que respecta a la postura, ésta es otra de las grandes categorías que integra la kinesia y que alude a la forma que se adopta dentro de un espacio (Villahizán, 2007: 51). Según Ricci Bitti y Cortesi, «se trata de una señal en gran parte involuntaria que puede participar en el proceso de comunicación» (Ricci Bitti y Cortesi, 1980: 36). Así, toda emoción se expresa en el modelo postural del cuerpo y toda expresión está vinculada a cambios característicos en el modelo postural del cuerpo (Pont, 2008: 44). Los diferentes tipos de posturas junto a sus significados han sido también recogidos en la ficha de análisis. Las variables posturales son las siguientes: hacia el auditorio (de pie, sentado, arrodillado, en cuclillas y tumbado) y con otras personas (de pie, sentado, de rodillas, en cuclillas y tumbado).

Finalmente, el estudio se completa con el análisis de las maneras, acciones más o menos conscientes y dinámicas, casi siempre aprendidas y ritualizadas socialmente.

### 3. METODOLOGÍA

#### 3.1. *El análisis de contenido aplicado al estudio del comportamiento kinésico*

Una de las técnicas más adecuadas para el estudio del comportamiento no verbal es el análisis de contenido. Para explicarlo, a continuación se detallan las características de esta técnica aplicándolas al objeto de esta investigación.

Igartua Perosanz afirma que el análisis de contenido es una técnica de investigación que permite descubrir el ADN de los mensajes mediáticos, dado que permite reconstruir su arquitectura, conocer su estructura, sus componentes y el funcionamiento de los mismos (Igartua Perosanz, 2006: 181). Sin embargo, una de las definiciones más estandarizadas es la que aporta Kerlinger, un autor que aseguró que consistía en un método de estudio y análisis de comunicación de forma sistemática objetiva y cuantitativa que persigue medir determinadas variables (Wimmer y Dominick, 1996: 170). Siguiendo a Piñuel, cabe recordar que 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 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 en que se han producido aquellos textos o vídeos, o sobre las condiciones que puedan darse para su empleo posterior (Piñuel Raigada, 2002:<http://web.jet.es/pinuel.raigada/A.Contenido.pdf>).

En este sentido cabe apuntar que, a la hora de analizar ciertos comportamientos no verbales de personajes públicos, el análisis de contenido es una técnica que se ajusta perfectamente a este objetivo, ya que lo que se pretende es cuantificar y sistematizar aquellos símbolos no verbales más representativos en función de su comportamiento. De hecho, el análisis de contenido supone aplicar sistemáticamente unas reglas fijadas previamente que sirvan para medir la frecuencia con que aparecen unos elementos de interés en el conjunto de una masa de información seleccionada para estudiar algunos de los aspectos que parecen más útiles de acuerdo a los propósitos de la investigación. Además, este análisis es un instrumento imprescindible para procesar grandes volúmenes de información audiovisual.

Igartua distingue cinco campos de aplicación del análisis de contenido: descripción de los componentes de una información; comprobación de las hipótesis sobre las características de un mensaje; comparación del contenido de los medios con el «mundo real»; evaluación de la imagen de grupos sociales concretos y establecimiento de un punto de partida para los estudios de los efectos de los medios (Igartua Perosanz, 1995: 195). Este trabajo utilizará el análisis de contenido con el objetivo de evaluar la imagen mediática de ciertos personajes públicos a través del análisis de su lenguaje no verbal. Por este motivo, el estudio encaja en el cuarto campo de aplicación, es decir, en la evaluación de la imagen de grupos sociales concretos.

### 3.1.1. La categorización

La pieza clave de todo análisis de contenido es el sistema categorial empleado para ordenar las unidades cuantificadas (Wimmer y Dominick, 1996: 179) que representa dentro del análisis de contenido los denominados símbolos de la comunicación. Cada una de las categorías son características o aspectos que representan aquello a lo que se refiere el texto, también el audiovisual, con el que se trabaja, motivo por el que las categorías pueden ser muchas y muy variadas. De esta manera, cuando se habla de categorización, se refiere a la tarea mediante la que se clasifican los elementos constitutivos de un conjunto por diferenciación a partir de criterios previamente establecidos. Así, a través de esta operación, el texto audiovisual analizado se convierte en un cúmulo de partes susceptibles de un tratamiento individualizado (Berganza Conde y Ruiz San Román, 2005: 217).

Antes de pasar a explicar las categorías, es importante recordar que hay dos tipos: las formales, entre las que figuran el orden de aparición en el texto audiovisual, la duración, la fecha de aparición, etc., y las de contenido, tales como el tema principal y categorías propias del lenguaje no verbal. De esta forma, al conjunto de categorías que se utiliza se denomina código, un concepto que entraña a todas las categorías de acuerdo a criterios lógicos. Las categorías, para estar correctamente definidas, deben contemplar cinco características: exclusión mutua, homogeneidad, pertinencia, claridad y productividad (Berganza Conde y Ruiz San Román, 2005: 218).

Antes de diseñar la ficha de análisis hay que tener en cuenta el concepto de unidad de registro. Se trata del cuerpo de contenido más pequeño en que se cuenta la aparición de una referencia, ya sean palabras, gestos o afirmaciones que interesan localizar y contar (Wimmer y Dominick, 1996: 178). En el caso que nos ocupa, la unidad de registro sería cada uno de los elementos que se someten al proceso de cuantificación y que remite a distintos aspectos del lenguaje no verbal (posturas, gestos y maneras categorizados en la ficha de análisis). El contexto de la unidad es el cuerpo más largo del contenido que puede examinarse al caracterizar la unidad de registro (Berganza Conde y Ruiz San Román, 2005: 221). Por otra parte, la unidad de clasificación es la base sobre la que se analiza el contenido, es decir, la noticia, reportaje, etc., en el que aparezca el personaje analizado. No obstante, hay que tener presente también la unidad de enumeración, o base sobre que se tabula el contenido, que normalmente serán minutos, segundos, etc. (Igartua Perosanz, 2006: 201).

### 3.1.2. El muestreo de los contenidos al azar. El corpus

A la hora de analizar el comportamiento no verbal del personaje que interese a cada investigador es precisa la utilización de una muestra, dada la cantidad de unidades documentales susceptibles de observar. La selección de la muestra se puede realizar siguiendo distintos criterios de inclusión o exclusión, dando lugar a distintos tipos de muestreo (aleatorio, sistemático, estratificado, estratégico, etc.). La mayor parte de los análisis de contenido mediático implica un proceso de muestreo polietápico, con al menos dos fases típicas. La primera fase se refiere al muestreo de las fuentes del material (en el caso que nos ocupa, fotografías de periódicos u otro tipo de publicaciones o cadenas de televisión). En esta etapa el muestreo puede ser aleatorio, sistemático, estratificado, etc. Tras determinar las fuentes se puede pasar a seleccionar las fechas, dependientes de la finalidad del estudio. En la selección de las fechas, el muestreo puede ser también aleatorio, pero en mayor medida suele ser estratégico. La selección del corpus implica por tanto la selección de los medios de comunicación (prensa, televisión, cine, etc.); el marco temporal en el que se efectuará el análisis; la elección de los soportes (tipos de diarios, cadenas de televisión, tipos de largometrajes cinematográficos, etc.) y, por último, la elección de los géneros (informativos, ficción, etc.). En cuanto a la

cifra de ejemplares a incluir en la muestra, dependerá del objeto del trabajo, es decir, de la incidencia del fenómeno estudiado.

### 3.1.3. La codificación. Propuesta de ficha de análisis

La ficha de análisis se centra en el comportamiento kinésico debido a que es el componente de la comunicación no verbal que más datos ofrece acerca de las actitudes, emociones y sentimientos transmitidos por los líderes políticos actuales en marco de la comunicación audiovisual. Una vez llegados a este punto, la codificación se suele efectuar en plantillas, fichas de análisis u hojas de registro preparadas en las que figuran únicamente los códigos de análisis (variables), tal como se muestra en la siguiente tabla. La ficha de análisis propuesta contempla un total de 179 variables agrupadas en diferentes categorías: KINESIA (dividida a su vez en postura: hacia el auditorio y con otras personas; gestos: corporales y faciales; y maneras: de saludar).

Asimismo resulta oportuno indicar que algunos elementos kinésicos analizables que aparecen en la ficha son reproducidos de forma innata o inconsciente por el líder político analizado. De esta forma, la validez de la herramienta se centra en detectar y reflejar la intencionalidad de estos elementos que aplican los sujetos políticos con una finalidad eminentemente persuasiva, con el fin de determinar, como indicábamos al principio, el grado de persuasión desplegado por el sujeto a través de la comunicación no verbal y la eficacia del mismo en el conjunto del mensaje (comunicación verbal y otros elementos propios de la imagen del líder político), convirtiéndose asimismo en una información valiosa para los asesores de imagen de los sujetos analizados, que podrán aconsejar a los líderes modificaciones o intensificaciones en el despliegue de su comunicación no verbal para ajustarlas a la totalidad del mensaje y procurar en la opinión pública el efecto deseado (obtener votos, convencer, influir, etc.).

TABLA 1

Ficha para realizar el análisis kinésico de líderes políticos  
y determinar la significación persuasiva en su mensaje

ANÁLISIS KINÉSICO DE UN OBJETO DE INVESTIGACIÓN	SIGNIFICADO CONCEPTUAL DEL ELEMENTO	SIGNIFICADO PERSUASIVO APLICADO <sup>1</sup> : • POSITIVO • NEGATIVO • NEUTRO	GRADO DE REITERACIÓN: • ALTO • MEDIO • BAJO • NULO
1. POSTURA			
1.1. <i>Hacia el auditorio</i>			
1.1.1. De pie			
Acercamiento	Posición de atención comunicada por una inclinación hacia delante del cuerpo	Su significado persuasivo es positivo puesto que denota atención e interés hacia la audiencia. POSITIVO	
Retirada	Se comunica inclinándose hacia atrás o hacia un lado	Significado persuasivo negativo, muestra rechazo hacia el público. NEGATIVO	
Expansión	Se transmite por la expansión del pecho, tronco recto o inclinado hacia atrás, cabeza erecta y hombros elevados	Es una postura negativa en clave de persuasión. Postura orgullosa, engreída, arrogante o que desprecia. Se relaciona con el desafío, el orgullo y la altivez. NEGATIVO	
Contracción	Se comunica a través de un tronco bastante inclinado hacia delante con la cabeza hundida, los hombros colgando y el pecho hundido	Es una posición depresiva, cabizbaja, abatida. Significado negativo. Se asocia a la depresión y al sometimiento. NEGATIVO	
1.1.2. Sentado			
Erguido	El líder aparece erguido, manteniendo derecha su espalda	Significado positivo. Respeto, atención y emoción positiva. POSITIVO	
Inclinado hacia delante	El político se inclina ligeramente hacia el auditorio	Demuestra atención hacia la audiencia. POSITIVO	
Inclinado hacia atrás	Posición de relajación inclinada hacia atrás	Desinterés hacia el interlocutor. NEGATIVO	
1.1.3. Arrodillado			

1. La significación persuasiva presentada deberá precisarse en función del contexto al que se aplique y del grado de reiteración detectado.

ANÁLISIS KINÉSICO DE UN OBJETO DE INVESTIGACIÓN	SIGNIFICADO CONCEPTUAL DEL ELEMENTO	SIGNIFICADO PERSUASIVO APLICADO <sup>1</sup> : • POSITIVO • NEGATIVO • NEUTRO	GRADO DE REITERACIÓN: • ALTO • MEDIO • BAJO • NULO
1.2. Con otras personas			
1.2.1. De pie			
Acercamiento	Posición de atención comunicada por una inclinación hacia delante del cuerpo	Su significado persuasivo es positivo puesto que denota atención e interés hacia la audiencia. POSITIVO	
Retirada	Se comunica inclinandose hacia atrás o hacia un lado	Postura negativa, de rechazo o repulsa. NEGATIVO	
Expansión	Se transmite por la expansión del pecho, tronco recto o inclinado hacia atrás, cabeza erecta y hombros elevados	Es una postura negativa en clave de persuasión. Postura orgullosa, engreída, arrogante o que desprecia. Se relaciona con el desafío, el orgullo y la altivez. NEGATIVO	
Contracción	Se comunica a través de un tronco bastante inclinado hacia delante con la cabeza hundida, los hombros colgando y el pecho hundido	Es una posición depresiva, cabizbaja, abatida. Significado negativo. Se asocia a la depresión y al sometimiento. NEGATIVO	
Inclusiva	Los brazos, las piernas o el tronco del político incluyen al interlocutor/es	Posición de interés, cercanía y atención. POSITIVO	
No inclusiva	Los brazos, las piernas o el tronco excluyen al interlocutor/es	Posición de rechazo que puede generar desconfianza en el receptor y bloquear la correcta recepción del mensaje. NEGATIVO	
Congruencia	Las posiciones de los interlocutores parecen calcos unas de otras	Acuerdo. POSITIVO O NEUTRO	
Frente a frente	Los interlocutores (político y auditorio) aparecen enfrentados	Implicación en la interacción. POSITIVO O NEUTRO	
Incongruencia	Las posturas de los interlocutores son radicalmente distintas. Ninguno de los gestos de los interlocutores es un reflejo del otro	Desacuerdo. NEGATIVO	
1.2.2. Sentado			
Erguido	El líder aparece erguido, manteniendo derecha su espalda	Significado positivo. Respeto, atención y emoción positiva. Transmite asimismo seguridad. POSITIVO	
Inclinado hacia delante	El político se inclina ligeramente hacia su interlocutor	Demuestra atención y cercanía hacia su interlocutor. POSITIVO	

ANÁLISIS KINÉSICO DE UN OBJETO DE INVESTIGACIÓN	SIGNIFICADO CONCEPTUAL DEL ELEMENTO	SIGNIFICADO PERSUASIVO APLICADO <sup>1</sup> : • POSITIVO • NEGATIVO • NEUTRO	GRADO DE REITERACIÓN: • ALTO • MEDIO • BAJO • NULO
Inclinado hacia atrás	Posición de relajación inclinada hacia atrás	Desinterés hacia el interlocutor. Puede provocar, en su reiteración, rechazo y desconfianza. NEGATIVO	
Inclusiva	Los brazos, las piernas o el tronco del político incluyen al interlocutor/es	Posición de interés, cercanía y atención. POSITIVO	
No inclusiva	Los brazos, las piernas o el tronco excluyen al interlocutor/es	Posición de rechazo que puede generar desconfianza en el receptor y bloquear la correcta recepción del mensaje. NEGATIVO	
Congruencia	Las posiciones de los interlocutores parecen calcos unas de otras	Acuerdo. POSITIVO O NEUTRO	
Frente a frente	Los interlocutores aparecen enfrentados	Implicación en la interacción. POSITIVO O NEUTRO	
Incongruencia	Las posturas de los interlocutores son radicalmente distintas.	Desacuerdo. NEGATIVO	
<b>2. GESTOS</b>			
<b>2.1. Faciales</b>			
<b>2.1.1. Gestos con la cabeza</b>			
Asentimiento		Actitud de acuerdo, afirmación. POSITIVO	
Negación		Actitud de desacuerdo, disgusto. NEGATIVO O NEUTRO	
Volver la cabeza		Actitud poco propensa a la escucha. NEGATIVO O NEUTRO	
Cabeza levantada		Actitud neutral. NEUTRO	
Cabeza alta y hacia atrás		Actitud engreída y prepotente. Genera rechazo. NEGATIVO	
Cabeza ladeada		Sumisión. Puede pretender influir al telespectador simulando una posición de inferioridad. POSITIVO O NEUTRO	
Cabeza hacia abajo		Actitud negativa, crítica o agresiva. Desaprobación y abatimiento. No mirar a los ojos: omisión de la verdad. NEGATIVO	

ANÁLISIS KINÉSICO DE UN OBJETO DE INVESTIGACIÓN	SIGNIFICADO CONCEPTUAL DEL ELEMENTO	SIGNIFICADO PERSUASIVO APLICADO <sup>1</sup> : • POSITIVO • NEGATIVO • NEUTRO	GRADO DE REITERACIÓN: • ALTO • MEDIO • BAJO • NULO
Encogerse de hombros		Protección, desconocimiento, disculpa sumisa. Puede generar incertidumbre al receptor y mostrar falta de autoridad del emisor. NEGATIVO	
La catapulta	Las manos aparecen apoyadas detrás de la cabeza mientras los codos apuntan de forma amenazante hacia fuera	Intimidación, falsa seguridad, dominio. Chulería. NEGATIVO	
Inclinaciones a los lados		Búsqueda de protección. Acentuación del lenguaje verbal. NEUTRO	
Empellones con la barbilla		Acentuación del lenguaje verbal. NEUTRO O POSITIVO	
Señalización		Función indicadora. NEUTRO O POSITIVO	
Cabeza apoyada en los dedos		Interés inteligente. Posición de escucha activa. Genera una imagen dialogante, receptiva y tolerante. POSITIVO	
Barbilla apoyada en la palma de la mano		Desinterés, aburrimiento. NEGATIVO	
<b>2.1.2. La mirada</b>			
Bajar los ojos		Modestia, sumisión, omisión de la verdad. NEGATIVO	
Mirada hacia lo alto o hacia arriba		Clemencia, pretendida inocencia. Evasión. NEGATIVO O NEUTRO	
Mirada de arriba abajo (ojo escudado)		Mirada escrutadora, curiosidad, desprecio. NEGATIVO	
Mirada lateral o de soslayo		Recelo, timidez. Falsedad. Nerviosismo. NEGATIVO	
Mirada firme y franca	Se trata de una mirada sostenida hacia algo	Interés, atención e inteligencia. Capacidad dialogante y tolerante. POSITIVO	
Mirada feroz	Los ojos permanecen muy abiertos mirando a la «víctima» mientras el ceño está fruncido	Encolerizado, asombro, desprecio. Autoritarismo. NEGATIVO	

ANÁLISIS KINÉSICO DE UN OBJETO DE INVESTIGACIÓN	SIGNIFICADO CONCEPTUAL DEL ELEMENTO	SIGNIFICADO PERSUASIVO APLICADO <sup>1</sup> : • POSITIVO • NEGATIVO • NEUTRO	GRADO DE REITERACIÓN: • ALTO • MEDIO • BAJO • NULO
Mirada huidiza	Se observa cuando alguien logra que su mirada coincida con la nuestra y resulta desagradable, motivo por el que se retira la vista	Culpabilidad, timidez, omisión de la verdad. NEGATIVO	
Mirada a través del rabillo del ojo	Consiste en echar un vistazo a alguien sin que se note	Timidez, disimulo, falsedad. NEGATIVO	
Mirada de sorpresa	Se abren los ojos hasta el extremo de que se vea la zona blanca por encima o por debajo del iris	Sorpresa, asombro, exageración. POSITIVO O NEUTRO	
Entrecerrar los ojos		Desprecio, disgusto o desdén. POSITIVO, NEGATIVO O NEUTRO (ver contexto)	
Ojos brillantes	Estos ojos centelleantes presentan la superficie sobrecargada por la secreción de las glándulas lagrimales, normalmente por una emoción que no llega a romper en llanto	Emoción, orgullo, triunfo. Provoca sentimentalismo en el receptor. POSITIVO Angustia, ira. NEGATIVO	
Ojos desenfocados	El individuo mira hacia el infinito	Cansancio, estrés. Provoca sentimentalismo en el receptor. POSITIVO O NEUTRO	
<b>2.1.3. Gestos mano-frente</b>			
Sujetar la cabeza cubriendo el rostro		Depresión, derrota y rechazo. POSITIVO, NEGATIVO O NEUTRO (ver contexto)	
<b>2.1.4. Las cejas</b>			
Bajar las cejas (fruncir el ceño)		Agresividad, actitud defensiva. Desaprobación, belicosidad. NEGATIVO	
Subir las cejas		Asombro, sorpresa, felicidad, escepticismo, negativa, arrogancia, expectativa, aflicción, incomprensión y angustia. POSITIVO, NEGATIVO O NEUTRO (ver contexto)	
Levantar una ceja y bajar otra		Escepticismo, interrogación. NEGATIVO O NEUTRO	
Cejas oblicuas	Hay que realizar de forma simultánea el movimiento de levantar las cejas y unir las	Angustia intensa, dolor crónico. NEGATIVO	
El flash de las cejas	Las cejas se levantan y bajan en tan solo una fracción de segundo	Saludo. Función enfatizadora. POSITIVO O NEUTRO	

ANÁLISIS KINÉSICO DE UN OBJETO DE INVESTIGACIÓN	SIGNIFICADO CONCEPTUAL DEL ELEMENTO	SIGNIFICADO PERSUASIVO APLICADO <sup>1</sup> : • POSITIVO • NEGATIVO • NEUTRO	GRADO DE REITERACIÓN: • ALTO • MEDIO • BAJO • NULO
El multiflash de las cejas	Es una expresión en la que se repite varias veces muy rápido el movimiento de flash de las cejas	Señal de saludo exagerada y cómicamente erótica. Aminora la autoridad del líder. NEGATIVO	
Cejas sorprendidas	Para realizar este movimiento hay que levantar las cejas, mantenerlas un instante en esa posición y volverlas a bajar	Sorpresa ligeramente desagradable. Función de énfasis. POSITIVO O NEUTRO	
2.1.5. La boca			
Sonrisa auténtica	Provoca pliegues en los ojos. Es la que más dura y la más intensa	Sinceridad. POSITIVO	
Sonrisa de temor	Es más horizontal	La emoción no es positiva. NEGATIVO O NEUTRO	
Sonrisa de desdén	Provoca un hoyuelo en las comisuras	Desprecio. NEGATIVO	
Sonrisa amortiguada	Los labios se aprietan	Disimula los sentimientos positivos. NEGATIVO	
Sonrisa triste	Suele ser asimétrica	Hay emociones negativas, indica depresión. NEGATIVO O NEUTRO	
Sonrisa sádica o cruel	Los labios se afinan y se eleva el labio superior	Crueldad. NEGATIVO	
Sonrisa chaplinesca	Los labios se elevan de forma burlona e insolente	Burla. NEGATIVO	
Sonrisa falsa	Asimétrica, sólo abarca la parte inferior del rostro, no aparecen pliegues en los ojos.	Esconde los verdaderos sentimientos. Es la sonrisa del mentiroso. NEGATIVO	
Sonrisa de labios tensos	Los labios forman una línea recta	Disimular la verdad. NEGATIVO	
Sonrisa torcida	La sonrisa se tuerce más hacia un lado de la cara	Emociones opuestas. Sarcasmo	
Sonrisa con mandíbula hacia abajo	La mandíbula inferior se empuja hacia abajo para dar la impresión de que la persona está riendo o jugando	Es una sonrisa afectada y se utiliza para conseguir más votos. A pesar de no ser auténtica, suele ser efectiva. POSITIVO	
2.1.6. Otros gestos con la boca			
La boca hacia abajo		Infelicidad, descontento, depresión, enfado o tensión. NEGATIVO O NEUTRO	
Taparse la boca con la mano		En la reiteración gesto relacionado con el secreto, la evasión y el engaño. NEGATIVO	
Bostezar		Cansancio, sueño, aburrimiento. NEGATIVO	

ANÁLISIS KINÉSICO DE UN OBJETO DE INVESTIGACIÓN	SIGNIFICADO CONCEPTUAL DEL ELEMENTO	SIGNIFICADO PERSUASIVO APLICADO <sup>1</sup> : • POSITIVO • NEGATIVO • NEUTRO	GRADO DE REITERACIÓN: • ALTO • MEDIO • BAJO • NULO
2.1.7. Emociones del rostro			
Alegría	Las comisuras de los labios se colocan hacia atrás y hacia arriba. La boca puede estar abierta o no, con o sin exposición de los dientes. La cara se ensancha y las mejillas se levantan. La arruga naso-labial (que va desde la nariz a la comisura de los labios) baja. Los ojos están brillantes y el color de la cara se aviva. Aparecen arrugas debajo del párpado inferior que a veces aparece levantado. Las arrugas de los ojos (patas de gallo) se dirigen hacia fuera desde el ángulo externo de los ojos	Interpretación positiva ante diversos estímulos ambientales. POSITIVO	
Tristeza	Presenta ángulos interiores de los ojos hacia arriba, comisuras de los labios hacia abajo y en ocasiones labios temblones	Emoción displacentera aunque no siempre negativa. POSITIVO, NEGATIVO O NEUTRO (ver contexto)	
Cólera	Suele aparecer representada por el ceño fruncido, mirada dura, labios apretados; en ocasiones se muestran los dientes	Actitud hostil y agresiva. NEGATIVO	
Asco	Se acompaña de arrugas en la nariz, elevación asimétrica de las comisuras labiales y descenso del labio inferior	Emoción de repugna en la que las sensaciones fisiológicas son más patentes. Se acompaña de arrugas en la nariz, elevación asimétrica de las comisuras labiales y descenso del labio inferior. NEGATIVO	
Sorpresa	Las cejas se levantan, los ojos se abren y la mandíbula se relaja	Reacción emocional neutra ante una situación novedosa o extraña. Desaparece rápidamente. NEUTRO	
Miedo	Se junta el entrecejo, los párpados se alzan en tensión, los ojos se abren desmesuradamente y la boca se contrae hacia atrás	Reacción ante un peligro real. Denota falta de seguridad. NEGATIVO	
Neutral	Los músculos faciales aparecen relajados	Reacción emocional neutra. NEUTRO	
2.2. <i>Corporales</i>			
2.2.1. Gestos con los hombros			
Sacudir los hombros		Aditivo social de la risa. Apariencia de buen humor. POSITIVO	

ANÁLISIS KINÉSICO DE UN OBJETO DE INVESTIGACIÓN	SIGNIFICADO CONCEPTUAL DEL ELEMENTO	SIGNIFICADO PERSUASIVO APLICADO <sup>1</sup> : • POSITIVO • NEGATIVO • NEUTRO	GRADO DE REITERACIÓN: • ALTO • MEDIO • BAJO • NULO
Encogerse de hombros		Incapacidad para sobrellevar una situación. Ignorancia, impotencia o resignación. NEGATIVO	
Dar palmaditas en el hombro		Actitud de enhorabuena. Complicidad con el equipo político. Compañerismo. POSITIVO	
Golpearse los hombros		Saludo a caballo entre un apretón de manos y un abrazo. Se relaciona con la intimidad. POSITIVO	
<b>2.2.2. Gestos con los brazos</b>			
Brazos abajo		Posición neutral. Pero si aparecen desligados del propio cuerpo puede transmitir falta de seguridad, autoridad y credibilidad. NEGATIVO O NEUTRO	
Brazos arriba		Saludo, triunfo. Se logra mayor visibilidad. Vitalidad. POSITIVO Es un gesto de derrota si fuerzan a alguien a adoptarle. NEGATIVO	
Brazos abiertos		Gesto que invita al abrazo, petición de aplauso y apertura a la comunicación. POSITIVO	
Brazos abajo con puños cerrados		Cierta tensión y nerviosismo. NEGATIVO	
Brazos hacia delante con manos que empujan		Rechazo. NEGATIVO	
Brazos hacia delante con puños cerrados		Agresión. NEGATIVO	
Uno o ambos brazos cruzados sobre el pecho		Se identifica con actitudes defensivas ante el interlocutor. NEGATIVO	
Cruce de brazos reforzado	Incluye los puños cerrados	Hostilidad y postura defensiva. NEGATIVO	
El abrazo de los dos brazos	Las manos de la persona rodean con fuerza los antebrazos para evitar la exposición de la parte frontal del cuerpo	Es una actitud reprimida y negativa. Provoca rechazo. Bloquea la interacción con el receptor. NEGATIVO	

ANÁLISIS KINÉSICO DE UN OBJETO DE INVESTIGACIÓN	SIGNIFICADO CONCEPTUAL DEL ELEMENTO	SIGNIFICADO PERSUASIVO APLICADO <sup>1</sup> : • POSITIVO • NEGATIVO • NEUTRO	GRADO DE REITERACIÓN: • ALTO • MEDIO • BAJO • NULO
Cruce de brazos con pulgares hacia arriba		Orgullo de sí mismo y control de la situación. Protección. POSITIVO	
Cruce de brazos simétrico		Posición defensiva pero sumisa. NEGATIVO	
Estrechar la mano con uno mismo (cremallera rota)	Se cruzan los brazos a la altura de los genitales.	Derrota y vulnerabilidad. NEGATIVO	
Formas camufladas de cruzar los brazos	Los brazos sujetan bolsos, pulseras, relojes o gemelos, etc.	Nerviosismo, ansiedad o aprensión. NEGATIVO	
Frotar las manos		Actitud ansiosa. Autoritarismo. NEGATIVO	
Colocar el puño de la camisa		Ansiedad o timidez. NEGATIVO	
<b>2.2.3. Señales especializadas con los brazos</b>			
Saludo elevado		Se utiliza para ser visible a gran distancia. Los políticos suelen recurrir a este tipo de saludo en mítines y actos de partido. POSITIVO O NEUTRO	
Saludo con el puño en alto		Símbolo del poder revolucionario activo. En la reiteración puede resultar extremista. NEGATIVO O NEUTRO	
Brazos banderines		Aparecen cuando es necesario hacer señales a alguien a gran distancia. Los políticos suelen recurrir a este tipo de saludo en mítines y actos de partido. POSITIVO O NEUTRO	
<b>2.2.4. Gestos con las manos</b>			
Palma de la mano hacia arriba		Transparencia, honestidad. Capacidad de diálogo. Tolerancia. POSITIVO	
Palma de la mano hacia abajo		Autoridad inmediata. Tiranía. Escasa capacidad de diálogo. Intolerancia. Rechazo. NEGATIVO	
Palma de la mano cerrada con dedo apuntando	Se utiliza cuando una persona golpea figuradamente a alguien como signo de sumisión o amenaza	Extremismo. Autoritarismo. Intolerancia. NEGATIVO	

ANÁLISIS KINÉSICO DE UN OBJETO DE INVESTIGACIÓN	SIGNIFICADO CONCEPTUAL DEL ELEMENTO	SIGNIFICADO PERSUASIVO APLICADO <sup>1</sup> : • POSITIVO • NEGATIVO • NEUTRO	GRADO DE REITERACIÓN: • ALTO • MEDIO • BAJO • NULO
Puño cerrado levantado		Gesto relacionado con la amenaza, la agresividad y el enfado. NEGATIVO	
Ambos puños cerrados		Agresividad y hostilidad. NEGATIVO	
Manos unidas		Muestra una actitud reprimida, ansiosa o negativa. Existe una correlación entre la altura a la que se colocan las manos y el nivel de frustración de la persona (cuanto más arriba, más frustración). NEGATIVO	
El campanario	Los dedos de una mano presionan ligeramente los de la otra formando un campanario	Confianza y seguridad. POSITIVO	
Manos unidas a la espalda		Confianza, la superioridad y el poder. Representa ausencia de miedo. POSITIVO	
Mano que sujeta la muñeca		Frustración e intento de autocontrol. NEGATIVO	
Mano que sujeta el brazo		Enojo y frustración. NEGATIVO	
Enseñar los pulgares		Dominio, aseveración o actitudes agresivas. NEGATIVO	
Gestos con las manos ilustradores	Son aquellos movimientos que se emplean para hacerse entender y para enfatizar ciertas partes del discurso. Aparecen de forma simultánea al discurso y su función es la de acompañar e ilustrar lo que se dice verbalmente		
Ilustradores bastones/batuta	Suelen marcar el ritmo del mensaje con las manos	Se utilizan para remarcar alguna parte concreta del discurso, para dar énfasis al mismo. POSITIVO	
Ilustradores ideógrafos	Dibujan una dirección del pensamiento	Suelen acompañar a la expresión de ideas discursivas o de tipo abstracto. NEUTRO	
Ilustradores apuntadores	Son movimientos deícticos que muestran algo dirigiéndose a algo o a alguien. Sirven por tanto para señalar la situación espacial o para identificar a una persona o cosa	Pueden resultar amenazantes. NEGATIVO O NEUTRO	

ANÁLISIS KINÉSICO DE UN OBJETO DE INVESTIGACIÓN	SIGNIFICADO CONCEPTUAL DEL ELEMENTO	SIGNIFICADO PERSUASIVO APLICADO <sup>1</sup> : • POSITIVO • NEGATIVO • NEUTRO	GRADO DE REITERACIÓN: • ALTO • MEDIO • BAJO • NULO
Ilustradores espaciales	Describen un espacio que es nombrado verbalmente, normalmente el tamaño o la forma de algo	Ayudan a ilustrar el discurso verbal. POSITIVO	
Ilustradores pictógrafos	El movimiento indica distancia entre la gente, los objetos o las ideas	Ayudan a describir el aspecto formal del contenido verbal. Se utilizan tanto para enfatizar el mensaje oral (dibujar la silueta de un objeto que le gusta al emisor) o para completarlo (dibujar un rectángulo para simbolizar una caja). POSITIVO	
Ilustradores manos ventosa	Se unen las yemas de los dedos de ambas manos	Es un ilustrador que transmite tranquilidad, aplomo y seguridad. POSITIVO	
Ilustradores kinetográficos	Son los gestos de la mano o del brazo que acompañan a verbos y oraciones que describen movimientos simples o complejos	Acompañan a los verbos y a las oraciones que describen movimientos. POSITIVO	
2.2.5. Gestos con los dedos			
EL PULGAR			
El pulgar que indica que todo va bien	Se representa con el pulgar hacia arriba	Significa que todo va bien. POSITIVO	
EL ÍNDICE			
El dedo índice oscilante		Se utiliza para marcar el ritmo del discurso, para negar o para señalar algo o a alguien. POSITIVO O NEUTRO	
El dedo índice amenazador	Es un gesto que suelen utilizar los individuos agresivos o pomposos en el transcurso de discusiones airadas como una vara simbólica con la que golpean a sus enemigos	Es un gesto que suelen utilizar los <i>políticos cuando muestran actitudes agresivas</i> en el transcurso de discusiones airadas como una vara simbólica con la golpean a sus enemigos. NEGATIVO O NEUTRO	

ANÁLISIS KINÉSICO DE UN OBJETO DE INVESTIGACIÓN	SIGNIFICADO CONCEPTUAL DEL ELEMENTO	SIGNIFICADO PERSUASIVO APLICADO <sup>1</sup> : • POSITIVO • NEGATIVO • NEUTRO	GRADO DE REITERACIÓN: • ALTO • MEDIO • BAJO • NULO
COMBINACIONES DE DEDOS			
El gesto del anillo	Para realizar este gesto es preciso unir el pulgar y el índice formando un círculo y dejar estirados el resto de dedos apuntando hacia arriba	En España significa que todo va bien («todo Ok»). Los oradores que mientras hablan muestran el gesto de «Ok» suelen ofrecer una imagen autoritaria pero no agresiva. Actitud reflexiva y centrada. POSITIVO	
Signo de la «v»	Para mostrarlo el dedo índice y corazón han de permanecer estirados hacia arriba formando una «V» mientras que el resto se encoge en la palma de la mano	En la mayor parte de Europa significa «victoria». POSITIVO	
2.2.6. Gestos con el pecho			
Representación del yo	El tórax simboliza el «yo» cuando alguien quiere aludir al concepto de sí mismo	Confianza en uno mismo. POSITIVO O NEUTRO	
Autoabrazo		Es un gesto que se exhibe en momentos de efusividad. POSITIVO O NEUTRO	
Poner la mano sobre el pecho		Es un gesto de lealtad y sirve también para sellar juramentos. Es muy utilizado por los políticos de Estados Unidos cuando escuchan el himno o juran el cargo. POSITIVO	
2.2.7. Gestos con la espalda			
Estar de pie o con las manos en la espalda		Gesto unido a la confianza, la autoridad y el poder. Representa ausencia de miedo. POSITIVO	
Dar una palmadita en la espalda		Es una felicitación casi universal aunque también es un gesto de consuelo, amistad o buen humor. POSITIVO	
2.2.8. Gestos con las piernas			
Piernas separadas de pie		Estabilidad, confianza y autoridad. POSITIVO	
Piernas juntas de pie		Posición que tiene un aire de formalidad, cortesía, remilgo o subordinación. Imprime la sensación de inhibida corrección. NEGATIVO	

ANÁLISIS KINÉSICO DE UN OBJETO DE INVESTIGACIÓN	SIGNIFICADO CONCEPTUAL DEL ELEMENTO	SIGNIFICADO PERSUASIVO APLICADO <sup>1</sup> : • POSITIVO • NEGATIVO • NEUTRO	GRADO DE REITERACIÓN: • ALTO • MEDIO • BAJO • NULO
El pie adelantado		El pie indica la dirección que a la cabeza del individuo le gustaría seguir, igual que si fuera a echar a andar. Imprime una sensación de estar a disgusto. NEGATIVO	
Piernas cruzadas <i>sentado</i>		Informalidad. Las piernas cruzadas también demuestran una actitud cerrada, sumisa o a la defensiva ya que simbólicamente niegan el acceso a los genitales	
Cruce tobillo-tobillo		Es la postura más recatada formal debido a que el cruce es casi imperceptible y la posición no difiere apenas de la de piernas juntas. Indica que el individuo está reprimiendo una emoción negativa. NEGATIVO	
Cruce pantorrilla-pantorrilla		Formalidad y corrección. NEUTRO	
Cruce rodilla-rodilla		Es la primera de las posturas informales y es además la más recurrente en situaciones sociales de la vida cotidiana. Transmite sosiego. POSITIVO	
Cruce muslo-muslo		Se trata de una versión exagerada de la postura anterior en la que las piernas se aprietan la una contra la otra lo máximo posible. Es muy habitual entre las mujeres. POSITIVO	
Cruce pantorrilla-rodilla		Al tratarse de una postura eminentemente masculina es una de las preferidas de los hombres que quieren parecer muy machos ante su entorno. POSITIVO O NEUTRO	
Cruce tobillo-rodilla		Indica ánimo combativo. POSITIVO O NEUTRO	

ANÁLISIS KINÉSICO DE UN OBJETO DE INVESTIGACIÓN	SIGNIFICADO CONCEPTUAL DEL ELEMENTO	SIGNIFICADO PERSUASIVO APLICADO <sup>1</sup> : • POSITIVO • NEGATIVO • NEUTRO	GRADO DE REITERACIÓN: • ALTO • MEDIO • BAJO • NULO
Cruce tobillo-muslo		En EE.UU. el cruce tobillo-muslo se conoce como figura del cuatro. Así, los hombres que se sientan de esta manera son percibidos como dominantes, juveniles y relajados. POSITIVO	
Piernas retorcidas	En este cruce, una pierna se retuerce alrededor de la otra y se sujeta con el pie contra la pantorrilla, siendo una postura más bien femenina	Característica de personas tímidas e introvertidas. NEGATIVO	
Sentarse a horcajadas	Cuando alguien se sienta a horcajadas en un asiento, el respaldo de la silla actúa como un escudo que protege el cuerpo	Agresividad y dominio. NEGATIVO	
Posición de salida	Los gestos de estar preparado y que indican el deseo de terminar una reunión incluyen el inclinarse hacia delante con ambas manos sobre las rodillas así como de inclinarse hacia delante con las manos agarradas a la silla	Deseo de huir. NEGATIVO	
Genuflexión		Es un gesto de sumisión hacia alguien. NEUTRO	
Pierna hacia delante apuntando al interlocutor		Cuando a un individuo le interesa una persona o una conversación, adelanta un pie para acortar la distancia que le separa de esa persona. POSITIVO	
Pierna hacia atrás evitando a la otra persona		Reticencia, desinterés. NEGATIVO	
<b>2.2.9. Movimientos de pies</b>			
Golpear el pie con impaciencia		Comunica urgentes deseos de huir aunque en ocasiones queda reducida a un simple movimiento con los dedos que se levantan y bajan de forma imperceptible. NEGATIVO	
Patada múltiple en el aire		Cuando alguien no se está precisamente divirtiendo expresa su estado de ánimo con una patada múltiple en el aire. El sujeto parece querer golpear al culpable de su hastío. NEGATIVO	

ANÁLISIS KINÉSICO DE UN OBJETO DE INVESTIGACIÓN	SIGNIFICADO CONCEPTUAL DEL ELEMENTO	SIGNIFICADO PERSUASIVO APLICADO <sup>1</sup> : • POSITIVO • NEGATIVO • NEUTRO	GRADO DE REITERACIÓN: • ALTO • MEDIO • BAJO • NULO
El pataleo		Protesta y abucheo. Indica un deseo de escabullirse sin ser advertido. NEGATIVO	
2.2.10. Combinaciones de gestos			
GESTOS DE ENGAÑO			
Taparse la boca		Normalmente la mano tapa la boca porque subconscientemente el cerebro le ordena que intente eliminar las palabras de engaño que la palabra dice. Alerta de la existencia de algo que se oculta. NEGATIVO	
Taparse la nariz		Esta acción debería interpretarse dentro del contexto (ya que las personas que lo realizan podrían sufrir alergia o estar resfriadas). Se relaciona con el engaño. NEGATIVO	
Frotarse el ojo		Es un gesto en el que el cerebro intenta bloquear la visión de un engaño, de una duda o de algo desagradable o de evitar tener que mirar al rostro del individuo al que se le dice la mentira. NEGATIVO	
Tocarse la oreja		Acción que intenta bloquear las palabras que el sujeto está escuchando. Puede ser una señal que indica que la persona que lo practica ya ha escuchado bastante o que quiere hablar. Denota ansiedad. NEGATIVO	
Rascarse el cuello		Este gesto indica duda o incertidumbre siendo característico de la persona que no está segura de estar de acuerdo con lo que escucha. NEGATIVO	

ANÁLISIS KINÉSICO DE UN OBJETO DE INVESTIGACIÓN	SIGNIFICADO CONCEPTUAL DEL ELEMENTO	SIGNIFICADO PERSUASIVO APLICADO <sup>1</sup> : • POSITIVO • NEGATIVO • NEUTRO	GRADO DE REITERACIÓN: • ALTO • MEDIO • BAJO • NULO
Tirar del cuello de la camisa		El engaño provoca picor en los tejidos del rostro y el cuello invitando al sujeto a rascarse. Las personas inseguras o que mienten y sospechan que las han descubierto suelen tirarse del cuello de la camisa. Este gesto puede aflorar cuando el individuo se enfada o se siente frustrado. NEGATIVO	
<b>GESTOS DE ABURRIMIENTO</b>			
Mano apoyada en la cabeza		Señal inequívoca de que al sujeto le ha comenzado a invadir el aburrimiento. NEGATIVO	
<b>GESTOS DE EVALUACIÓN</b>			
Mejilla o barbilla sobre la mano con índice hacia arriba		Gesto de evaluación que aparece durante la escucha. POSITIVO O NEUTRO	
Dedo índice hacia la mejilla y el pulgar sostiene la barbilla		Se relaciona con pensamientos negativos o críticos acerca de la persona que está exponiendo. NEGATIVO	
Acariciarse la barbilla		Transmite o bien que la persona escucha o que está tomando decisiones. Reflexividad. Serenidad. POSITIVO O NEUTRO	
<b>2.2.11. Gestos para andarse con rodeos</b>			
Llevarse a la boca la varilla de las gafas, bolígrafos o dedos		El objeto posibilita que el sujeto pueda andarse con rodeos para no dar una respuesta inmediata. NEUTRO	
<b>2.2.12. Otros</b>			
Rascarse la nuca		Surge cuando el individuo se siente frustrado o tiene miedo. NEGATIVO	

ANÁLISIS KINÉSICO DE UN OBJETO DE INVESTIGACIÓN	SIGNIFICADO CONCEPTUAL DEL ELEMENTO	SIGNIFICADO PERSUASIVO APLICADO <sup>1</sup> : • POSITIVO • NEGATIVO • NEUTRO	GRADO DE REITERACIÓN: • ALTO • MEDIO • BAJO • NULO
2.2.13. Gestos con el bigote y la barbilla			
Atusar y retorcer el bigote		Acciones de arreglo personal. Aparecen en situaciones de cortejo. Puede generar nerviosismo en el receptor. NEUTRO O NEGATIVO	
Acariciarse la barbilla		Se atribuye a la reflexión. POSITIVO	
2.2.14. Movimientos en conjunto			
Movimientos bruscos/agresivos		Movimientos en los que la actitud dominante es agresiva y hostil. NEGATIVO	
Movimientos nerviosos		Actitud general que denota duda, inseguridad y nerviosismo. NEGATIVO	
Movimientos tranquilos		Es la actitud predominante en individuos pausados, tranquilos y sosegados. POSITIVO O NEUTRO	
Movimientos firmes/seguridad/aplomo		Movimientos que, sin ser agresivos, transmiten seguridad, aplomo y credibilidad. POSITIVO	
3. LAS MANERAS			
3.1. <i>Maneras de saludar</i>			
3.1.1. El saludo de contacto			
DAR LA MANO			
Posición de mano superior	Forma de estrechar la mano en la que el dominio se transmite llevando a cabo un giro en la mano de tal modo que la palma quede mirando hacia abajo. Es precisamente la mano situada encima lo que comunica que ese sujeto desea controlar y dominar el encuentro.	Control y dominio. POSITIVO	
Palma de la mano superior hacia abajo	Reminiscencia del saludo nazi. Está considerado el apretón de manos más agresivo debido a que no ofrece al receptor apenas oportunidades de entablar una interacción igualitaria.	Surge de personalidades autoritarias y dominantes. NEGATIVO	

ANÁLISIS KINÉSICO DE UN OBJETO DE INVESTIGACIÓN	SIGNIFICADO CONCEPTUAL DEL ELEMENTO	SIGNIFICADO PERSUASIVO APLICADO <sup>1</sup> : • POSITIVO • NEGATIVO • NEUTRO	GRADO DE REITERACIÓN: • ALTO • MEDIO • BAJO • NULO
Saludar desde el lado izquierdo para los medios	Forma de saludar en la que quien se sitúa al lado izquierdo de la imagen se percibe como dominante por parte de los espectadores debido a que es más fácil lograr la posición de mano superior, aparentando llevar el control	Control y dominio. POSITIVO	
Apretón de manos doble	Incrementa la cantidad de contacto físico ofrecido por quien lo inicia y proporciona cierto grado de control y dominio sobre el receptor ya que restringe su mano derecha.	Imagen de confianza y honestidad. POSITIVO Si resulta exagerado puede generar falsedad y desconfianza. NEGATIVO	
Apretón de manos con agarrón de muñeca		Establece vínculos relacionados con la intimidad. Aceptable entre dos personas del equipo. POSITIVO	
Apretón de manos con agarrón de codo		Establece vínculos relacionados con la intimidad. Aceptable entre dos personas del equipo. POSITIVO	
Apretón de manos con agarrón de hombro		Muestra un grado mayor de intimidad pudiendo concluir en un abrazo. POSITIVO	
Apretón de manos ofreciendo la mano hacia arriba		Actitud habitual entre personas que quieren dar el control de la situación a su interlocutor o cuando se pretende pedir disculpas. NEGATIVO	
Apretón de manos de igual a igual	Las palmas de las manos de ambos integrantes están en posición vertical	Sensación de igualdad y respeto. POSITIVO	
Abrazo		Se trata de una forma de saludar muy amistosa. Complicidad y trabajo en equipo si se realiza entre los miembros de un mismo equipo. POSITIVO	
Abrazo con palmadas en la espalda		Saludo muy común entre los hombres que mantienen buena amistad. Complicidad y trabajo en equipo si se realiza entre los miembros de un mismo equipo. POSITIVO	

Fuente: Elaboración propia.

### 3.1.4. Análisis estadístico de datos e informe de investigación

La última fase del proceso pasa por el análisis estadístico y la redacción del informe de conclusiones. Para la codificación de los datos se aconseja utilizar un sistema binario de presencia-ausencia en el que el valor 1 atiende a la presencia de la variable y el 0 a la ausencia de la misma. Una vez codificado el material, se recogen las fichas de análisis y se transcriben sus datos a un fichero informático. Dicho archivo contendrá la matriz de datos. Existen diversos soportes informáticos que permiten almacenar datos, siendo Excel o SPSS dos de los más apropiados. La cuantificación se basa en la estadística descriptiva univariada (frecuencias y porcentajes). El análisis de frecuencias en porcentajes se efectúa observando el número de veces que aparece un mismo valor de una variable. Tras determinarlo, es recomendable trabajar con tantos por ciento, ya que facilita la comparación de los resultados.

## 4. APLICACIÓN PRÁCTICA DE LA PROPUESTA Y RESULTADOS

El método de análisis propuesto puede utilizarse, como se ha señalado anteriormente, para detectar la comunicación no verbal estratégica y persuasiva de los líderes políticos en un contexto mediático audiovisual, resultado en este contexto más efectivo por ser la televisión el medio de referencia por los asesores de comunicación de los distintos partidos a la hora de preparar, estratégicamente, las intervenciones de sus líderes políticos, confiando en el impacto y la notoriedad que despliega este medio de comunicación. Esta ficha de análisis se ha aplicado en varias investigaciones realizadas, individual o conjuntamente, por las autoras del artículo para determinar la significación estratégica de distintos líderes políticos en contextos televisivos, obteniendo resultados significativos.

Como ejemplo, presentamos los resultados de un trabajo de investigación a través del cual pudimos analizar el comportamiento kinésico exhibido por el candidato socialista, José Luis Rodríguez Zapatero, y por el del Partido Popular, Mariano Rajoy Brey, durante su intervención en los debates celebrados con motivo de las elecciones generales en España de marzo de 2008, emitidos en la Primera Cadena de Televisión Española, que contaron con una audiencia del 59,1% y 53,3%, pudiendo valorarse de esta forma la alta repercusión de sus intervenciones en la opinión pública. En este caso concreto se presentan los resultados relativos al comportamiento postural y facial (tipos de miradas) en uno y otro debate. Este análisis podría efectuarse de la misma manera con el resto de variables contempladas en la ficha.

FIGURA 1

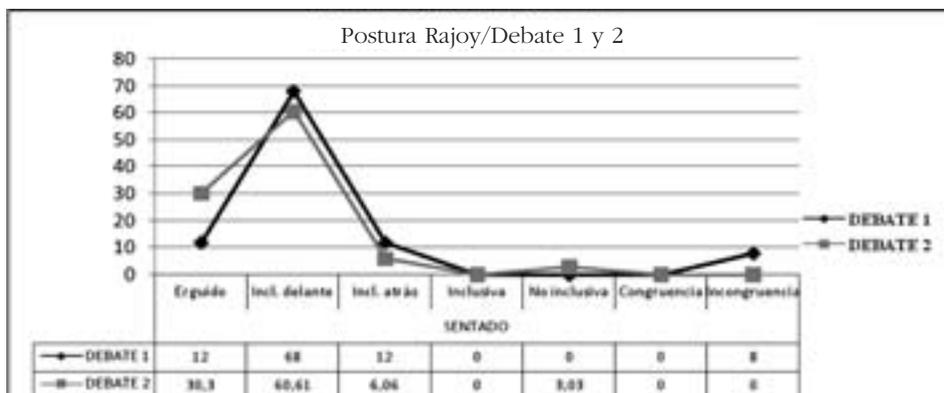
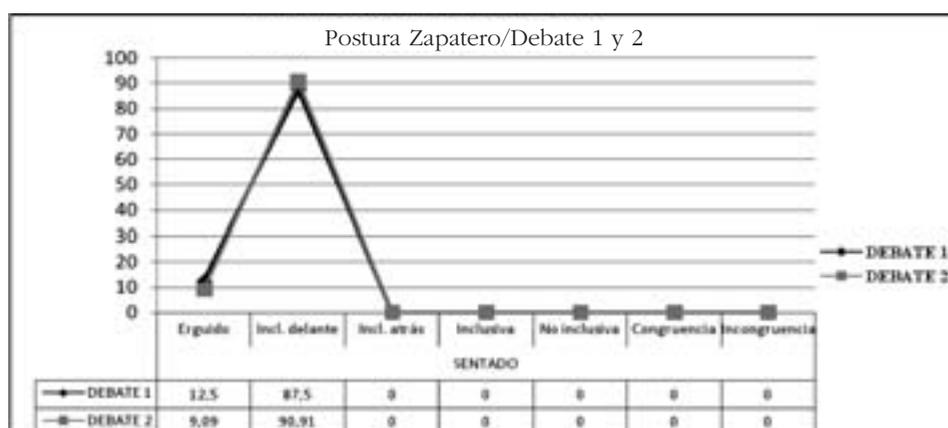


FIGURA 2



Como puede observarse, las Figuras 1 y 2 muestran el porcentaje de aparición de los diferentes tipos de posturas codificados en la ficha de análisis (en este caso, como los candidatos aparecían sentados ante las cámaras, se contempló tan sólo esa posición junto a las siguientes subvariables: erguido, inclinado hacia delante, inclinado hacia atrás, inclusiva, no inclusiva, congruencia e incongruencia).

FIGURA 3

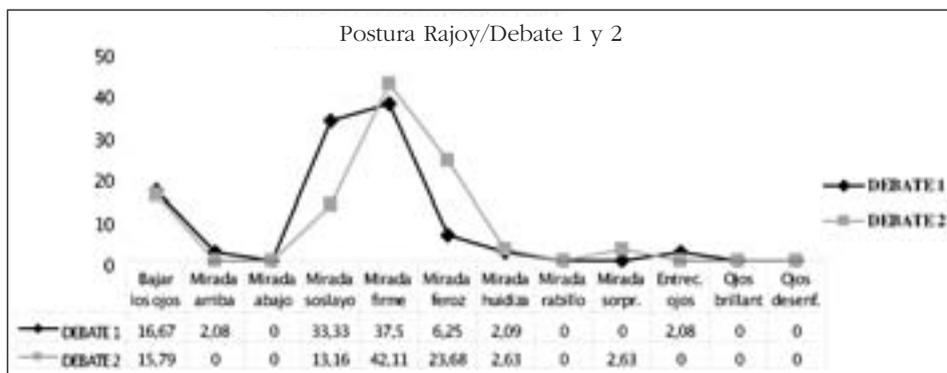
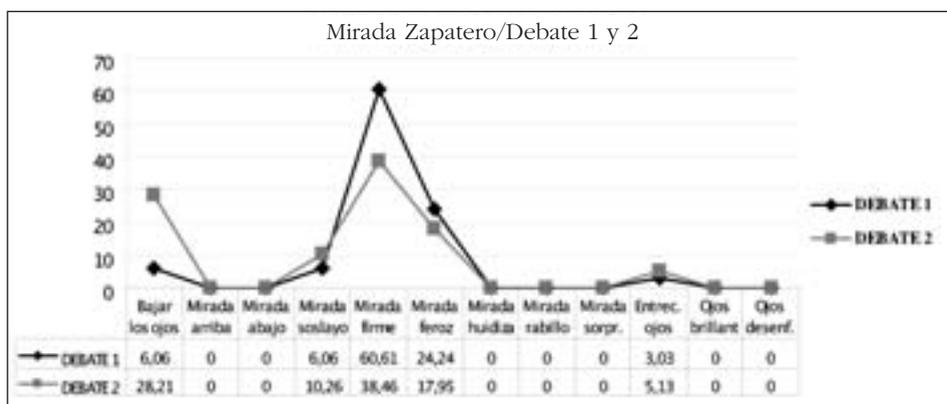


FIGURA 4



La interpretación de los resultados referente a la significación estratégica de la comunicación kinésica de los candidatos políticos nos permitió descubrir que, respecto a la postura, ambos candidatos, tanto en el primer como en el segundo debate, mostraron posiciones adecuadas que les permitieron transmitir emociones positivas como atención y respeto. Así, en el caso de Mariano Rajoy, en el primer encuentro exhibió desde su asiento y de forma mayoritaria (70%) una inclinación hacia delante, posición que indica atención e interés. Asimismo, pero en menor medida, también apareció ante las cámaras erguido (10%), lo que denota atención y respeto hacia su oponente e inclinado hacia atrás (10%) que simboliza una actitud de rechazo, aspecto que, en caso de ejercitarse de forma reiterada, podría perjudicar la

construcción de su imagen como político dialogante, aspecto altamente valorado por la opinión pública.

El análisis postural del segundo debate muestra en cambio a un Rajoy inclinado hacia delante (60%), una actitud valorada positivamente por el telespectador, pero más erguido (30%), una posición de respeto. Sin embargo, al analizar el lenguaje postural de Zapatero hay que subrayar que mostró un comportamiento idéntico en ambos debates, un aspecto que puede indicar una preparación consciente a la hora de exhibir ante las cámaras un determinado comportamiento. Los resultados confirman que en ambos debates apareció inclinado hacia delante un 90% del tiempo, una actitud que denota atención hacia su oponente, lo cual le permite mostrar una actitud tolerante y abierta al diálogo, actitud que ejerce persuasión sobre la opinión pública; además, el resto del tiempo (10%) se mostró erguido (respeto).

Asimismo, las representaciones gráficas de las Figuras 3 y 4 muestran el índice de aparición de los diferentes tipos de miradas durante las intervenciones en el debate de ambos candidatos. Al respecto, es importante detenerse en la omnipresente mirada lateral que Rajoy exhibió durante el primer debate (35%), un tipo de mirada que tiene que ver con el recelo y la timidez y que no favoreció la comunicación estratégica del líder popular, puesto que, en un intento de controlar el tiempo (tenía a la izquierda, respecto a su posición en el plató de televisión, un cronómetro), mostró una imagen insegura que se disocia de un valor primordial que debe mostrar todo líder político: la seguridad. Otros tipos de miradas fueron la firme y franca (35%), una de las más apropiadas puesto que simboliza interés y atención; mirada hacia abajo (15%), consecuencia de seguir el guión del que se ayudó en sus intervenciones pero que aminora la credibilidad y la capacidad de conectar con el telespectador; y la mirada feroz, una mirada agresiva, estratégicamente muy negativa, que durante el primer encuentro tan sólo pudo verse el 5% del total del tiempo. Cabe apuntar no obstante que Rajoy corrigió la mayoría de los errores cometidos sobre esta variable en el segundo encuentro, en el que disminuyó la frecuencia de la mirada lateral (15%), sobresalió la mirada firme y franca (40%) y se mostró más agresivo a través de miradas feroces lanzadas a Zapatero (25%), un aspecto que le otorgó una imagen dura y crispada, estratégicamente incorrecta para persuadir al electorado, muy alejada del mensaje optimista verbal y no verbal al que recurrió Zapatero. Por otro lado, las miradas del líder socialista se repartieron entre la firme y franca (60% en el primer debate y 40% en el segundo) y la feroz (la agresividad fue algo mayor en el primer encuentro -25% frente a 20%-). Es preciso señalar al respecto que la utilización de una mirada feroz en porcentajes superiores al 20% podría devaluar la imagen dialogante y amable que pretendió construir el líder socialista a través de otras variables de su comunicación no verbal, apoyadas por el mensaje verbal y de conjunto.

En esta misma investigación se analizaron los códigos estratégicos de la sonrisa, las emociones expresadas a través del rostro, los movimientos de brazos y manos, así como los movimientos realizados en conjunto por los dos líderes políticos en los debates electorales. Valorando la capacidad estratégica del total de la

comunicación kinésica desplegada por ambos políticos se pudo concluir que existe una mayor significación persuasiva, en la activación de su comunicación verbal, en el caso del líder socialista existiendo además una mayor concordancia de estos elementos con la comunicación verbal desplegada y con los otros campos adscritos a la comunicación no verbal.

Asimismo, tal y como se manifiesta en los resultados de esta investigación, estamos en disposición de afirmar que la ficha de análisis presentada puede aplicarse de forma conjunta o parcelada, es decir, pueden estudiarse individualmente aspectos como la postura, gestos o maneras, con las subdivisiones conceptuales que presentan cada uno de estos campos o, por el contrario, puede establecerse una valoración conjunta de todos ellos que aportará, indiscutiblemente, una mayor solidez al resultado que desprenda la investigación realizada, pudiendo establecerse además una interrelación valorativa entre todos los elementos y resultados obtenidos.

## 5. CONCLUSIONES

Tras la exposición de la fundamentación teórica metodológica y práctica, este último apartado recoge las principales conclusiones extraídas de las mismas:

1. La comunicación no verbal es un componente clave a la hora de transmitir un discurso ante los medios audiovisuales. Son varias las investigaciones que apuntan a que entre el 60 y el 70% de la información que se recibe en el transcurso de una interacción llega a través de canales no verbales. Este estudio se ha detenido en el diseño de un modelo de análisis del comportamiento kinésico porque se trata de la categoría que más información aporta acerca de las actitudes y estados emocionales de los líderes políticos.
2. El modelo de análisis presentado va a permitir formar a personas críticas en la materia, capaces de leer el mensaje global desplegado por un líder político en su intervención pública y de detectar los elementos estratégicos subyacentes a la comunicación no verbal desplegada por los políticos, es decir, su grado de persuasión. De esta forma, se podrán decodificar los elementos constituyentes de este mensaje persuasivo, en aras de detectar los componentes informativos del mensaje emitido y aquellos que se conforman de acuerdo a los principios de la publicidad y el marketing político. También puede resultar práctico este modelo de análisis para todos los expertos que trabajan en el campo de la asesoría de imagen de líderes políticos ya que en su aplicación y estudio continuado pueden advertirse aspectos clave (positivos, negativos o neutros) de los líderes políticos que pueden corregirse para lograr construir un mensaje más adecuado a los objetivos estratégicos propuestos.
3. El análisis de contenido es una técnica idónea para el estudio del lenguaje kinésico que despliegan los personajes públicos ante los medios debido a que permite conocer la estructura y los componentes del mensaje mediático. Esta

técnica posibilita por tanto la sistematización de aquellos símbolos no verbales más representativos en función de su comportamiento. En concreto, la metodología propuesta encaja en una de las líneas de aplicación contemplada por este tipo de análisis: la evaluación de la imagen de los grupos sociales concretos.

4. La herramienta propuesta en este artículo está orientada a diferentes aplicaciones cuyo objetivo pasa por el análisis de la imagen de los personajes públicos que utilizan a los medios de comunicación como plataforma para alcanzar una máxima efectividad en su mensaje, desde la repercusión que pueda alcanzar su mensaje, especialmente a través de la televisión por ser el medio de máximo impacto en la opinión pública en la actualidad. La aplicación de la ficha y el método en el análisis de personajes públicos que actúan habitualmente en televisión dará resultados más significativos a la hora de determinar el grado de significación estratégica, ya que la efectividad del mensaje de líderes políticos o personajes públicos pasa por una adecuación al lenguaje audiovisual de su comunicación verbal y no verbal, por ser la televisión el medio de impacto por excelencia.
5. La ficha de análisis presentada puede aplicarse en una investigación tomando como referencia únicamente el lenguaje no verbal del sujeto analizado o combinarse con otros estudios centrados en la comunicación verbal u otros aspectos que puedan influir en construcción de la imagen de un líder político (como por ejemplo los aspectos propios de la realización televisiva). Este análisis kinésico puede llevarse también a la práctica en otros campos distintos al político, como el cinematográfico o el televisivo (desde el análisis, por ejemplo, del comportamiento kinésico de los presentadores de televisión). El análisis conjunto de la comunicación verbal y la no verbal, desde las esferas de la kinesia, la proxémica, el paralenguaje, aspecto físico y apariencia, arrojará resultados precisos sobre la significación persuasiva de un personaje público.

#### BIBLIOGRAFÍA

- Argyle, M. (1987). *Psicología del comportamiento interpersonal*. Madrid: Alianza.
- (2001). *Análisis de la interacción*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Baylon, C. y Mignot, X. (1996). *La comunicación*. Madrid: Cátedra.
- Berganza Conde, M.<sup>a</sup> R. y Ruiz San Román, J. A. (2005). *Investigar en comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación*. Madrid: McGraw Hill.
- Birdwhistell, R. (1979). *El lenguaje de la expresión corporal*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Bucher, H. (1978). *Estudio de la personalidad del niño a través de la exploración psicomotriz*. Barcelona: Toray-Masson.
- Cáceres, M.<sup>a</sup> D. (2003). *Introducción a la comunicación interpersonal*. Madrid: Síntesis.
- Fast, J. (1979). *El lenguaje del cuerpo*. Barcelona: Kairós.

- García Fernández, J. L. (2000). *Comunicación no verbal, periodismo y medios audiovisuales*. Madrid: Universitas.
- Harrison Randall, P. (1974). *Beyond Words*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Igartua Perosanz, J. J. (2006). *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Barcelona: Bosch.
- Knapp, M. L. (1995). *La comunicación no verbal, el cuerpo y el entorno*. Barcelona: Paidós.
- Moral, F. e Igartua, J. J. (2005). *Psicología de la comunicación. Aspectos teóricos y prácticos*. Málaga: Aljibe.
- Morris, D. (1990). *El hombre al desnudo. Una sorprendente visión del cuerpo humano*. Barcelona: Círculo de Lectores.
- Neil, S. y Caswell, C. (2005). *La expresión no verbal en el profesorado*. Barcelona: Octaedro.
- Nierenberg, G. I. y Calero, H. H. (1973). *How to read a person like a book*. New York: Hanau.
- Pease, A. y Pease, B. (2006). *El lenguaje del cuerpo*. Barcelona: Amat.
- Piñuel Raigada, J. L. (2002). *Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido*. Descargado el día 28 de agosto de 2007. <http://web.jet.es/pinuel.raigada/A.Contenido.pdf>.
- Pont, T. (2008). *La comunicación no verbal*. Barcelona: UOC.
- Poyatos, F. (1994). *La comunicación no verbal (I). Cultura, lenguaje y conversación*. Madrid: Itsmo.
- Ricci Bitti, P. E. y Cortesi, S. (1980). *Comportamiento no verbal y comunicación*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Ruano Arriagada, M.ª T. (2004). *La comunicación no verbal en las clases colectivas. En ¿El lenguaje corporal se puede modificar? Actividad Física y Expresión Corporal*. Descargado el día 31 de julio de 2007. [http://www.expresiva.org/AFYEC/Articulos/X004\\_Comunicacion\\_no\\_verbal\\_clase\\_colectiva.pdf](http://www.expresiva.org/AFYEC/Articulos/X004_Comunicacion_no_verbal_clase_colectiva.pdf).
- Turceht, P. (2005). *El lenguaje de la seducción. Entender los códigos inconscientes de la comunicación no verbal*. Barcelona: Amat.
- Villahizán Pérez, J. (2007). *Conoce tu personalidad a través del lenguaje corporal*. Madrid: Libsa.
- Wainwright, G. R. (1993). *Aprende tú solo el lenguaje del cuerpo*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Wimmer, R. D. y Dominick, J. R. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*. Barcelona: Bosch.