

El estilo de comunicar de Barack Obama

Paula REQUEJO REY*

Recibido: 16 Marzo 2010
Aceptado: 5 Abril 2010
Evaluado: 7 Abril 2010
Aprobado: 8 Abril 2010
(Abstracts y palabras clave al final del artículo)

Las palabras de un diplomático no deben tener ninguna relación con sus acciones, de lo contrario: ¿Qué clase de diplomático es? (...) Buenas palabras permiten ocultar malos hechos. Ejercer la diplomacia en forma sincera es tan poco posible como tener agua seca o madera de hierro
(José Stalin, en Ekman, 2009, p. 265).

INTRODUCCIÓN

Muchos de los políticos y figuras públicas más populares del siglo XX, con independencia de sus tendencias políticas y sus personalidades, tienen en común el ser grandes actores: Hitler, Stalin, el Papa Juan Pablo II, Margaret Thatcher, Ronald Reagan, Bill Clinton, el Sha de Persia...

Esta capacidad de representación es clave en los Estados de Derecho Modernos porque forma parte de la base de funcionamiento de su sistema: “En una democracia, el Gobierno sólo funciona si la mayoría de la gente cree que se dice la verdad la mayoría de las veces” (Ekman, 2009, p. 42).

Por ello, una de las destrezas principales que debe manejar un dirigente es la de comunicar. Debe ser capaz de controlar qué es lo que quiere transmitir en cada momento con sus palabras, sus gestos y sus expresiones faciales. Si es un buen actor, tendrá mucho ganado por la sencilla razón de que los actores tienen de forma natural o han aprendido a desarrollar, la capacidad de transformarse en el personaje que representan: “De creer temporalmente y de una forma casi instantánea en lo que dicen, y puesto que creen estar diciendo la verdad, su actitud es totalmente creíble” (Ekman, 2009, p. 338).

* Licenciada en Periodismo. Actualmente trabaja como investigadora en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid (Programa FPU).

La credibilidad de un líder depende tanto del dominio de las destrezas verbales como de las no verbales. Solemos prestar menos atención a estas últimas porque no somos conscientes de la información que revelamos con ellas. Creemos que pasan inadvertidas para los demás pero como señala Eric Berne:

El sistema nervioso humano está construido de tal manera que el impacto visual sobre el espectador de pequeños movimientos de los músculos faciales es mayor que el impacto kinestésico sobre el sujeto. Un movimiento de dos milímetros de uno de los pequeños músculos que hay alrededor de la boca puede ser totalmente imperceptible para Jeder, pero totalmente obvio para sus compañeros (Berne, 2002, p. 271).

El psiquiatra y creador del Análisis Transaccional lo llama la plasticidad del rostro humano, “algo aparentemente trivial que tiene un poder social enorme”.

Por otro lado, empleamos una mayor cantidad de comunicación no verbal que verbal en nuestras conversaciones diarias. Birdwhistell afirma que en una “conversación normal entre dos personas, los componentes verbales suman menos del 35% del significado social de la situación mientras que más del 65% del significado social queda del lado de lo no verbal” (Birdwhistell, en Mark L. Knapp, 1982, p. 33).

OBJETO Y METODOLOGÍA

El objeto de este estudio es identificar el estilo de comunicación de uno de los líderes de principios de nuestro siglo, el actual Presidente de los Estados Unidos y Premio Nobel de la Paz Barack Obama. Analizaremos, fundamentalmente, la banda no verbal y, en segundo lugar, la verbal, las palabras que acompañan sus gestos, porque ambas bandas, verbal y no verbal, están íntimamente relacionadas. Ésta es una idea en la que coinciden los principales nombres de la comunicación no verbal de antes y de ahora: de Desmond Morris a Paul Ekman pasando por Eibl-Eibesfeldt o Fernando Poyatos.

Hemos tomado como categorías fundamentales dentro de la comunicación no verbal las que Desmond Morris expone en *El Hombre al desnudo* (1980), las de Paul Ekman y sus colaboradores (*The repertoire of nonverbal behaviour: categories, origins, usage and coding*, 1969) y las de Fernando Poyatos (1994) además de las de otros autores secundarios.

El “corpus” de nuestro estudio es el documental *Obama, el camino hacia el cambio* de Alice Rice y Alicia Sams, de una hora y 50 minutos de duración porque combina algunos de los fragmentos de los discursos principales del líder con otros en los que se le puede ver interactuando con los ciudadanos, la prensa y sus principales colaboradores (como David Axelrod, hoy asesor principal de la Casa Blanca y Robert Gibbs, actual Secretario de Prensa). La pieza recoge los 21 meses que van desde el comienzo de su campaña dentro del partido demócrata para convertirse en candidato a la presidencia hasta su nominación como 44 Presidente de los Estados Unidos.

Lo hemos transcrito y dividido en un total de 61 fragmentos de duración variable (los hay de varios segundos y de varios minutos). 56 de ellos atienden exclusivamente al Presidente y los otros cinco se ocupan de momentos decisivos en su campaña, como

los ataques de su rival a la presidencia demócrata Hillary Clinton, o los de su contrincante republicano, John McCain. Por razones de espacio (la transcripción ocupa 21 páginas en total) sólo hemos reproducido algunos fragmentos en este artículo.

LA MARCA OBAMA

Barack Obama es una de las personas más famosas del planeta y sus discursos se califican de “célebres”, pero hace tan sólo dos años, el entonces senador por Illinois, era un completo desconocido incluso en su propio país. Desde su victoria en la carrera por la presidencia demócrata frente a la también senadora Hillary Clinton, muchos han destacado su capacidad para transmitir ideas y convencer a las audiencias más variopintas: desde obreros norteamericanos hasta integrantes del comité de concesión del Premio Nobel.

Durante su carrera para alcanzar la victoria presidencial ha conseguido congrega a grandes multitudes. En el inicio de su campaña, en abril de 2008, reunía a 45.000 personas en Philadelphia (Pensilvania) y a principios de noviembre del mismo año, concentraba a otras 75.000 en Portland (Oregón). También ha logrado movilizar a un importante número de voluntarios para apoyarle en su campaña y ha llevado a las urnas a los grupos de gente que menos participan en las elecciones: jóvenes, negros e hispanos. Incluso hay un grupo musical, Claire and The Reasons, que durante la campaña por la presidencia le dedicó un tema. Se trata de una versión de la famosa “*Over the Rainbow*” de Judy Garland, en el “Mago de oz” (“*The wizard of oz*”, 1939) en la que simplemente se repite el nombre del Presidente lentamente y deteniéndose en las vocales.

Los expertos creen que la comunicación es su mejor baza, la que lo ha situado en la Casa Blanca y le ha hecho convertirse en el primer Presidente afroamericano de los Estados Unidos. Su estilo ha sido bautizado como la “marca Obama” y ahora nos proponemos analizar cuáles son los principales componentes de la misma.

CAMPOS DE LA COMUNICACIÓN NO VERBAL: KINÉSICA, PROXÉMICA Y PARALENGUAJE

Hemos establecido un paralelismo entre las clasificaciones del psicólogo Paul Ekman y las del zoólogo Desmond Morris y nos hemos centrado en tres campos fundamentales dentro de la comunicación no verbal:

- A) La proxémica. Se ocupa de la interacción entre las personas. A nosotros nos interesa fundamentalmente lo que Morris denomina Exhibición de Saludos.
- B) La kinésica o movimiento del cuerpo. Se trata de los gestos, los movimientos corporales (pies, manos, cabeza y piernas), las expresiones faciales, la mirada y la postura. Dentro de este campo, Ekman y Friesen distinguen varias categorías:

- Los emblemas. Son actos no verbales que sustituyen al habla y tienen una traducción verbal directa de una palabra o frase corta. Varían dependiendo de la cultura. En nuestro caso, los gestos de “ok” con el dedo pulgar alzado o el de adiós con la mano abierta y moviéndose a ambos lados, son algunos de los que utilizamos más frecuentemente. Morris califica los emblemas como gestos esquemáticos y gestos simbólicos porque o bien “intentan retratar algo empleando sólo una característica prominente... o indican una cualidad abstracta que no es fácil de expresar” (Morris, 1980, pp. 30-31).
- Los ilustradores. Son paralelos al habla y sirven para subrayar una idea o palabra, referirse a un objeto o al ritmo de un acontecimiento. Ekman realizó varios experimentos en los que constató que las personas utilizan más ilustradores cuando están excitadas o entusiasmadas. Para Morris los oradores se caracterizan por el empleo de Señales Batuta. Ha elaborado un cuadro gráfico en el que distingue 15 principales y nos ha sido de gran utilidad a la hora de analizar el documental al que nos referimos al comienzo del artículo.
- Las expresiones de afecto. “La cara es la sede primordial del despliegue de las emociones” (Ekman, 2009, pp. 84). A través de los músculos faciales expresamos estados afectivos. Ekman distingue seis afectos primarios: alegría, tristeza, sorpresa, asco, ira y miedo. Son universales: un estudio realizado por Eibl-Eibesfeldt reveló que los niños ciegos y sordos los manifiestan y es una de las características que compartimos con los primates no humanos. Morris los denomina gestos expresivos y aunque coincide en su universalidad subraya la importancia de la influencia cultural en estos comportamientos.
- Los reguladores. En una conversación permiten al emisor percibir si debe extenderse, repetir, ir más rápido, dejar hablar a otros... No nos hemos ocupado de los reguladores porque atañen fundamentalmente al receptor y nos centramos en Obama como emisor.
- Manipuladores. Aparecen durante la infancia “como esfuerzos de adaptación para satisfacer necesidades, cumplir acciones, dominar emociones, desarrollar contactos sociales o cumplir una gran cantidad de otras funciones” (Knapp, 1982, p. 22). Ekman distingue entre autoadaptadores (cuando empleamos nuestro propio cuerpo), heteroadaptadores (si entramos en contacto con el cuerpo de otro) y adaptadores de objeto (utilizamos cualquier cosa que tengamos cerca). Morris habla de comportamiento de autocontacto y actividades desplazadas.

C) El paralenguaje. Se ocupa de la forma, del cómo decimos. Trager distinguió en el paralenguaje varios componentes:

- Las cualidades de la voz: registro, control de la altura, control del ritmo, el tempo, el control de la articulación, la resonancia...
- Los caracterizadores vocales: risa, llanto, suspiro, bostezo, estornudo, ronquido...
- Los cualificadores vocales: intensidad de la voz (fuerte o suave), la altura (aguda o grave) y la extensión (arrastrar las palabras o hablar extremadamente cortado).

Dentro del paralenguaje, también se incluyen las segregaciones vocales del tipo: “hum”, “ah”, “uh”, las pausas o los errores al hablar.

Debido a las limitaciones de espacio, nos ocupamos de analizar únicamente el tono y ciertas pausas en los discursos de Barack Obama que son especialmente significativas para captar la atención de su público o subrayar una determinada palabra o frase.

Antes de continuar con el siguiente punto ofrecemos la transcripción de varios fragmentos del documental que corresponden a algunos de los discursos que Obama pronunció durante su carrera hacia la presidencia. El objetivo es mostrar cómo hemos realizado el análisis cuantitativo del que deriva el cualitativo. Como ya indicamos, por razones de espacio, no reproducimos la transcripción de todo el documental:

Minuto 51, segundo 47. Mitin tras la derrota en las Primarias de New Hampshire.

Al oír que no estamos listos, que no debemos probar o que no podemos... (pausas entre cada verbo con índice alzado matizando cada palabra. Expresión de ira. Ojos más pequeños y labios apretados). Muchas generaciones de estadounidenses (toque pulgar-índice) han respondido con un simple credo (palmas atrás) que engloba el espíritu (índice alzado) de un pueblo. Sí, podemos. Sí, podemos (grita ese eslogan mientras alza el índice). Fue susurrado por esclavos y evolucionistas mientras abrían nuevos caminos (toque pulgar-índice) hacia la libertad a través de noches oscuras (metáfora, contenido sentimental de su discurso que contrasta con su expresión facial de ira y con el tono con el que pronuncia las palabras, que es firme). “Sí podemos. Lo decidieron los sindicatos, las mujeres que consiguieron el voto (índice alzado), un Presidente que eligió la Luna como nuestra frontera (toque pulgar-índice) y King, un rey que nos llevó a la cima y nos indicó el camino a la tierra prometida (índice alzado). ¡Sí podemos! ¡Por la justicia y la igualdad! (toque pulgar-índice, cuerpo hacia adelante).

Minuto 88, segundo 55. Mitin en Charlotte, Carolina del Norte, 3 de noviembre (Pancarta: “Vote for change”).

Obviamente este momento es agrídulce para mí. Algunos habréis oído que mi abuela que ayudó a criarme ha muerto esta mañana. Se ha ido a casa, a un sitio mejor. Se llamaba Madelyn Dunham. Pertenece a esa clase de héroes silenciosos que hay en toda América (mueve la mano derecha hacia la izquierda, palma abajo). Que (índice alzado y apertura de mano) no son famosos (pulgares hacia arriba como indicando el primer elemento de una numeración, emblema, uno). Y no salen en los periódicos (índice, dos, emblema). Pero trabajan duro todos los días (toque pulgar – índice). (Hace una pausa, sus ojos están llorosos, y la barbilla sube como resultado de apretar los labios; se ha emocionado). Cuidan de sus familias (índice alzado), se sacrifican por sus hijos y por sus nietos (palma frontal y lengua entre los labios, autoadaptador, pausa). No quieren llamar la atención (mano levantada y abierta, palma frontal). Sólo quieren (toque pulgar-índice) hacer lo correcto. En esta multitud (palma abajo y señala la multitud) hay muchos héroes silenciosos. América es así. Por eso estamos luchando. Tras décadas de políticas inadecuadas en Washington (tono tajante, acusador, se toca la cara y la boca con la mano, autoadaptador, ojos llorosos, mira abajo), tras ocho años (índice alzado) de decepcionante política con George W. Bush (pausa, ojos llorosos) no tenéis que abuchear (índice alzado) sólo tenéis que votar (palma frontal). (Se toca la cara como si se secara las lágrimas con la mano derecha y mueve los labios, autoadaptador, las lágrimas se ven ahora perfectamente, ha ido conmoviéndose de forma gradual). Después de 21 meses (toque pulgar-índice) en una campaña que nos ha llevado desde las costas rocosas de Maine hasta el sol de California (es habitual que

aluda a la geografía de los EEUU y a pequeños detalles de la misma) estamos a un día (índice alzado, emblema, uno) de cambiar América. Un día (emblema, uno). (Sigue llorando). Mañana en este momento clave de la historia (toque pulgar- índice) podéis dar a este país el cambio que necesita (lengua entre los labios, autoadaptador, pausa, índice alzado). Podéis hacerlo (índice alzado). Justo aquí, en Carolina del Norte (índice alzado). (La gente corea el “Yes we can”). Ganaremos estas elecciones generales juntos. Yo y vosotros juntos. Vamos a cambiar este país (palma frontal para indicar este país). Vamos a cambiar el mundo. Gracias a todos (saluda, emblema).

LA PROXÉMICA O EXHIBICIÓN DE SALUDOS

Morris establece cuatro fases muy precisas en las reuniones sociales: Exhibición de Esfuerzos, Exhibición Lejana, Exhibición Cercana y Exhibición Servicial (Morris, 1980, pp. 79-82). Nos interesan sobre todo las dos últimas ya que nos centramos en las primeras presentaciones, en cómo el Presidente se relaciona con ciudadanos o reporteros a los está conociendo en ese momento.

La Exhibición Cercana es la toma de contacto corporal. Obama estrecha las manos de sus interlocutores y mantiene una sonrisa continua. Como lo habitual es estrechar la mano a cualquier persona que nos presentan, con independencia de que nos agrade o desagrada, expresamos nuestro afecto con saludos especialmente expansivos. En su caso, el apretón de manos está amplificado: estrecha la mano de la otra persona con la derecha y emplea la izquierda para tocar su brazo o su hombro. En algunos casos, da palmadas en el hombro, una acción que “representa un abrazo en miniatura y que empezó siendo típica de padres a hijos” (Morris, 1980, p. 93). A lo largo de un día de campaña da las manos tantas veces que llega a cansarse como explica a sus asesores:

He pasado tres horas dando la mano. Sin parar. Chicos, me estáis matando. Estoy destrozado físicamente. No sé cómo voy a dar un discurso. Me siento como si hubiera boxeado.

La Exhibición Servicial es la charla de cortesía. Con ella no “se realiza ... ningún intercambio de ideas o informaciones importantes, ni se revela el verdadero estado de ánimo del que habla, ni es estéticamente agradable. Su función consiste en reforzar la sonrisa de saludo y mantener la unión social” (Morris, 1970, p. 170). Los primates sustituyen este lenguaje de cortesía por el aseo mutuo pero la finalidad es la misma: estrechar lazos interpersonales mediante la dedicación mutua de atenciones. Berne lo denominaría caricias. Obama siempre demuestra interés por cómo se encuentran sus interlocutores.

Una vez que ha establecido este primer contacto trata de obtener alguna información personal sobre ellos y también les ofrece datos sobre sí mismo. Es habitual que emplee el humor:

– Gracias por venir aunque haga calor. (Estrecha la mano del niño al que se dirige y sonríe). ¿Sabes qué? Mi hija... ¿cuántos años tienes? ¿Nueve? Sí, mi hija tiene nueve años y me dijo: Papá, los niños no dan la mano, sólo dicen hola.

– Hola chicos, ¿qué tal? (Estrecha las manos de algunos chicos y sonrío). Esta es mi gente de Polk. ¡Qué guapos todos! ¿Algunos de vosotros tiene más de 30 años?.

– Gracias por venir. Hola a todos. Quería agradecerlos... (Estrecha las manos de varias personas y sonrío)... Aunque no hace mal tiempo para estar en la calle quiero agradecerlos y daros la mano a todos. Me alegro de verte. ¿Qué tal?

– ¿Esos son tus padres, Mike? Adoramos a Mike. (Estrecha las manos de sus interlocutores y sonrío). Quiero agradecer a los padres el gran trabajo que han hecho. A los organizadores os digo que no os creáis nada de lo que digo porque estoy hablando con vuestros padres.

– Chicos, mirad: éste es nuestro ejército. (Estrecha las manos de algunos estudiantes que sonrían tímidamente). No sé a quién se le ocurrió poner un mitin en la universidad a las 8:30. ¡Qué estupidez! (Se fija en algo que hay en el suelo). Siga la flecha por si yo pregunto, ¿adónde voy? (Sonrío).

El objetivo es transmitir cercanía y empatizar con el público, que se identifiquen con él.

LA KINÉSICA O EXPRESIÓN DE AFECTOS

Como especie primate, poseemos la musculatura facial más desarrollada y más compleja de todo el grupo. En realidad, tenemos el sistema de expresión facial más sutil y complejo de todos los animales que viven en la actualidad. Mediante pequeños movimientos de la carne que rodea la boca, la nariz, los ojos, las cejas, la frente y la combinación de estos movimientos en una enorme variedad de conjuntos, podemos transmitir toda una serie de complejos cambios de humor (Morris, 1970, p. 58).

Dentro de los seis afectos primarios la alegría es el más expresado por Obama. Exhibe continuamente amplias sonrisas. Esto tiene sentido ya que es nuestra forma de invitar a otro a estrechar lazos. Es como el chasquido de labios de los monos que invita al aseo. Además es una forma de camuflar emociones porque está presente en la mayoría de los saludos y es muy fácil de controlar. Nos resulta muy complicado bajar los pliegues labiales para simular tristeza pero es sencillo subirlos para aparentar alegría.

La sonrisa se caracteriza por el movimiento de un músculo: el cigomático mayor. “Al contraerse... tira de la comisura hacia arriba en dirección al malar, formando un ángulo” (Ekman, 2009, p. 156). Si la sonrisa es amplia los labios se estiran, las mejillas se levantan y se producen en el extremo de los ojos las patas de gallo.

Obama suele sonreír ampliamente de forma que sus mejillas se alzan y suelen formarse patas de gallo. Su expresión particular incluye cuatro de los doce elementos individuales que Morris distingue en este gesto compuesto: abre la boca, extiende las comisuras de los labios, presenta arrugas a ambos lados de los ojos y, a veces, arruga la nariz.

La sonrisa es vital para un político porque contribuye a su aceptación por parte de los ciudadanos. Varios expertos en emociones y comunicación no verbal¹ expli-

¹ Jürgen Streeck del Departamento de Comunicación de la Universidad de Texas, Rogers D. Masters, del Departamento de Neurociencia de la Universidad de Dartmouth, René Zayan, del Departamento de Psicología y Neurociencia de la Universidad de Lovaina y el propio Ekman.

caban en el documental *El carisma de los políticos* (emitido por el canal de televisión La Sexta el 10 de febrero de 2008) que la popularidad surge de la combinación de tres elementos clave: autoridad, energía y felicidad. Ahora bien, es importante matizar que Obama sonríe en todos los encuentros cara a cara con su público y en los actos menores. Como veremos más adelante, en los discursos ante grandes masas, en cambio, su gesto es serio y hay veces en que se acerca a la ira.

EMBLEMAS

Son particularmente útiles para explicar una idea de forma rápida o cuando no encontramos las palabras. Se realizan de forma consciente. En caso contrario, estamos ante lo que Ekman califica de “desliz emblemático”. Son muy reveladores ya que señalan el ruido de la información que nuestro interlocutor nos transmite verbalmente. El problema es que son difíciles de identificar porque no se producen a menudo y duran muy poco tiempo. No hemos encontrado ningún desliz emblemático en Obama pero sí un total de 31 emblemas con un mensaje muy claro: triunfo, saludo, despedida, burla, aprobación, pensar, amor o los elementos de una enumeración.

- Choque de manos – triunfo: 3 veces.
- Señal de victoria con los dedos índice y anular formando una uve - triunfo: una vez.
- Alzamiento de brazos – triunfo: una vez.
- Mano alzada – saludo: 7 veces.
- Mano alzada y agitada a ambos lados – despedida– : 5 veces.
- Echar la lengua – burla: una vez.
- Aplaudir– aprobación: una vez.
- Señal de ok con el pulgar alzado – aprobación: una vez.
- Mover la cabeza arriba y abajo – aprobación: 3 veces.
- Mano en el corazón – amor: 2 veces.
- Índice en la sien – pensar: una vez.
- Indicar los elementos de una numeración con los dedos: 5 veces.

ILUSTRADORES

Es indispensable prestar especial atención a este tipo de comportamiento porque, como ya indicamos, se utiliza para estructurar el discurso, dar énfasis al ritmo verbal y despertar entusiasmo entre la audiencia. Cumple la misma función que el acento o el subrayado en la escritura. Es muy útil por tanto para los políticos. Un buen orador ha de saber manejar sus manos “como si condujesen la música de sus palabras, como si se tratara de un ballet de movimientos aéreos. El ritmo de la mano dice: “Esto es lo que quiero precisar y esto y aquello...”. La posición de la mano que se mueve indica... “ésta es la disposición de ánimo con que lo preciso”. (Morris, 1980, p. 26).

Los expertos coinciden en que los ilustradores crecen cuando nos sentimos comprometidos con lo que estamos contando. Obviamente, ese es uno de los objetivos principales de los políticos: hacer creer a su público que están comprometidos con lo que dicen.

Cada señal batuta sirve para expresar distintos conceptos, suple una necesidad concreta y las personas aprenden a desarrollar unas u otras. Morris explica que el gesto más típico del presidente De Gaulle era el Agarrón del Aire, una batuta que se usa para dar énfasis a la necesidad de control.

Entre las batutas más utilizadas por Barack Obama encontramos:

- El Asimiento del Vacío (22 veces). “Refleja una urgencia por parte del orador por expresarse con exactitud. Su mano da énfasis a la finura de los puntos que está explicando” (Morris, 1980, p. 58). Dentro de éste emplea la variante del Toque Pulgar-Índice en el que las yemas de los dedos pulgar e índice se tocan.
- El Índice Batuta (31 veces). El dedo índice se alza vertical o frontalmente. Obama lo levanta frontalmente cuando quiere dar énfasis a una idea o punto de su discurso aunque suele ser empleado por oradores autoritarios. “Actúa como una simbólica clava o palo preparado para caer sobre alguien” (Morris, 1980, p. 61).
- La Mano Extendida. Admite cinco variedades:
 1. Palma Arriba (una vez). Morris la llama “la implorante mano de un mendigo” porque se pide algo a la audiencia (generalmente que nos escuche con atención o que esté de acuerdo con lo que decimos).
 2. Palma Abajo (7 veces): “la mano del calculador”. Trata de aplacar el estado de ánimo de los interlocutores.
 3. Palma Frontal (5 veces): la mano se mueve hacia delante como si se rechazase algo o se buscase protección.
 4. Palma Atrás (30 veces): las palmas miran hacia el pecho con el objetivo de “abrazar” una idea o al público. Se busca cercanía con el receptor.
 5. Palma de Lado (16 veces): la del “negociador”. Se mueve arriba y abajo. Al igual que con la Palma Atrás se intenta conseguir una cercanía con el público.

Obama emplea sobre todo el Toque Pulgar – Índice para marcar los puntos sobre los que está hablando, el Índice Batuta para llamar la atención sobre ellos, y la Palma Atrás y la Palma de Lado para acercar a su público. Cuando extiende las manos no utiliza simultáneamente las dos en todos los movimientos ni las deja quietas. Suele moverlas, aunque no de una forma tan enérgica como para hablar de Mano Tajante.

MANIPULADORES

Se emplean para aliviar la tensión y la angustia en momentos puntuales, por eso aumentan cuando crece la incomodidad psicológica de la persona. Algunos de ellos los compartimos con los primates y su origen está en la primera infancia. Nos sen-

timos a salvo con nuestros progenitores que “nos abrazan, nos transportan y nos mecen si estamos asustados o heridos. Cuando llegamos a mayores no tenemos los brazos de nuestros padres para ayudarnos pero seguimos necesitando esa sensación de seguridad” (Morris, 1980, p. 102). De ahí que Morris los llame Gestos Reliquia, porque “nos retrotraen a la niñez”. Destaca su valor frente a las críticas de Freud y sus seguidores. El psiquiatra los veía como regresivos y el zoólogo considera que se debe a que los psicoanalistas los encuentran en formas extremas. Sin embargo, en la mayoría de la gente son normales y necesarios.

A) Autoadaptadores (37 veces). El contacto oral es la forma más típica de los Gestos Reliquia. Determinados movimientos de la lengua y los labios nos traen la felicidad oral que experimentábamos cuando éramos bebés sobre el pecho materno.

Morris ha elaborado una lista con los autoadaptadores más frecuentes en hombres y mujeres en orden decreciente:

1) sujetar la quijada, 2) sujetar la barbilla, 3) cogerse el cabello 4) sujetarse la mejilla 5) tocarse los labios, y 6) sujetar las sienes.

De éstos el más utilizado por Obama es el de tocarse los labios (3 veces). Como los demás adaptadores orales es un modo de volver al tiempo de lactancia. Sólo se sujeta la barbilla una vez pero emplea otros autoadaptadores:

- Agarrarse o tocarse una mano con otra: 6 veces.
- Rozar lentamente la cara con las manos (semejante a una caricia): 5 veces.
- Cruzar los brazos: 4 veces. Hay siete formas básicas de cruzar los brazos. Obama cruza el derecho por encima del izquierdo y se agarra el brazo izquierdo con la mano derecha.
- Colocar la lengua entre los labios antes de hablar: 4 veces.
- Meterse las manos en los bolsillos: 4 veces.
- Humedecerse los labios: 4 veces.
- Frotarse las manos como si se las lavara: 2 veces.
- Pasear de un lado a otro: 2 veces.
- Tocarnos nuestra propia cabeza: una vez. Sin embargo es un gesto muy típico y nos recuerda la seguridad que sentíamos en el pecho de nuestra madre.
- Tocarse la nariz: 5 veces. Al igual que Ekman hemos incluido este gesto dentro de los autoadaptadores. Como los anteriores se usa para aliviar la tensión. Sin embargo, Morris considera que tocarse la nariz, el “Toque Nasal” como él lo denomina, es un desliz gestual que “se realiza siempre que hay contradicción entre el pensamiento oculto y la apariencia externa. Puede tratarse de una mentira o no. En el cerebro del individuo existe “algo que, por las razones que sea, no puede o quiere que aparezca verbalmente en su mensaje”. (Morris, 1980, p. 110 y 111). Tres de las veces en que Obama se toca la nariz está hablando con sus colaboradores. Sólo en una de ellas da a entender su descontento mientras utiliza el Toque Nasal:

B. Obama: “Después de estas dos llamadas, ¿veremos la cuestión agrícola? Yo... sólo quiero un segundo para cambiarme. Esto no es... el mejor atuendo para la América rural”.

Robert Gibbs: “Tenemos monos”.

B. Obama: “No voy a ponerme un mono”. (Se toca la nariz).

Robert Gibbs: “Y un caballo. ¿Supondrá algún problema?”.

B. Obama: “Un caballo no me importaría (coloca unos papeles que tiene delante, heteroadaptador). Suena muy bien”.

En otra ocasión, lo hace mientras explica a la prensa que ha venido a saludar a algunos ciudadanos:

– Hace un día precioso. Hemos sacado a todo el mundo a hacer campaña y he venido a saludar a estos chicos (se toca la nariz).

Por último, lo usa en un *mitin* en el que critica a la gobernadora de Alaska, Sara Palin, que le ha acusado de relacionarse con un militante de extrema izquierda, Bill Ayers, al que los republicanos califican de terrorista (en varias ocasiones colocó bombas en edificios públicos):

– Viajando por Ohio, te das cuenta de lo grande que es. Y cuando vas a los 48 estados contigo y a Hawái (se rasca la nariz). He de decir que Alaska es el único Estado que no he visitado.

B) Heteroadaptadores (6 veces). Entre los heteroadaptadores que más emplea está el de dar palmadas en el hombro (4 veces) y pasar el brazo (2 veces) a sus colaboradores y a las personas a las que saluda.

C) Adaptadores de objeto. Utiliza un total de 17 a lo largo del documental. Los que más repite son los adaptadores de objeto propios de los conferenciantes: tocar un bolígrafo (3 veces) y sujetar o colocar papeles (3 veces). También juega con una botella de agua (2 veces) y se abrocha la chaqueta (2 veces).

EL PARALENGUAJE

Dentro de esta categoría, atendemos especialmente al tono empleado por Obama y a sus pausas. Se sirve de una determinada entonación para expresar estados de ánimo. “El tono de la voz ha sido tan poco modificado por la instrucción y está tan cerca del antiguo sistema de señales no verbales de los mamíferos, que incluso un perro puede comprender el mensaje” (Morris 1970:170). El mensaje que transmite a través de su tono en las distancias cortas, cuando está saludando a los ciudadanos, suele revelar energía y felicidad:

– Me encantan las elecciones. Son muy divertidas... Son más divertidas aún cuando no estás en la papeleta... Me gustan los días locos.

– Hola, es un placer. Encantado de conocerlos. Es una de las ciudades más bonitas que he visto. Gracias por vuestro saludo, encantado de conocerlos.

En los discursos ante las grandes masas su tono es más serio, se utiliza para destacar unas palabras sobre otras y abundan las pausas para separar conceptos:

– Me presento a estas elecciones por lo que el Dr. King (uso del tono para destacar el apellido King) llamó la urgencia del momento (pausa). Creo que el pueblo estadounidense (enfatisa pueblo estadounidense) está cansado del miedo (énfasis) las distracciones y las desviaciones. Podemos hacer que en estas elecciones lo importante sea el futuro (énfasis y pausa) y no el miedo (énfasis). Esa victoria no será sólo (énfasis) demócrata (pausa), será una victoria estadounidense (énfasis). Por eso estoy aquí, demócratas. Muchas gracias a todos, gracias (Saluda enérgicamente, emblema).

LA BANDA VERBAL

Para estudiar el contenido verbal del documental nos hemos basado en el artículo *Los dos debates presidenciales en México (2006): análisis retórico-comunicativo* de Felicísimo Valbuena. Éste toma como modelo los tres argumentos retóricos fundamentales que Aristóteles distinguió en su *Retórica*:

- Por el carácter del orador (ethos).
- Por la moción de las pasiones (pathos).
- Por los discursos (logos).

MATERIALES DE PRUEBA PERSONAL (ETHOS), ATAQUES Y DEFENSAS DE LOS CANDIDATOS

Por el carácter, cuando el discurso se dice de tal manera que hace digno de fe al que lo dice, pues a las personas decentes las creemos más y antes, y sobre cualquier cuestión, en general, y en las que no hay seguridad sino duda también por completo. También esto es preciso que ocurra por el discurso, mas por no tener los oyentes prejuzgada la calidad del que habla; porque no hay según algunos de los tratadistas señalan, que considerar en el arte la probidad del que habla como sin importancia para la persuasión, sino que casi puede decirse que el carácter lleva consigo la prueba principal.

(Aristóteles, 1990, p. 11)

Valbuena divide las intervenciones de los candidatos a la presidencia mexicana en:

- Afirmaciones sobre su carácter (ethos)
- Ataques a otros candidatos y a sus partidos
- Defensas contra los ataques a su probidad

Ya hemos explicado al comienzo del artículo, que sólo íbamos a ocuparnos del estilo comunicativo de Barack Obama. Sin embargo, nos vemos obligados a incluir

el análisis de varios de los discursos de John McCain y de Hillary Clinton para entender dos de las intervenciones clave de Obama de cara a hacerse con la presidencia de los Estados Unidos. También hemos añadido dos anuncios en los que se apoyaron McCain y Clinton para estructurar sus discursos.

JOHN MACCAIN

A) ATAQUES A OBAMA

El pastor Jeremiah Wright, creador de la Trinity United Church of Christ, amigo personal de Obama (ha oficiado su boda y bautizado a sus dos hijas) y su guía espiritual durante casi dos décadas aparecía a mediados de marzo de 2008 en unas imágenes televisivas dando un enérgico sermón en el que maldecía a América por su política exterior:

– Dios maldiga a América. Está en la Biblia. Por matar a inocentes. Dios maldiga a América.

Parece que fue el equipo de campaña de John McCain el que llamó la atención sobre las ideas del reverendo al publicar un artículo en el diario *The Wall Street Journal* en el que Wright decía:

– Este país se fundó sobre el racismo y así es como sigue funcionando.

Tras la publicación del artículo, la prensa buscó grabaciones del mentor espiritual de Obama maldiciendo a los EEUU y las encontró en la propia página *web* de la Trinity Church. Esas grabaciones dieron la vuelta al mundo y perjudicaron su imagen personal en las primarias. Los sondeos indicaban que Obama perdía puntos por su pastor.

Los republicanos también crearon un anuncio en el que vinculaban a Obama con el ex-terrorista Bill Ayers:

– Voz en *off*: “¿Quién es Barack Obama?”. (A continuación se muestran distintos fotogramas de Obama y Bill Ayers). “Barack Obama y el ex-terrorista Bill Ayers: Amigos. ¡Qué peligroso!”.

John MacCain utilizó a Sara Palin, gobernadora de Alaska y candidata a la vicepresidencia por parte de los republicanos, para presentar este anuncio en un *mitin* en Oxford, Missisipi:

– ¿Quién es Barack Obama? Me temo que es alguien que ve los EEUU lo bastante imperfectos como para trabajar con un ex-terrorista.

En otro mitin del partido republicano, McCain se sirve de un policía para continuar vinculando a Obama con el terrorismo. El policía hace especial incidencia, a través de su tono, en el segundo nombre del actual presidente: Hussein.

– El 4 de noviembre (día de las elecciones presidenciales) dejemos que Barack Hussein Obama se pregunte qué pasó.

McCain acusó directamente a Obama de ser amigo de Ayers en el debate televisado previo a las elecciones a la presidencia:

– Insisto, lanzó su campaña en el salón del Sr. Ayers... Los hechos son los hechos.

HILLARY CLINTON

A) AFIRMACIONES SOBRE SU ETHOS Y ATAQUES A OBAMA

En un anuncio lanzado durante la lucha por la candidatura demócrata a la presidencia Hillary Clinton echaba mano de una estrategia típica de los que han estado en el poder: aludir a la falta de experiencia en temas políticos de sus rivales para desacreditarles:

– Voz en *off*: “Son las 3:00 y tus hijos duermen tranquilos. Pero en la Casa Blanca suena un teléfono. Algo está pasando en el mundo. Tu voto decidirá quién responde esa llamada, si lo hace alguien que ya conoce a los dirigentes del mundo y al ejército, alguien experimentado y listo para gobernar en un mundo peligroso. Son las tres y tus hijos duermen tranquilos. ¿Quién quieres que coja el teléfono? El 4 de marzo vota”. (Hillary coge el teléfono con unas gafas puestas). “Soy Hillary Clinton y apoyo este mensaje”.

B) ATAQUES A OBAMA

Se sirvió de las imágenes del reverendo Wright difundidas por varias televisiones para criticarle:

– Los familiares no se eligen. Los guías espirituales sí podemos elegirlos.

BARACK OBAMA

A) AFIRMACIONES SOBRE SU ETHOS

– Si lo piensan, es por una buena razón. Si lo piensan yo tenía pocas posibilidades de llegar aquí. No nací con dinero, no nací con fama. No tenía ningún familiar famoso.

– Michelle y yo tuvimos una conversación seria: no haremos esto otra vez. Al principio pensé que nunca estoy en casa y es difícil para la familia pero lo que quería decir es que para nosotros era importante hacerlo ahora y no después, porque aún somos casi normales. Quería decir que hace cinco o seis años que acabamos de pagar los créditos de estudiantes. Aún vivíamos en un piso. Era muy pequeño para las niñas, para una familia cada vez mayor. Aún tirábamos de la tarjeta de crédito. No sabíamos

cómo ahorrar para los estudios de las niñas y para la jubilación. El caso es que hace poco que hemos pasado por lo mismo que está pasando la gente. No lo olvidamos. Así que cuando llegue a la Casa Blanca, llevaré vuestras voces conmigo. Creo que si confiáis en mí ganaré por vosotros.

– No estoy nervioso. Me siento de maravilla. Queremos asegurarnos de que todo el mundo vote. Sólo hemos ganado un estado. Si lo hacemos bien esta noche quizás dos. Luego quedan 48.

En total hace 14 afirmaciones sobre su ethos.

B) ETHOS, ATAQUE A JOHN MCCAIN Y A LOS REPUBLICANOS

– Queremos asegurar que la gente comprende mi programa, lo que haré como presidente. Confío en que si el pueblo americano conoce cuál es mi plan y los de John McCain, ganará las elecciones. No dedico mucho tiempo a pensar en los anuncios negativos de John McCain. Si lo hiciera, no dedicaría mucho tiempo a pensar en otras cosas, porque son rápidos y frecuentes.

– En primer lugar, es importante señalar que el senador McCain hace de esto el centro de su campaña cuando estamos atravesando la peor crisis económica desde la Gran Depresión. El Sr. Ayers no es consejero de mi campaña y no tendría nada que ver en mi Casa Blanca.

– Los republicanos no pueden competir con nosotros. Así que tratarán de mostrarme como a un hombre que da miedo. Utilizarán a Wright y a Ayers. Si el pueblo americano me conoce y conoce mi historia y a Michelle creo que ganaremos.

En total ataca a los republicanos al mismo tiempo que afirma su ethos en 7 ocasiones.

C) ATAQUES A JOHN MCCAIN

Sólo durante una ocasión a lo largo del documental ataca a su rival sin afirmar su ethos.

– El senador McCain sigue diciendo que soy un peligro y quiero decir a los americanos qué es peligro. Creo que el plan del senador McCain de cobrar impuestos sanitarios, dejando posiblemente a 20 millones de personas sin seguro laboral, eso es peligroso.

D) ETHOS Y DEFENSAS CONTRA LAS ACUSACIONES DE JOHN MCCAIN, HILLARY CLINTON Y LA PRENSA

Al igual que en el punto anterior, sólo afirma su ethos al mismo tiempo que se defiende de las acusaciones de la prensa y sus rivales en una ocasión.

Los comentarios del reverendo no eran sólo erróneos, sino divisivos... Cargados de prejuicios raciales cuando lo que necesitamos es unirnos para solucionar una serie

de problemas. Pero no puedo renegar de él. Como no puedo renegar de mi abuela blanca, una mujer que ayudó a criarme y se sacrificó una y otra vez por mí... pero que una vez confesó tener miedo a los hombres negros que se cruzaba por la calle

MATERIALES ARGUMENTALES O DE DESARROLLO (LOGOS)

De los argumentos retóricos unos son sin arte y otros propios del arte. Llamo sin arte a los que no son logrados por nosotros, sino que preexisten, como los testigos, confesiones en tormento, documentos y los semejantes; objeto del arte, los que mediante el método y por nosotros pueden ser dispuestos, de manera que es preciso de aquéllos servirse, éstos inventarlos (Aristóteles, 1990, p. 10).

PRUEBAS INARTÍSTICAS

Los materiales que un candidato encuentra en la realidad se llaman evidencias. Entre las evidencias, destacan las directas, que el orador utiliza como pruebas que apoyan su mensaje” (Valbuena, 2006, páginas 111-144).

Obama se refiere varias veces a los votos que obtuvo en el *caucus* de Iowa, un estado con pocas minorías que abría la lucha por la presidencia demócrata en el que venció a Hillary Clinton.

– Creo que es justo decir que muchas personas dudaban que los jóvenes fueran a participar, y que independientes y republicanos pudieran votar a los demócratas en un *caucus* demócrata.

– El porcentaje de jóvenes que votaron fue el mismo que el de adultos. Lo hicisteis bien con todos... Da gusto ver a toda esta gente decidir que quiere intentarlo.

El equipo de campaña de John McCain envió un artículo al *Wall Street Journal* en el que reproducía partes de los discursos del reverendo Wright, mentor espiritual de Obama. El artículo provocó la emisión de un polémico fragmento de uno de los discursos de Wright que fue utilizado tanto por Hillary Clinton como por el propio McCain para dañar la credibilidad de Obama. En una de las intervenciones de McCain en las que participa Sarah Palin y de la que hablamos en el punto anterior, se proyecta un anuncio en el que se vincula a Obama con el ex-terrorista Bill Ayers. La publicidad contiene varias fotografías en las que se ve a Obama junto a Ayers. Sin embargo, no nos queda claro si las instantáneas son reales o se trata de un montaje porque están en blanco y negro. McCain también utiliza a un policía que insiste en que hay una prueba evidente que vincula a Obama con el terrorismo: su segundo nombre es Hussein.

PRUEBAS ARTÍSTICAS

“Aristóteles le otorgaba más importancia a las pruebas artísticas que a las inartísticas. En esencia, se reducen a lo que el orador pone sobre lo que encuentra”.
(Valbuena, 2006, p. 131).

Aquí juega un papel muy importante la creatividad del candidato. A continuación presentamos las figuras retóricas más utilizadas por Barack Obama.

A) Enumeración.

La enumeración introduce orden y claridad en el discurso, facilita la comunicación con el público. Se corre el riesgo de caer con ella en la monotonía pero ya hemos visto la capacidad de Obama para mantener el interés de la audiencia mediante el tono y los gestos. Emplea 5 enumeraciones. Estos son algunos ejemplos:

- Me dieron amor, una educación y esperanza.
- ... El pueblo estadounidense está cansado del miedo, las distracciones y las desviaciones.
- ... Los granjeros, obreros, estudiantes y jubilados se alzaron de una forma que no habíamos visto antes.

B) Imágenes y alegorías.

La ventaja que tienen las figuras dirigidas a la imaginación estriba en que el candidato puede sintetizar, en muy pocas palabras, una información que antes ha detallado. Si, además, sabe unir estas figuras con la argumentación, el efecto puede ser duradero entre los públicos (Valbuena, 2006, p. 134).

Se sirve de 4:

- Fue susurrado por esclavos y evolucionistas mientras abrían nuevos caminos hacia la libertad a través de noches oscuras.
- Un presidente que eligió la Luna como nuestra frontera.
- Un rey que nos llevó a la cima y nos indicó el camino a la tierra prometida.
- Sabemos que lo que comenzó como un susurro se ha convertido en una coral que no puede ignorarse que no puede impedirse, que resonará en esta tierra, como un himno que sanará la nación, arreglará este mundo y hará que este período sea distinto a los demás.

C) Figuras de contraste.

Se emplean para dividir el discurso y aportarle energía. Utiliza figuras de contraste en 9 ocasiones. Ofrecemos algunos ejemplos:

- Eso me molesta, no hacer lo que debo. Pero ahora lo estamos haciendo.
- El cambio no se producirá si esperamos a otra persona. Somos aquellos que estábamos esperando.
- Divisivos en un momento en el que necesitamos unidad.
- No tenéis que abuchear, sólo tenéis que votar.

MATERIALES DE EXPERIENCIA (PATHOS)

“Por los oyentes, cuando son arrastrados a una pasión por el discurso, pues no concedemos igual nuestra opinión con pena que con alegría, ni con amor que con odio; respecto de sólo lo cual decimos que intentan ocuparse los tratadistas actuales” (Aristóteles, 1990, p. 11).

La figura que Obama utiliza más es la repetición. El objetivo es conmover al auditorio al que se dirige para atraer su atención y apoyo. En total emplea 24.

Estos son algunos ejemplos:

- Si lo piensan, es por una buena razón. Si lo piensan yo tenía pocas posibilidades de llegar aquí.
- Al oír que no estamos listos, que no debemos probar o que no podemos....
- ...Se alzaron de una forma que no habíamos visto antes. Se alzaron para decir que tal vez este año, esta vez, sea diferente.
- No creáis ni por un segundo que estas elecciones se han acabado. No penséis por un minuto que el poder concederá nada sin luchar.

CONCLUSIONES

- La mayor parte de ilustradores que emplea buscan la aproximación y la empatía con la audiencia (Palma Adentro y Palma de Lado) sin olvidar la autoridad (Índice Batuta).
- Utiliza numerosos autoadaptadores. Estos gestos suelen transmitir intranquilidad pero al combinarlos con ilustradores que sugieren espontaneidad, emblemas, un lenguaje y un tono adecuados los neutraliza.
- Es fiel a uno de los principios clave de la Comunicación Política: un ataque nunca debe quedar sin respuesta. Supo tratar las crisis que le sobrevino por el discurso del reverendo Wright.
- Obama proyecta una imagen de cercanía, felicidad y energía en las distancias cortas. Para ello se sirve de la charla de cortesía y sobre todo, de los detalles de su vida personal y del humor con los que da a entender que es como cualquier otro. También exhibe constantemente sonrisas y hace comentarios sobre cómo se siente.
- Esto contrasta con la imagen que ofrece en los discursos ante las grandes masas. Aunque no abandona la proximidad (sigue aludiendo a su vida personal y a sus experiencias) prácticamente no sonríe y su tono, al igual que su gesto, es serio. Creemos que el objetivo es dar una imagen de autoridad sin abandonar la cercanía.
- Su dominio de la retórica es excelente. Una característica que sobresale en todos los discursos que hemos analizado es su destreza para combinar varias figuras retóricas a la hora de describir su ethos, sus ideas y sus objetivos. Consigue incluir cuatro figuras en apenas seis frases de forma natural. Emplea sobre todo repeticiones con el objetivo de conmover a su audiencia.
- Combina perfectamente las tres cualidades (energía, felicidad y autoridad) que son la clave de la popularidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS, DIGITALES Y AUDIOVISUALES

LIBROS

- ARISTÓTELES (1990) *Retórica*, Centro de Estudios Constitucionales, Madrid.
- BERNE, Eric (2002) *¿Qué dice usted después de decir hola?*, Random House Mondadori, Barcelona.
- EKMAN, Paul (2009), *Cómo detectar mentiras*, Barcelona, Ediciones Paidós.
- KNAPP, Mark L. (1982), *Comunicación no verbal: el cuerpo y el entorno*, Barcelona, Ediciones Paidós.
- MORRIS, Desmond (1970), *El mono desnudo: un estudio del animal humano*, Barcelona, Plaza y Janés.
- (1974) *Comportamiento íntimo*, Barcelona, Plaza y Janés.
- (1980) *El hombre al desnudo: un estudio objetivo del comportamiento humano*, Barcelona, Ediciones Nauta.
- POYATOS, Fernando (1994), *La comunicación no verbal II: paralenguaje, kinésica e interacción*, Ediciones Istmo, Madrid.

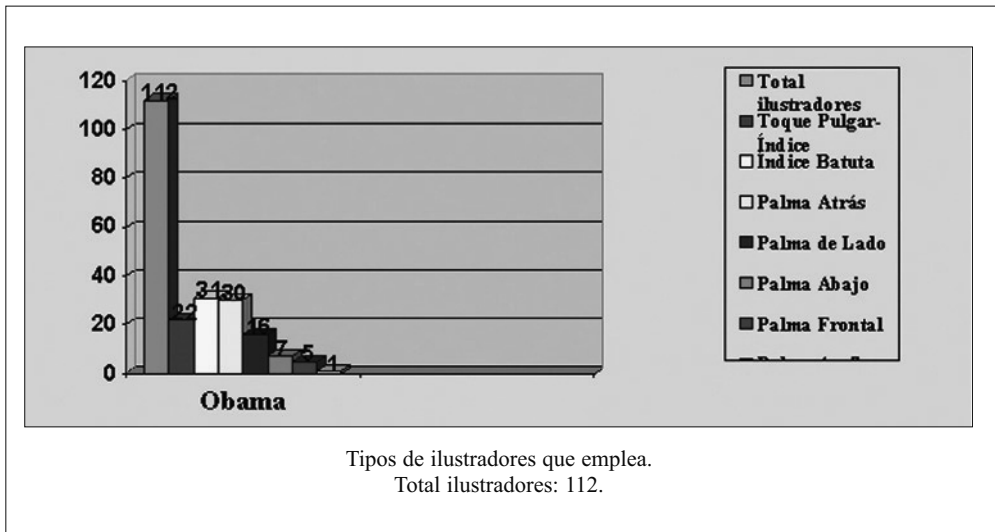
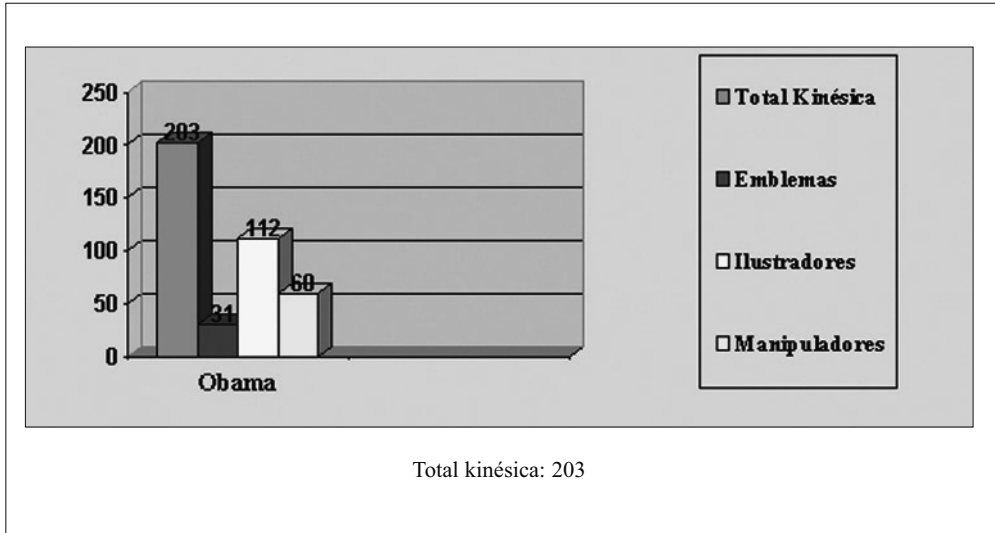
ARTÍCULOS CIENTÍFICOS

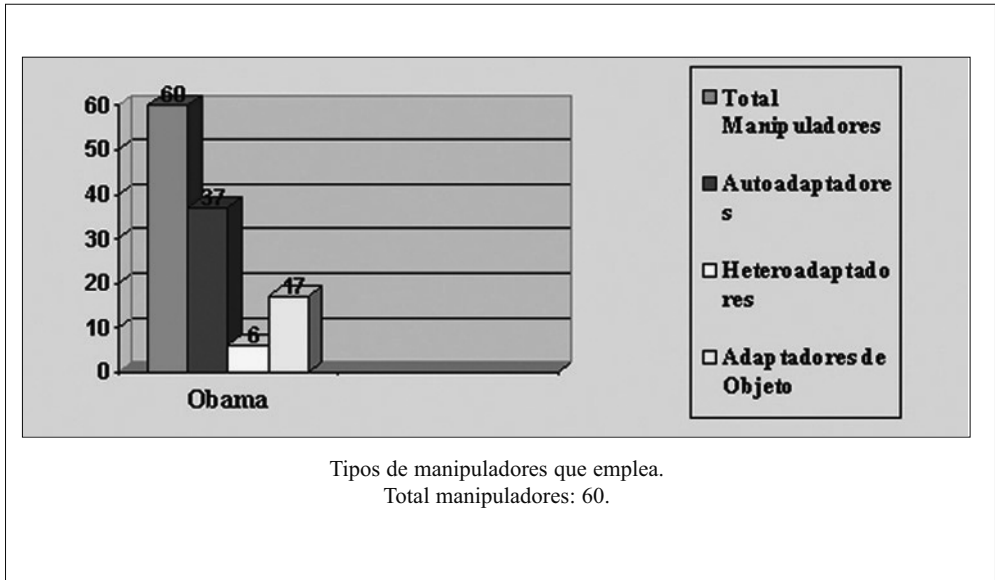
- EKMAN, Paul y FRIESEN, Wallace (1969), *The repertoire of nonverbal behaviour: categories, origins, usage and coding*, Semiotica 1, Universidad de California, San Francisco, páginas 49-98.
- VALBUENA, Felicísimo (2007) Los dos debates presidenciales en México (2006): análisis retórico-comunicativo, *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, Universidad Autónoma de México, Volumen 201, páginas 111-144.

DOCUMENTALES

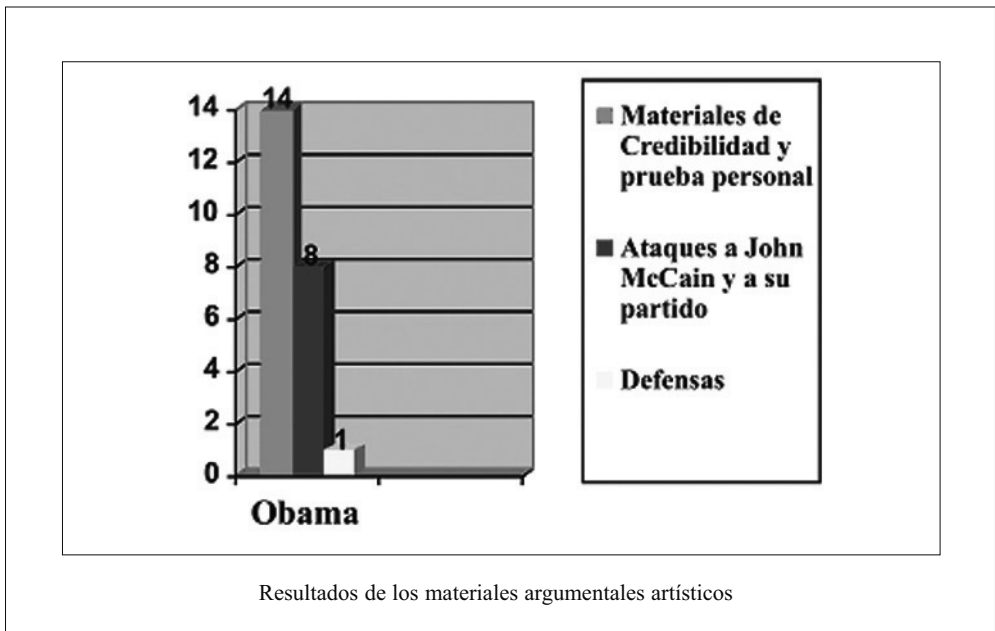
- RICE, Amy y SAMS, ALICIA, *Barack Obama, el camino hacia el cambio, (By the people, the election of Barack Obama)*, HBO, 110 minutos, 2009.
- El carisma de los políticos (parte 1)*, documental emitido por La Sexta el 10 de febrero de 2008.

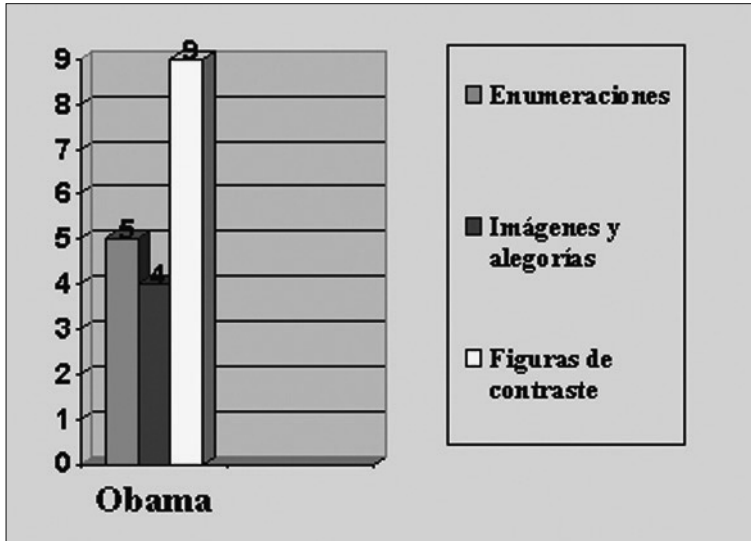
Resultados de Barack Obama en Comunicación No Verbal.



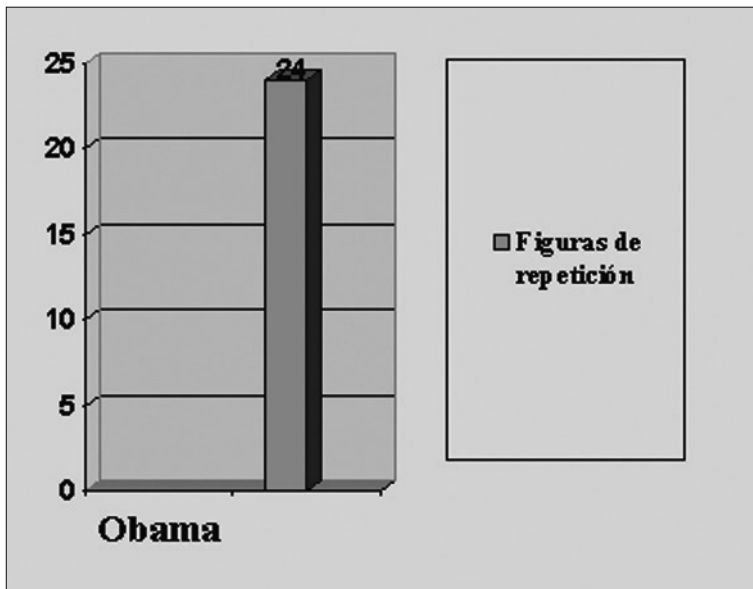


Resultados de Barack Obama en Afirmaciones sobre el Ethos, Ataques y Defensas.





Resultados de los materiales de experiencia.



RESUMEN

Este artículo explora el estilo de comunicación del actual presidente de los Estados Unidos, Barak Obama. Los expertos coinciden en que es su capacidad para comunicar lo que le ha llevado a la Casa Blanca y nos interesa conocer las características que componen su estilo. Atendemos a la dimensión verbal y a la no verbal, prestando una especial atención a la segunda. Para el análisis de lo verbal nos servimos de las categorías que Aristóteles distinguió en su *Retórica* y para el no verbal de las clasificaciones del psicólogo Paul Ekman y de las del zoólogo Desmond Morris.

Palabras clave: Barack Obama, comunicación no verbal, lenguaje, kinésica, proxémica.

ABSTRACT

This article explores the communication style of the current president of the EEUU, Barack Obama. Experts agree that his ability to communicate has taken him to the White House and we are interested in discovering the main characteristics of his style. For the verbal analysis we use the categories that Aristoteles explained in his *Rhetoric* and for the non verbal one we use the classifications of the Psychologist Paul Ekman and the Zoologist Desmond Morris.

Key words: Barack Obama, language, non verbal communication, proxemics, kinetics.

RÉSUMÉ

Cet article explore le style communicatif de l'actuel président des États Unis, Barak Obama. Les experts coïncident dans le fait que c'est sa capacité à communiquer ce que lui a porté à la Maison Blanche. Nous nous intéressons précisément aux caractéristiques qui composent son style. Nous envisageons tant la dimension verbale que la non verbale, spécialement la deuxième. Nous aborderons la communication verbale par moyen des catégories qu'Aristote avaient distinguées dans son œuvre "*Rhétorique*" et la communication non verbale par moyen des classifications élaborées par le psychologue Paul Ekman et par le zoologue Desmond Morris.

Mots clé: Barack Obama, communication non verbale, langage, kinésie, proxémie.