

El ceremonial y el protocolo como elementos de credibilidad en las publicaciones de los políticos españoles en Instagram

Ceremonial and protocol as elements of credibility in Spanish politicians' Instagram posts

Dragana Djordjevic¹
Universidad de Vigo
dragana.j.djordjevic@gmail.com

Recepción: 20/11/2025 Revisión: 24/11/2025 Aceptación: 5/12/2025 Publicación: 26/12/2025

DOI: <https://doi.org/10.5944/eeii.47064>

Resumen

El ceremonial y el protocolo político establecen un conjunto de normas de comportamiento, vestimenta y disposición espacial que refuerzan la autoridad y legitimidad de los representantes públicos (RUBIO CALERO, 2022). Este artículo examina el modo en que los políticos españoles utilizan los elementos del ceremonial y del protocolo en la construcción de su imagen en las publicaciones visuales difundidas en la red social Instagram. El objetivo principal de este artículo es investigar en qué medida los líderes políticos españoles dedican su contenido a relatar eventos y actos regidos por las normas protocolarias y ceremoniales, así como identificar los elementos personales de comunicación política no verbal vinculados a dichas normas que se evidenciaron en el contenido visual publicado en los perfiles oficiales de Santiago Abascal, Isabel Díaz Ayuso y Pedro Sánchez en esta red. El período de investigación abarca la primera legislatura del Presidente del Gobierno de España, Pedro Sánchez, que empieza el 7 de enero de 2020, hasta la conclusión de su primer mandato, el 23 de julio de 2023. Este estudio se desarrolla mediante una metodología cuantitativo-cualitativo. Los resultados mostraron que los tres políticos en cuestión hicieron uso de los elementos del protocolo y del ceremonial en distintas proporciones, con el propósito de construir y proyectar su imagen política, así como de reforzar determinados rasgos de su personalidad y de su rol

¹ Doctora en Comunicación por la Universidad de Vigo e investigadora especializada en retórica, comunicación política, análisis de contenido y redes sociales.

político. Esta investigación podría resultar relevante para los estudios sobre el protocolo y el ceremonial, ya que ofrece resultados empíricos obtenidos de la aplicación práctica de los fundamentos teóricos.

Palabras clave: ceremonial, protocolo, políticos, *Instagram*

Abstract

Ceremonial and political protocol establish a set of norms regarding behavior, attire, and spatial arrangement that reinforce the authority and legitimacy of public representatives (RUBIO CALERO, 2022). This article examines how Spanish politicians employ elements of ceremonial and protocol in constructing their public image through visual publications disseminated on the social network Instagram. The main objective of this article is to investigate the extent to which Spanish politicians dedicate their content to recounting events and acts governed by protocol and ceremonial norms, as well as to identify the personal elements of nonverbal political communication linked to these norms evident in the visual content published on the official profiles of Santiago Abascal, Isabel Díaz Ayuso, and Pedro Sánchez on this platform. The research period covers the first term of office of the President of the Government of Spain, Pedro Sánchez, beginning on January 7, 2020, and concluding on July 23, 2023. This study adopts a quantitative–qualitative methodology. The findings show that the three politicians under study made use of protocol and ceremonial elements to varying degrees, with the aim of constructing and projecting their political image, as well as reinforcing specific traits of their personality and political role. For studies on protocol and ceremonial practices, this research may be of particular relevance, as it offers empirical results derived from the practical application of theoretical foundations.

Keywords: ceremonial, protocol, politicians, *Instagram*

SUMARIO

1. Introducción
2. Retórica visual: imágenes, persuasión y *ethos* político
 - 2.1. *Ethos* político en *Instagram*
3. Comunicación no verbal
 - 3.1. Kinésica
 - 3.2. Proxémica
 - 3.3. Indumentaria
 - 3.4. Entorno
4. Ceremonial y protocolo
 - 4.1. Ceremonial
 - 4.2. Protocolo
5. Metodología

-
- 6. Casos de estudio
 - 7. Conclusiones
 - 8. Bibliografía

1. INTRODUCCIÓN

El ceremonial y el protocolo en la comunicación política establecen un conjunto de normas de comportamiento, vestimenta y disposición espacial que refuerzan la autoridad y legitimidad de los representantes públicos. Funcionan como instrumentos simbólicos de poder (RUBIO CALERO, 2022) y de respeto institucional y garantizan que cada acto político mantenga un orden jerárquico y proyecte una imagen coherente. A través del protocolo y el ceremonial, la comunicación política adquiere una dimensión estratégica, donde los gestos, la distancia, el color y la postura transmiten mensajes de liderazgo, cercanía y credibilidad y donde los rituales de despedida y la colocación de los asientos rigen las interacciones políticas y diplomáticas (RUBIO CALERO, 2022).

El presente artículo examina el modo en que los políticos españoles utilizan los elementos del ceremonial y del protocolo en la construcción de su imagen dentro de las publicaciones visuales difundidas en la red social *Instagram*. La idea de esta investigación surge al identificar la necesidad de comprender cómo los políticos españoles aplican la formalidad institucional del protocolo en la creación de su imagen y autoridad política dentro de un entorno digital caracterizado por la personalización de la política y la producción de contenido no estrictamente profesional (DJORDJEVIC, 2025). Este estudio surge a partir de la identificación de la necesidad de aplicar los fundamentos teóricos del ceremonial y el protocolo, en su relación con la comunicación no verbal, a casos prácticos concretos y busca evidenciar la presencia y el uso de elementos protocolarios y ceremoniales en las publicaciones visuales de los tres líderes políticos españoles con mayor número de seguidores en la red social *Instagram*. Nos proponemos investigar en qué medida los políticos españoles dedican su contenido a relatar eventos y actos regidos por las normas protocolarias y ceremoniales, así como identificar los elementos personales de comunicación política no verbal vinculados a dichas normas que se evidenciaron en el contenido visual publicado en sus perfiles oficiales en esta red.

Para el desarrollo del análisis, se han considerado los estudios teóricos sobre ceremonial y protocolo de Otero Alvarado (2004), Sánchez González (2012), Pulido Polo (2016), Piñeiro Rodríguez (2017), junto con los artículos académicos basados en el análisis del contenido visual en redes sociales e *Instagram* elaborados por Klinger y Svensson (2014), Larsson (2015), Ekman y Widholm (2017), López et al. (2021) y Djordjevic (2025), entre otros. Se han incorporado, también, aportaciones académicas relevantes sobre comunicación no verbal provenientes de los trabajos de Knapp (1982), Fast (1984), Hernández Herrarte (2008), entre otros.

Este estudio se desarrolla mediante una metodología cuantitativo-cualitativa y se estructura en ocho apartados: introducción, en la que se expone el objetivo principal de la investigación y el estado del arte; teoría sobre la retórica visual, comunicación no verbal y el ceremonial y protocolo, metodología, estudio de casos, conclusiones y bibliografía.

Esta investigación podría resultar relevante para los estudios sobre protocolo y ceremonial ya que ofrece resultados empíricos obtenidos de la aplicación práctica de los fundamentos teóricos. Por otro lado, al analizar la credibilidad de los políticos españoles en *Instagram* desde una perspectiva retórica, podría contribuir también al campo de la comunicación política.

2. RETÓRICA VISUAL: IMÁGENES, PERSUASIÓN Y *ETHOS* POLÍTICO

El objetivo principal de la retórica visual consiste en examinar de qué manera las imágenes logran persuadir e influir en las creencias, actitudes y opiniones de los individuos (FOSS, 2004). Este concepto se entiende, también, como una herramienta crítico-analítica orientada a la observación y al análisis de las imágenes y datos visuales, cuyo propósito es destacar sus dimensiones comunicativas y simbólicas (FOSS, 2004).

Los estudios enfocados en la naturaleza de los símbolos visuales urgen a los retóricos a explorar la aplicación de elementos retóricos tradicionales, tales como argumento, *ethos*, metáfora o entimema, a las formas de la retórica visual y, simultáneamente, promueven el análisis de un conjunto de construcciones visuales, que incluye el color, el espacio, la textura y la presencia de representaciones geométricas (FOSS, 2004).

Las imágenes transmiten la percepción de la realidad, por lo que sus elementos visuales de naturaleza simbólica y metafórica, consecutivamente, adquieren un poder retórico y evocativo superior al poder puramente dialéctico o lógico. Para lograr una persuasión efectiva, las técnicas de persuasión visuales tienen que influir al público de manera significativa y en diversos contextos comunicativos (BLAIR, 2004).

Los profesionales de la persuasión, tales como políticos, abogados y expertos en marketing, utilizan la relación entre imágenes, valores abstractos y emociones con el objetivo de mantener sus ideas vigentes y predominantes en la mente del público. De esta manera, buscan influir en el cambio de opiniones, actitudes y comportamientos de acuerdo con sus propuestas mediante el uso de planos, tomas, escenas, secuencias, montajes y la puesta en escena que enriquecen con recursos expresivos provenientes de los ámbitos del lenguaje visual, icónico, simbólico, gestual y verbal (FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ, BAÑOS GONZÁLEZ & GARCÍA GARCÍA, 2012).

En el ámbito de la política, el objetivo principal de la comunicación política consiste en provocar una acción y atraer la simpatía del público mediante la aplicación de estrategias discursivas, visuales y audiovisuales. El actor político procura construir su autoridad a partir de la credibilidad (*ethos*) y persuadir a un número significativo de ciudadanos a que comparten sus ideas y valores. Con este propósito, destaca características de su personalidad y busca

generar confianza a través del tono de voz, la elección léxica, los gestos, la mimética, la mirada, la postura, la vestimenta y los símbolos (MAINGUENEAU, 2002), adecuadamente aplicados dependiendo del contexto y del medio (DJORDJEVIC, 2025). Los nuevos medios apoyan y hacen posible la transformación y la adaptación de las técnicas de persuasión en un entorno digital que anima autoexpresión, participación y colaboración creativa (ZAPPEN, 2009).

A pesar de las distintas dimensiones del análisis del *ethos digital* desarrolladas por varios autores, se diferencian *ethos previo* relativo a la reputación y los conocimientos anteriores de la vida del político, en base a los cuales la audiencia formará su opinión sobre el orador. *Ethos discursivo* ayuda a la audiencia a construir la idea sobre el orador mediante la consideración de su imagen durante el discurso, mientras que *ethos extradiscursivo* está vinculado a la impresión que el político causa antes del discurso a través del ambiente global en el que se desarrolla el discurso o la escenografía, como canal de la transmisión del discurso que pueden ser medios tradicionales o redes sociales (MAINGUENEAU, 2008; LÓPEZ ET AT., 2021; DJORDJEVIC, 2025).

2.1. *Ethos político en Instagram*

El uso de la retórica visual ha experimentado una expansión importante en las últimas décadas y ha facilitado la transmisión de símbolos visuales hacia una audiencia masiva. Los políticos han reconocido la importancia del simbolismo visual presente en los mensajes destinados a mejorar su imagen pública y persuadir a los votantes. La imagen política se considera una herramienta poderosa debido a su capacidad de generar confianza o promover la autoridad y la legitimidad de los políticos (STRACHAN & KENDALL, 2004).

El término “imagen política” se refiere a un dispositivo simbólico que sintetiza atributos positivos y mensajes visuales y verbales fáciles de memorizar, que un candidato político pretende transmitir a los votantes que, posteriormente, interpretan y extraen conclusiones con las que se identifican (STRACHAN & KENDALL, 2004).

Las redes sociales desempeñan un papel crucial en la comunicación política y en la construcción de la imagen pública de los actores políticos. Gracias a la posibilidad de implicar a los seguidores en la evaluación de las ideas, emociones e informaciones, las redes sociales facilitan la promoción del discurso político personal, partidista o ideológico (KLINGER & SVENSSON, 2014; LARSSON, 2015; EKMAN Y WIDHOLM, 2017).

Como red social de predominio visual (MANOVICH, 2017), *Instagram* permite a sus usuarios publicar contenidos visuales y audiovisuales acompañados de mensajes verbales o simbólicos que pueden ser comentados por otros usuarios. Se distingue de otras redes sociales por su lógica de “la imagen primero” (EKMAN & WIDHOLM, 2017: 18) y debido a su “orientación a la estética” (CALDEIRA, 2021: 9), se presenta como una plataforma ideal para la autoexpresión, el establecimiento y la promoción de una marca personal (WARNICK, 2002: 68).

Instagram se consolida como un medio efectivo en cuanto a la comunicación política gracias a un atractivo superior de las fotografías en comparación con los textos mediante las cuales los políticos configuran su credibilidad (MÜLLER & GEISE, 2015; LIEBHART & BERNHARDT, 2017; POULAKIDAKO & GIANNOULI, 2019), así como a la posibilidad de ofrecer una fusión del contenido del ámbito personal y profesional (EKMAN & WIDHOLM, 2017) más llamativo para los jóvenes como sus principales usuarios (ANDERSON, 2016).

La combinación de imágenes profesionales que incluyen discursos públicos, debates, réplicas, reuniones, presentación-promoción de partidos, apariciones en los medios, asistencia a eventos de celebridades y manifestaciones públicas, entre otros, con imágenes privadas, tales como momentos familiares, tareas o rutinas diarias centradas en uno mismo, constituye una de las características principales de los perfiles oficiales de los actores políticos. Esta característica otorga a esta red social el atributo de una “plataforma de marketing político ideal” (MUÑOZ & TOWNER, 2017: 291) ya que promociona la credibilidad, autoridad moral y carácter (*ethos*) de los políticos o figuras públicas a través de la difusión de contenido visual mediante el cual el público percibe al político como alguien digno de confianza y competente.

3. COMUNICACIÓN NO VERBAL

Todo proceso de acción comunicativa política se compone de elementos verbales, que transmiten información a través de las palabras, así como de elementos no verbales, que incluyen el uso de los gestos, la postura, la voz, entre otros. La comunicación no verbal puede definirse como “un lenguaje complementario al lenguaje de las palabras constituido por los gestos, las posturas, la mirada, los tonos de voz y otros signos y señales no verbales cuya función es establecer la comunicación de forma constante” (RULICKY & CHERNY, 2012: 13). El efecto de la comunicación no verbal es considerable ya que la información expresada mediante los gestos puede restar credibilidad a un discurso a pesar de una gran cantidad de argumentos que pueda poseer (CARAMELO PÉREZ, 2015: 8).

Los gestos intervienen en la creación de la opinión que una persona, situación o tema de conversación causa en nosotros y provoca nuestra aceptación o rechazo. La falta de naturalidad y sincronización entre los gestos y las palabras condiciona e influye negativamente en la credibilidad del lenguaje verbal. Para una buena interpretación de la comunicación no verbal se requiere una profunda observación del comportamiento habitual de una persona, la interpretación de un gesto en conjunto con otros gestos, la afirmación de la existencia de la coherencia entre la comunicación verbal y no verbal, así como la comprensión de la importancia del contexto en el que se realiza un gesto o una postura (KNAPP, 1982).

La comunicación no verbal realiza cinco funciones principales: repetición de la información expresada verbalmente, contradicción, sustitución, complementariedad, acentuación y regulación de la conversación (GARCÍA FERNÁNDEZ, 2000) e incluye cinco categorías fundamentales: la kinésica (movimiento del cuerpo y del rostro, que abarca el estudio de los gestos, la postura y las maneras), la proxémica (percepción del individuo del espacio), el paralenguaje (señales vocales no verbales), el aspecto físico y apariencia (forma del cuerpo o

indumentaria) y el entorno (elementos indirectamente implicados en la interacción, como muebles, estilo arquitectónico, etc.) (KNAPP, 1982; HERNÁNDEZ HERRANTE & RODRÍGUEZ ESCANCIANO, 2009).

3.1. Kinésica

Kinésica analiza los elementos no verbales relacionados con la postura, los gestos y las expresiones faciales y corporales como los componentes cruciales en la interpretación de aspectos que sugieren solidez, seguridad, confianza o, en su defecto, inseguridad y duda (HERNÁNDEZ HERRANTE & RODRÍGUEZ ESCANCIANO, 2009).

La postura determina la predisposición a aceptar o rechazar al interlocutor o el tema que se trata y se diferencian dos tipos de posturas: una abierta, en la cual las extremidades del sujeto no obstaculizan la comunicación entre los interlocutores y se muestra una voluntad de interactuar, y una postura cerrada, donde uno de los interlocutores muestra un rechazo hacia su interlocutor al cruzar los brazos o las piernas (CARAMELO PÉREZ, 2015). Frente al auditorio o en presencia de otras personas, la persona que habla puede mostrarse de pie, sentada, de rodillas, agachada o tumbada (HERNÁNDEZ HERRANTE & RODRÍGUEZ ESCANCIANO, 2009).

La orientación corporal se refiere al ángulo que nuestro cuerpo forma con respecto al ángulo de nuestro interlocutor. El grado de implicación corporal en la interacción define una orientación más o menos directa (HERNÁNDEZ HERRANTE & RODRÍGUEZ ESCANCIANO, 2009).

Según la parte del cuerpo involucrada en el movimiento, los gestos se dividen en gestos faciales y gestos corporales (HERNÁNDEZ HERRANTE & RODRÍGUEZ ESCANCIANO, 2009), mientras que, en relación con la voluntariedad, pueden distinguirse cinco categorías: emblemáticos, ilustrativos o ilustradores, reguladores, emocionales y adaptadores (HERNÁNDEZ HERRANTE & RODRÍGUEZ ESCANCIANO, 2009).

3.2. Proxémica

La proxémica examina la organización del entorno inmediato durante una interacción comunicativa, la disposición de los elementos dentro de este espacio, la distancia convencionalmente establecida durante la comunicación, así como el concepto de territorialidad que se define como “la identificación con un área determinada y la protección de dicho territorio frente a quienes puedan invadirlo” (KNAPP, 1982: 114). Cada individuo requiere un espacio personal denominado “espacio defendible” que lo protege de las intromisiones de los interlocutores durante una interacción comunicativa y cuya extensión varía en función de la relación entre el sujeto y el interlocutor, así como del contexto social y cultural. Además de las diferencias espaciales, se distinguen varios tipos de distancias, clasificadas en íntima, social, personal y pública. Cada una de estas categorías se subdivide en una fase cercana y una fase lejana (FAST, 1984: 153).

Tabla 1. *Tipos de distancias y sus características* (FAST, 1984) Fuente: Elaboración propia.

Tipos de distancia	Fase cercana	Fase lejana
Íntima		Desde 15 a 45 cm
Personal	Desde 45 a 75 cm	Desde 75 y 120 cm
Distancia social	Desde los 120 a 210 cm	Desde 210 a 360 cm
Distancia pública	Entre 3,60 y 7,50 m	Desde 7,50 m

3.3. Indumentaria

Muchos aspectos de la ropa y complementos que utilizamos transmiten a la demás información acerca de nosotros y pueden influir en la percepción que los demás tienen de nuestra persona. Para comprender la relación entre vestimenta y comunicación es necesario familiarizarse con las diferentes funciones que la vestimenta puede cumplir, como decoración, protección, identificación grupal y exhibición de estatus o rol (KNAPP, 1982: 16).

La forma en que nos vestimos posee un alto valor comunicativo y proporciona información acerca de la edad, el sexo, el estatus económico, la personalidad y otros intereses de los individuos. La ropa y sus colores no solo ejercen efectos en las personas que observa, sino que también puede influir en el estado de ánimo de sus usuarios.

Además de la vestimenta, los individuos pueden adornarse con diversos objetos y cosméticos, tales como símbolos distintivos, tatuajes, máscaras, joyas, entre otros, denominados artefactos. Cualquier análisis de la ropa debe considerar estos artefactos, ya que constituyen potenciales estímulos comunicativos y pueden transmitir información sobre nuestros gustos, personalidad e incluso estados de ánimo (KNAPP, 1982: 172).

3.4. Entorno

Los escenarios en los que se desarrolla el discurso político condicionan en gran medida su contenido y la manera en que tal discurso se percibe. Espacios públicos se caracterizan como institucionales y legitimados (VELÁZQUEZ GARCÍA-TALAVERA, 1999: 5). El material empleado, la distribución del espacio y el tipo de objetos que se encuentran en un ambiente interior, tales como la combinación de cortinas, paredes, revestimientos, alfombras, muebles, etc. influyen en la creación de un discurso, su recepción y la percepción de una atmósfera especial.

Los entornos de penumbra incluyen en el estado emocional y tienen un valor más persuasivo, ya que la oscuridad desactiva el pensamiento crítico (HERNÁNDEZ HERRANTE, 2008: 382).

Entre los aspectos clave del entorno que influyen en la persuasión se encuentran el medioambiente natural (geografía, emplazamiento y condiciones atmosféricas), la presencia o ausencia de otras personas, así como los rasgos arquitectónicos y de diseño, que incluyen también a los objetos móviles.

En cuanto a la persuasión política, el color, los aspectos más destacables del sonido ambiental, la iluminación, los objetos móviles o la estructura y diseño de edificios tienen una significativa relevancia en la motivación y toma de decisiones (HERNÁNDEZ HERRANTE, 2008: 383).

4. CEREMONIAL Y PROTOCOLO

La transmisión de la identidad de una organización a sus públicos se lleva a cabo a través de la comunicación corporativa, expresada en el lenguaje no verbal presente en actos, ceremonias o eventos. En estos contextos, las personas comparten un mismo tiempo y espacio, utilizando sus movimientos, posiciones corporales y gestos como un sistema de comunicación para transmitir mensajes donde, sujetos a las leyes de la proxémica (KNAPP, 1995,) y la cronémica (POYATOS, 1994), el ceremonial y el protocolo obtienen función de elementos modeladores y estructuradores.

La reputación y credibilidad de los actores políticos se construyen a través de la gestión de su influencia y la administración activa de su poder e impacto sobre los votantes, estrechamente vinculada al papel del protocolo y del ceremonial (las normas, gestos, actos y rituales formales), como instrumentos simbólicos que refuerzan su autoridad y legitimidad dentro de las estructuras de poder políticas o institucionales (PIÑEIRO RODRÍGUEZ, 2017). Los políticos intentan diseñar y aplicar un conjunto de normas que les permita consolidar y regular sus relaciones con las autoridades del gobierno (PIÑEIRO RODRÍGUEZ, 2017) o sus votantes. De esta manera, el ceremonial es responsable de la “forma” o de la escenificación, mientras que el protocolo regula la “norma” o la ordenación (PIÑEIRO RODRÍGUEZ, 2017).

4.1. Ceremonial

El ceremonial se define como un conjunto de actos solemnes y comportamientos formales y simbólicos, organizados e implementados en práctica por ciertas organizaciones o grupos, con el fin de expresar sus mensajes de manera no verbal o complementar o incluso reemplazar su expresión verbal (OTERO ALVARADO, 2004; RUBIO CALERO, 2022). Esta disciplina analiza el comportamiento ritual del ser humano, su naturaleza, sentido y manifestaciones externas y establece además las reglas que deben regir dicho comportamiento y la forma en que debe llevarse a cabo (RADIC, 1996). Las ceremonias sirven, sobre todo, para otorgar legitimidad y aceptación social a un acto jurídico; sin ellas, dicho acto no sería totalmente realizado o

carecería de pleno significado (OTERO ALVARADO, 2004). Las ceremonias y actos formales (como desfiles, inauguraciones, juramentos, discursos oficiales, etc.) no son elementos que legalmente otorgan validez a una acción política, pero sirven para fortalecer su aceptación y prestigio ante la sociedad (NIETO SORIA, 1993). Usado como medio de comunicación no verbal para rendir homenaje a figuras o entidades de poder, tanto religiosas como civiles, el ceremonial mejora la reputación de las organizaciones que participan en los eventos donde se aplica (OTERO ALVARADO, 2004). Las ceremonias oficiales se enmarcan en el universo de las manifestaciones externas del poder: recogen la estructura de poderes e instituciones, unipersonales o colegiados; señalan y expresan el lugar que corresponde a autoridades e instituciones, a otros colectivos con carácter representativo y a personalidades destacadas. Son un capital de legitimidad para las instancias que participan en ellas, usan y aplican símbolos de la herencia histórica y cultural colectiva y hacen presente una autoimagen de la sociedad como comunidad (MARÍN CALAHORRO, 1997). Este tipo de comunicación influye en los sentidos y las emociones más que en la razón (OTERO ALVARADO, 2004), por lo que se le otorga un gran poder retórico, que explica su gran impacto en la cultura popular.

Según Otero Alvarado (2004) (SÁNCHEZ GONZÁLEZ, 2012: 15), dentro de los componentes que integran el ceremonial, pueden identificarse los siguientes:

- a) Elementos espaciotemporales que comprenden tanto los aspectos materiales, como la escenografía, el mobiliario, la decoración y los símbolos, como los inmateriales, entre los cuales se incluyen la música, los aromas, la iluminación y los efectos especiales. La interacción de estos factores configura las condiciones estéticas particulares de cada acto ceremonial.
- b) Elementos personales relacionados con los códigos de etiqueta y los signos de identidad que distinguen y, simultáneamente, integran a los participantes en el evento. Incluyen aspectos como el uso de fragancias, ornamentos, vestimenta y expresiones gestuales.
- c) Elementos normativos que corresponden al conjunto de reglas que organizan la disposición espacial y temporal de los actos y establecen el marco de comportamiento adecuado según el contexto ceremonial e incluyen, especialmente, las disposiciones protocolares aplicables a la esfera pública y oficial.

4.2. Protocolo

El protocolo se utiliza para organizar el espacio y el tiempo en los que actúan los poderes establecidos, tales como el Estado o las instituciones internacionales. A diferencia del ceremonial aplicado a todo tipo de eventos, en cualquier tipo de organización, independientemente de su tamaño, de gestión pública o privada (SÁNCHEZ GONZÁLEZ, 2012), o de ámbito de acción (política, social, cultural, religiosa o laica, tales como tomas de posesión, juntas de accionistas, bodas o espectáculos), el protocolo se limita a la organización formal del comportamiento de las autoridades y organismos oficiales, tales como órganos principales del Estado con funciones políticas específicas que incluyen poder ejecutivo (Gobierno), legislativo (Parlamento) y judicial (tribunales) y poderes territoriales que se refieren a las

instituciones que operan en distintos niveles geográficos o políticos (instituciones internacionales, estados, comunidades autónomas, regiones y corporaciones locales etc. (OTERO ALVARADO, 2004). El protocolo regula cómo se desarrollan los actos oficiales de autoridades y organismos públicos, siguiendo normas formales y reconocidas.

El protocolo surge como un instrumento del Estado moderno para proyectar y organizar la percepción del poder. Puede definirse como un sistema de estructuración del espacio y del tiempo que facilita a la autoridad estatal establecer normas y su objetivo consiste en reflejar la identidad institucional y la articulación entre sus distintos poderes. De este modo, la aparición pública de las autoridades, como monarcas, presidentes autonómicos o alcaldes, constituye una manifestación no verbal de la estructura constitucional y de las relaciones de poder, al tiempo que proyecta la identidad organizacional del Estado ante la sociedad (OTERO ALVARADO, 2004).

Los motivos por los cuales una sociedad considere importantes o dignos de respeto a ciertos líderes, instituciones o personalidades dependen de los factores como el contexto, la propia condición y el sistema relacional con otros actores sociales (OTERO ALVARADO, 2004).

La normativa de protocolo emitida por el Estado tiene validez exclusiva en actos oficiales organizados por el Estado en cualquiera de sus manifestaciones territoriales o de poderes, pero también en otros actos no oficiales a los que acudan sus autoridades o instituciones. Cada grupo tiene derecho a organizarse y gobernarse internamente, y ninguno puede imponer su organización o reglas a los demás.

A pesar de la igualdad social y el derecho de compartir el mismo espacio y tiempo en sociedad, es necesario tener ciertas normas o criterios que ayuden en la organización de esa convivencia. Estos criterios sirven para reconocer el lugar o la posición de cada persona dentro de la comunidad, según dos aspectos principales:

1. Los méritos personales y el valor que una persona tiene por lo que ha logrado o representa por sí misma (por su talento, conocimientos o contribuciones), como en el caso de los artistas, deportistas, intelectuales, líderes de opinión, profesionales destacados, etc.
2. La representación y el valor que una persona tiene por representar a un grupo o una institución, como en los casos de líderes religiosos, presidentes de asociaciones o sindicatos, dirigentes de empresas, colegios profesionales, etc.

El sistema relacional indica que la posición o el rango de una persona o institución cambia según el contexto en el que se encuentre (OTERO ALVARADO, 2004: 7).

5. METODOLOGÍA

Para la realización de esta investigación, se empleó una metodología cuantitativo- cualitativa (GUTIÉRREZ & DELGADO, 1997) basada en el análisis del contenido visual publicado en los

perfiles oficiales de los tres políticos españoles más populares, en términos de seguidores, en *Instagram*. Entre los políticos investigados se encuentran: Santiago Abascal, miembro del Congreso de los Diputados de España desde 2019 y presidente del partido político VOX; Isabel Díaz Ayuso, presidenta de la Comunidad de Madrid desde agosto de 2019 y política del Partido Popular (PP); y Pedro Sánchez, secretario general del Partido Socialista Obrero Español (PSOE) desde 2017 y presidente del Gobierno de España desde el 18 de junio de 2017. Este estudio abarca la primera legislatura del presidente del Gobierno de España, Pedro Sánchez, que empieza el 7 de enero de 2020, hasta la conclusión de su primer mandato, el 23 de julio de 2023, ya que corresponde al período de mayor productividad de los tres políticos en cuanto a la generación de contenido y ofrece un intervalo cerrado y definido que permite una observación rigurosa y de referencia en cuanto a la comparación con los futuros estudios relativos a otras legislaturas.

Para esta investigación se llevó a cabo el análisis de las técnicas retóricas de persuasión no verbales aplicadas en las publicaciones visuales difundidas por los tres políticos en *Instagram*. Con el objetivo general de identificar la naturaleza temática de las publicaciones según su contexto y entorno, de acuerdo con el modelo del análisis del contenido digital político propuesto por Gómez et al. (2021), Papacharissi (2015) y Ekman y Widholm (2014; 2017), se categorizó la temática del contenido visual publicado en dicha red. Teniendo presente las posibilidades de las redes sociales como *Instagram* de fusionar la vida profesional y privada de los usuarios (VAN DIJK, 2012; PAPACHARISSI, 2015), así como la tendencia de los políticos a personalizar sus perfiles y distanciarse del contenido meramente profesional, se analizó la temática relativa a las actuaciones y prácticas de aspecto profesional, semiprofesional y privados (véase Tabla 1).

Los tres niveles de temáticas relacionadas con la actividad política se vincularon directamente con los principios del protocolo y del ceremonial, como reguladores del comportamiento, la comunicación y la distancia social, según el contexto y el tipo de relación entre las personas. Aunque el contenido visual de carácter privado no se vincula directamente con las normas del ceremonial y el protocolo, fue considerado y analizado por su relevancia en la configuración de la credibilidad y la imagen pública de los actores políticos en esta plataforma.

Tabla 2. Temas y tópicos capturados en el contenido visual de los tres políticos en *Instagram*. Fuente: Elaboración propia.

Tipo de temas	Momentos capturados:
Temas profesionales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Relaciones exteriores (visitas y recibimientos oficiales, congresos, foros y cumbres internacionales, etc.). 2. Participación en el Parlamento (debates, votaciones, etc.). 3. Elaboración de propuestas administrativas, legislativas, etc.
Temas semiprofesionales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Participación en actos oficiales de nivel nacional (homenajes, reconocimientos, agradecimientos, entrega de premios, visitas oficiales, etc.). 2. Participación en actividades de partido. 3. Aparición en medios de comunicación (entrevistas, rueda de prensas, programas televisivos, etc.).
Temas personales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Con familia y amigos. 2. Retratos. 3. Hobbies, actividad de ocio y estilo de vida. 4. Naturaleza, sitios emblemáticos, etc.

Para esta investigación se examinaron los elementos personales del ceremonial (OTERO ALVARADO, 2004) tales como vestimenta y gesticulación, así como el uso del espacio en relación con los demás sujetos presentes en el contenido visual (KNAPP, 1982; HERNÁNDEZ HERRANTE & RODRÍGUEZ ESCANCIANO, 2009; CARAMELO PÉREZ, 2015).

El nivel de persuasión que los políticos consiguieron establecer mediante la aplicación de los elementos personales en las imágenes que captaron los momentos en los actos y eventos ceremoniales y protocolarios, se medió mediante la interacción producida, concretamente, mediante los “me gusta” y comentarios (MEDINA, PAPAKYRIAKOPOULOS & HEGELICH, 2020: 2)

6. ESTUDIO DE CASOS

Para el análisis de la retórica visual, se consideró un corpus visual compuesto de aproximadamente 7434 fotografías publicadas por los tres políticos estudiados en sus cuentas oficiales en *Instagram* en el período mencionado anteriormente.



Gráfico 1: Número de fotos publicadas por político estudiado. Fuente: Elaboración propia.

Los tres políticos, en su mayoría, optaron por publicar mensajes relacionados con actividades políticas o semiprofesionales, desarrolladas conforme a las normas establecidas por el protocolo y el ceremonial de índole predominantemente institucional.

Tabla 3. Comparación de la temática contextual en las publicaciones de los políticos estudiados por años. Fuente: Elaboración propia.

Año de publicación	2020	2021	2022	2023
PEDRO SÁNCHEZ	Profesional 68,3%	Profesional 51,55%	Semiprofesional 52,22%	Semiprofesional 81,39%
ISABEL AYUSO	Semiprofesional 52,3%	Semiprofesional 54,01%	Semiprofesional 75,9%	Semiprofesional 66,23%
SANTIAGO ABASCAL	Semiprofesional 62,3%	Semiprofesional 70,06%	Semiprofesional 71,93%	Semiprofesional 89,81%

1. Pedro Sánchez

Durante los primeros años de su gobierno, Pedro Sánchez mantuvo una presencia notablemente institucional, caracterizada por la difusión de contenido de índole profesional, que, progresivamente, fue reemplazado por publicaciones de carácter semiprofesional.

El contenido publicado por Sánchez reflejó una clara orientación hacia actividades protocolarias de alto nivel, propias de su función de jefe del Ejecutivo, donde predominó la representación de actos estrictamente gubernamentales, como la estructuración del nuevo gobierno, reuniones con las Administraciones Autonómicas y la coordinación de medidas derivadas de la pandemia. Se identificaron, también, las imágenes que reflejaron su

participación en el Parlamento, reuniones internacionales, foros, cumbres y encuentros bilaterales. En este contexto, el protocolo se manifiesta como una herramienta de comunicación simbólica que refuerza la autoridad, la legitimidad y la posición jerárquica del político. Al difundir contenido relativo a recibimientos oficiales, visitas diplomáticas y cumbres internacionales, Sánchez consolidó una narrativa visual institucional basada en el protocolo y en la proyección de su función de jefe del Gobierno.

A partir de 2021, y con mayor intensidad en 2022 y 2023, se observó un incremento de publicaciones de temática semiprofesional (véase Tabla 4). Estas imágenes introducen un componente ceremonial, al mostrar al presidente en actos públicos, inauguraciones, visitas a empresas y eventos del PSOE, de estructura organizacional y corporativa, donde el énfasis se traslada del protocolo formal hacia la construcción simbólica de cercanía y compromiso social. En este tipo de publicaciones, el ceremonial funciona como un medio para visibilizar los valores y las acciones de su gobierno, cuando se intentó destacar el contacto con la ciudadanía, los sectores productivos y las instituciones sociales. Se trata, por tanto, de una puesta en escena más emocional y participativa, que proporcionó los elementos simbólicos de cercanía y la interacción directa con la comunidad.

La ausencia intencional del contenido privado sugiere una gestión controlada de la imagen personal, reservando el espacio público casi exclusivamente al discurso protocolario y ceremonial del poder.

Tabla 4. Porcentaje según la temática contextual presente en las publicaciones de Pedro Sánchez por año. Fuente: Elaboración propia.

TEMÁTICA	2020	2021	2022	2023
Profesional	68,3%	51,55%	46,41%	16,59%
Semiprofesional	31,5%	48,15%	52,22%	81,39%
Privado	0,2 %	0,29%	1,35%	2,24%

Mediante una observación detallada, en la mayoría de las imágenes de Pedro Sánchez en las que se pudo observar su lenguaje corporal, se evidenció una postura generalmente abierta y cordial (véase Gráfico 2).

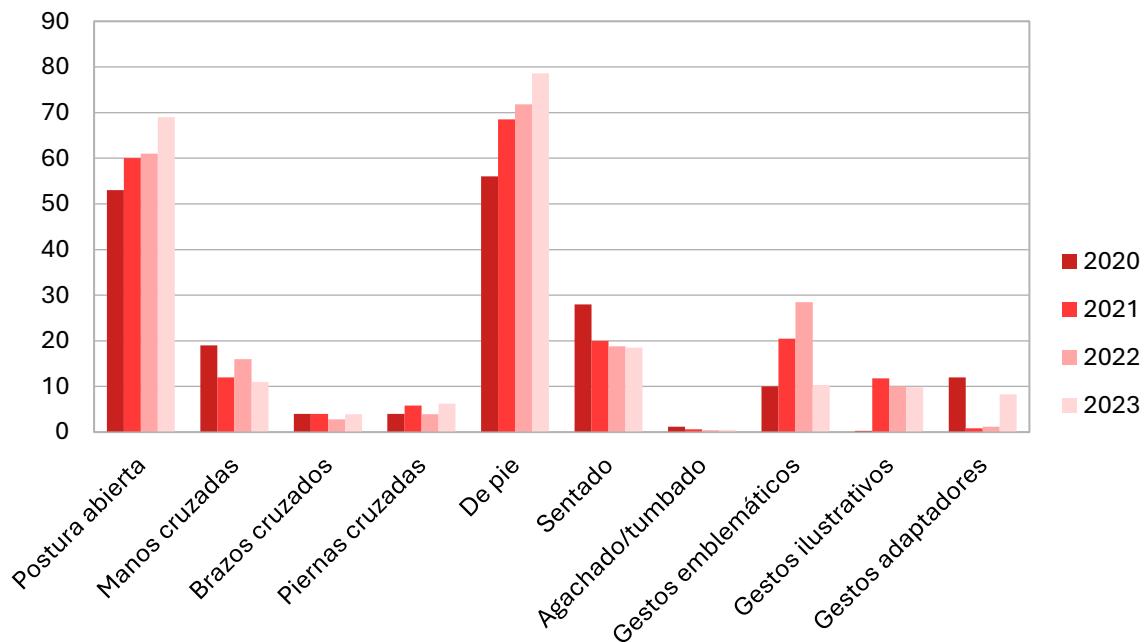


Gráfico 2. Análisis de los elementos de la kinésika en las publicaciones de Pedro Sánchez, presentados en porcentaje por años. Fuente: Elaboración propia

En las fotografías en las que participó junto a los Reyes, miembros de su gobierno u otras figuras políticas nacionales e internacionales, Sánchez evidenció una actitud de acuerdo con las normas de la formalidad y reflejó el cumplimiento de los códigos de conducta y representación institucional correspondientes a los actos oficiales.

Se observó que solía tener las manos cruzadas o una mano sobre la otra. Según el contexto analizado, este gesto característico de él no presentó una connotación negativa, sino más bien, una señal de respeto o una manera de ceder el protagonismo a los demás (DJORDJEVIC, 2025).

Pocas veces se le vio con las manos en los bolsillos.

En las publicaciones que retrataban sus visitas oficiales a las organizaciones, corporaciones y empresas o centros de investigación y laboratorios, se observó el gesto repetitivo de tener los brazos cruzados en la espalda. A pesar de su primera interpretación como gesto de autoridad y poder, el contexto indicó su significado como la curiosidad y el asombro del presidente por temas técnicos que posiblemente no le resultaban familiares.

En las fotos de contenido profesional, que retrataban reuniones, encuentros o eventos formales en las que estaba sentado y sin ningún tipo de obstáculo que impidiera la visión completa, Sánchez solía tener las piernas cruzadas. No obstante, la connotación negativa de este gesto, tras una observación holística del contexto, se llegó a la conclusión de que esta

postura resultaba la más cómoda y la más respetuosa con respecto a sus interlocutores, debido a su altura y a la forma y la colocación de los muebles en su entorno.

En un gran número de fotos que documentaban actos y eventos que exigían las normas de protocolo en las que participaba como ponente en diferentes cumbres y foros, recibimientos de delegaciones extranjeras, se mostró de pie, así como en los eventos ceremoniales en el trato directo con la gente, tanto funcionarios, cuerpos de protección civil, como trabajadores, niños, voluntarios, mayores o civiles casuales.

Se observó sentado en diferentes tipos de reuniones y durante la escucha activa de los discursos de los demás.

Demostró su interés mediante la inclinación de la parte superior del cuerpo hacia sus interlocutores y mantuvo esta postura en el trato con niños, mayores y mujeres.

Los resultados obtenidos mostraron a Sánchez como un político de gestos voluntarios, en gran medida, emblemáticos e ilustrativos. Su gesto recurrente de posicionar la mano derecha sobre el corazón se interpretó como señal de respeto y de agradecimiento tanto al Rey de España y numerosos líderes internacionales, como a trabajadores, voluntarios, deportistas, o sus compañeros y seguidores, entre otros. Además, sus muestras de apoyo partidista se expresaron mediante aplausos abiertos y levantando el brazo a sus compañeros de partido como señal de la victoria. En numerosas fotos que muestran su presencia junto a líderes internacionales, se observaron diferentes tipos de saludos, desde los más formales como el estrechamiento de manos hasta gestos más informales como saludos con el codo o el puño. No se identificaron gestos de connotación negativa.

En las imágenes que ilustraban sus discursos se observaron gestos ilustrativos, mientras que en algunas ocasiones tenía un bolígrafo en la mano o se estaba colocando la chaqueta. Estos gestos no parecen tener una relevancia particular en su comunicación no verbal. En algunas fotos se identificó el gesto de la mano apoyada en la barbilla con el índice levantado o doblado, que podría indicar una actitud de evaluación y reflexión durante la escucha. Este gesto se puede interpretar, también, como gesto de confianza en sí mismo y en las personas que lo rodean, como gesto de reflexión sobre la información recibida, de ironía o simplemente de relajación.

Los resultados mostraron también una reducción gradual de la distancia protocolaria en referencia con la audiencia y el aumento de una relación más cercana con sus seguidores.

Tabla 5. Indicadores de la proximidad con la audiencia en las publicaciones de Pedro Sánchez por año. Fuente: Elaboración propia.

PROXIMIDAD	2020	2021	2022	2023
Íntima	15,7%	4,96%	23,06%	30,94%
Personal	13,62%	19,68%	29,26%	23,32%
Social	37,14%	42,90%	27,61%	17,94%
Pública	6,81%	6,13%	5,33%	8,97%

En lo que respecta a la proximidad con los interlocutores, Sánchez mantuvo una

distancia social con la mayoría de las personas con las que interactuó, especialmente en el ámbito profesional. Este tipo de distancia se tuvo en consideración en reuniones y recibimientos de líderes extranjeros, debido tanto a los protocolos post-COVID, como a los protocolos estatales que se respetaron en eventos importantes que implicaban una cierta aglomeración. Sin embargo, en todas las fotos en las que interactuó con compañeros de partido, seguidores, civiles, niños y deportistas, se evidenció la distancia íntima o personal expresada a través de abrazos, saludos, entre otros gestos. La distancia pública se mantuvo en actividades profesionales y actos políticos nacionales e internacionales en los que aparecía como ponente.

En 2023, el cambio en el tipo de contenido mostró a Sánchez más informal y cercano a los sujetos de las fotos. Aunque mantuvo la distancia social y pública en sus tareas profesionales e administrativas, se observó una mayor proximidad en su interacción con otras personas en comparación con años anteriores.

En el 72,4% de las publicaciones en la que se pudo observar su indumentaria, Pedro Sánchez apareció vestido de traje y corbata.

Para sus reuniones, cumbres, recepciones oficiales y eventos del partido, el presidente optó por una combinación elegante. Durante sus encuentros con civiles y en ciertos mitines políticos, adoptó un estilo más informal que incluía vaqueros, camisas y chaquetas informales, de tela o terciopelo. Las publicaciones en las que aparecía vestido con vaqueros y una camisa de traje blanca o azul generaron una mayor reacción emocional en comparación con las demás. Asimismo, utilizó prendas menos formales, como vaqueros con camisa o jerséis de cuello alto y chaqueta americana para aparecer en algunos eventos políticos y visitas oficiales a centros de investigación o fábricas, a pesar de que en estas ocasiones llevaba batas, gorro y gafas de protección.

El color rojo se hizo presente en el 20,6% de las fotos, a través de accesorios como la corbata y la mascarilla. En ocasiones, Sánchez optó por llevar una camisa de color rojo coral, que influyó positivamente en sus seguidores, quienes reaccionaron con mayor intensidad en comparación con las fotos anteriores y posteriores.

Un significativo número de contenido visual de Sánchez que retrató actos oficiales estrictamente regulados por las normas oficiales tales como reuniones, foros, cumbres y conferencias con otros líderes internacionales, como el primer ministro italiano o la ex canciller Angela Merkel, los líderes de América Latina y el Caribe en la Asamblea General de las Naciones Unidas, con líderes europeos y Joe Biden, durante la reunión en Bali sobre la crisis en Ucrania, generaron una mayor participación textual y emocional de los seguidores, como también la fotos que presenciaba con el Rey de España. También, consiguió generar una importante reacción emocional y discursiva de sus seguidores con su visita al Vaticano y las reuniones con el Papa Francisco.

Una mayor reacción emocional, se consiguió también en el contenido menos formal de carácter ceremonial en diferentes situaciones junto al Rey de España, con la Presidenta de la Comisión Europea Ursula von der Leyen en la visita al campamento de refugiados sirios en presencia de niños refugiados, así como en la visita a civiles afectados por el volcán en La Palma o el incendio en Sotillo, eventos culturales (con el cantante Serrat y los actores en el premio Goya) y de deporte (los campeones de Europa de baloncesto).



Imagen 1. Juramento ante el Rey y la Constitución (Pedro Sánchez, 2020).

Fuente: <https://www.instagram.com/p/B7D5oUQKsJf/igsh=MXR2cjM4N3F1NXd4cA>

2. Isabel Díaz Ayuso

En las fotografías de Isabel Ayuso, se identificó un contenido, en gran medida, semiprofesional relacionado con las actividades administrativas con diferentes enfoques respecto al año de las publicaciones.

Tabla 6. *Porcentaje según la temática contextual en las publicaciones de Isabel Ayuso por años.* Fuente: Elaboración propia.

TEMÁTICA	2020	2021	2022	2023
Profesional	9,2%	2,91%	3,21%	7,79%
Semiprofesional	52,3%	54,01%	75,9%	66,23%
Privada	38,5%	43,06%	20,48%	23,37%

Ayuso optó por publicar imágenes que representaban principalmente su participación en homenajes oficiales a las víctimas del COVID. Predominaron las fotografías que describen sus visitas profesionales a hospitales, colegios, instituciones de servicio público y protección civil, el recibimiento de algunos políticos extranjeros o de ciudadanos mundialmente reconocidos por sus logros profesionales, así como presentaciones de proyectos de la Comunidad de Madrid.

En el contenido semiprofesional se captaron gestos, emociones y la interacción con ciudadanos y colaboradores que simbólicamente evidenciaron cercanía en actos públicos sin comprometer estrictamente la formalidad del evento.

Se observó la presencia de contenido privado que incluye fotos de paisajes, edificios emblemáticos de Madrid (como la Real Casa de Correos), momentos de ocio, hobbies y relaciones con familiares, amigos, mascotas o figuras culturales (músicos, actores, deportistas). A pesar de no estar directamente relacionado con protocolo, este tipo de contenido aporta al posicionamiento personal y mediático de la política y muestra su lado más humano y cercano.

A través de su lenguaje corporal, Isabel Ayuso optó por crear su imagen y la credibilidad política mediante la conexión, el afecto y el cariño.

Los resultados obtenidos la describieron como una política receptiva, participativa y dinámica, abierta a escuchar a sus ciudadanos y abordar los problemas actuales (véase Gráfico 3).

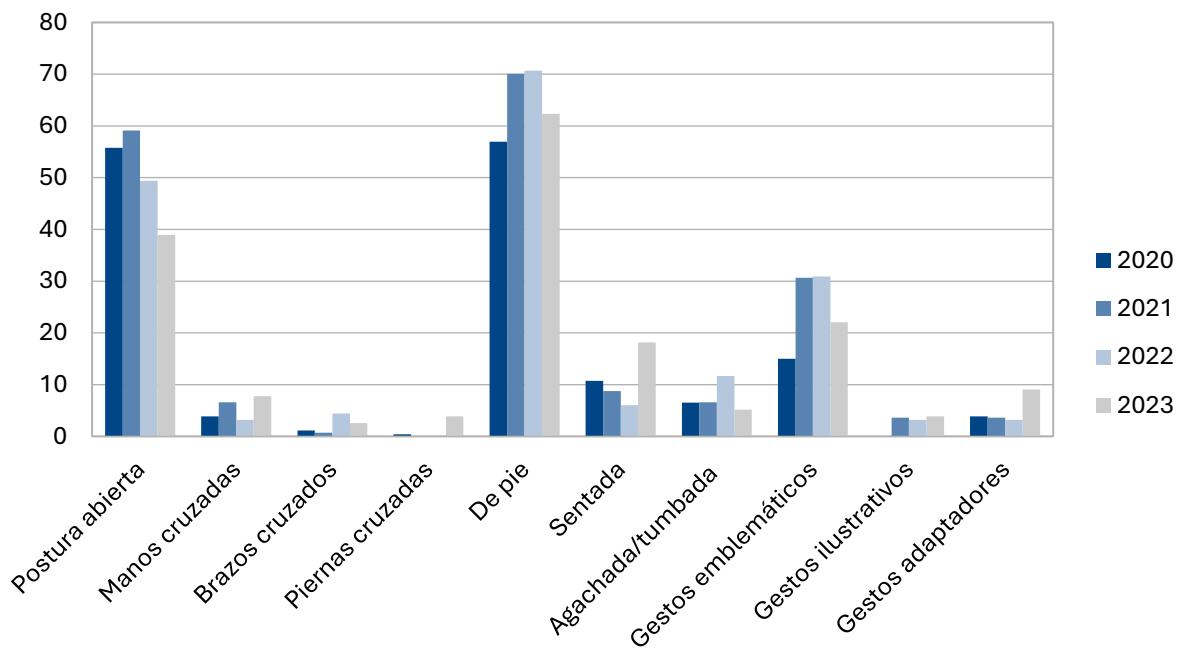


Gráfico 3. Análisis de los elementos de la kinésika en las publicaciones de Isabel Ayuso, presentados en porcentajes por años. Fuente: Elaboración propia.

En el análisis de las fotografías en las que se observó la expresión corporal de Ayuso, se evidenció un comportamiento coherente con las normas del protocolo y el ceremonial institucional y organizacional, donde la postura, los gestos y las actitudes comunican respeto, inmediación y adecuación al contexto de cada acto público.

En su interacción con ciudadanos, vecinos mayores y profesionales sanitarios, se observó ocasionalmente el gesto de manos entrecruzadas que, a pesar de que podría interpretarse como señal de ansiedad, en este contexto, se interpretó como muestra de paciencia y preocupación. Las manos en los bolsillos en algunas fotos no evidenciaron un mayor significado comunicativo y se interpretaron como un gesto práctico para protegerse del frío o de condiciones exteriores.

Las fotografías en las que apareció de brazos cruzados transmitieron seguridad y autoconfianza, que contribuyó a fortalecer su imagen representativa ante los seguidores y medios.

La mayor parte de veces, Ayuso fue fotografiada de pie cuando comunicó su receptividad, respeto y apoyo institucional, especialmente en actos conmemorativos o de reconocimiento. En ceremonias y algunos actos oficiales apareció sentada como público de honor en función de autoridad, patrocinadora o persona destacada relacionada con el evento.

En sus interacciones con niños, personas con diversidad funcional y animales, Ayuso evidenció una actitud empática y cercana, adaptando deliberadamente su postura corporal a la altura

de sus interlocutores. Esta conducta implicó una omisión intencionada de las normas convencionales del ceremonial que, sin embargo, contribuyó a la humanización de su figura pública.

Mediante gestos emblemáticos como abrazos, caricias o besos proyectó una imagen de apoyo emocional más que autoridad institucional. Los gestos ilustrativos e informativos reforzaron su mensaje discursivo, mientras que los gestos adaptadores, como apoyar el puño en la mejilla o los dedos en la barbilla, transmitieron naturalidad y espontaneidad.

En la mayoría de las fotos expresó la proximidad con la gente con la que interactuó, caracterizada como una interpretación más flexible de códigos de actuación, conforme a las nuevas formas de comunicación política.

Tabla 7. *Indicadores de la proximidad con la audiencia en las publicaciones de Isabel Ayuso por año.* Fuente: Elaboración propia.

PROXIMIDAD	2020	2021	2022	2023
Íntima	26,92%	33,58%	38,15%	38,96%
Personal	13,08%	8,75%	16,06%	19,48%
Social	15 %	5,84%	12,85%	2,60%
Pública	3,85%	4,38%	1,61%	1,31%

Se percibió una proximidad íntima expresada a través de gestos de dedicación y entrega emocional, especialmente mediante abrazos protectores y reconfortantes que se presentaron como herramientas poderosas para fortalecer las relaciones interpersonales y brindar consuelo emocional en situaciones familiares, con amigos o en interacciones con ciudadanos. La distancia personal, social y pública se interpretó como un gesto de prudencia sanitaria en ciertos encuentros, actos públicos y visitas oficiales que reflejó la adaptación del ceremonial a las nuevas circunstancias y el protocolo post-covid.

Isabel Díaz Ayuso optó principalmente por un estilo formal de su vestimenta en el 44,67% de sus publicaciones. Para evaluar la formalidad de su vestuario en las publicaciones, se aplicaron criterios similares a los criterios utilizados para la ropa masculina y se consideraron prendas como vestidos y faldas, cuya formalidad se determinó por el tipo de calzado utilizado o la elegancia en general.

En el análisis realizado se observó que adaptó su vestimenta en función del tipo de acto y del nivel de formalidad que se exigía. En sus actividades profesionales, optó por una vestimenta

formal, de acuerdo con las normas del ceremonial institucional y utilizó vestidos entallados que seguían la línea del cuerpo, en combinación con sandalias de tacón de salón, o chaquetas americanas, acompañadas de camisas o camisetas elegantes y pantalones de vestir. Durante su investidura como presidenta de la Comunidad de Madrid, lució un vestido de color rojo coral, mientras que en la ceremonia del Día de la Constitución Española eligió un vestido azul esmeralda, ambos de colores adecuados para eventos de carácter solemne y representativo.



Imagen 2. *Día de la Constitución Española.* (Isabel Ayuso, 2023).

Fuente:<https://www.instagram.com/p/CXIsqDwNrK-/?igsh=NGRyM3lqb2tub282>

En eventos o situaciones con menor exigencia normativa, Ayuso recurrió a una vestimenta semiformal, que combina prendas informales como chaquetas, pantalones o calzado deportivo con elementos más formales, y de esta manera creó un equilibrio entre elegancia y comodidad.

La reacción de los seguidores a las imágenes en las que viste trajes de chaqueta y pantalón o ropa deportiva sugiere una conexión más cercana y cotidiana con la ciudadanía que, sin embargo, reflejó un ligero alejamiento del contexto estrictamente oficial.

Se identificó el uso frecuente de uniformes laborales de los sectores como la seguridad ciudadana, la salud, la infraestructura y el medio ambiente que incluían la inscripción "PRESIDENTA", y de esta manera indicaban su posición jerárquica a pesar de la admiración mostrada por quienes la rodeaban. El uso de traje de "Michelin Ayuso" puede interpretarse como un recurso simbólico, a pesar de ser una indumentaria de tono más informal e incluso humorístico.

En conjunto, estas elecciones muestran una imagen de una líder que combina autoridad, cercanía y autenticidad.

La elección cromática en la vestimenta de Isabel Díaz Ayuso adquiere un valor simbólico y representativo debido a la marcada presencia del dualismo en el uso de los colores

institucionales. Así, en los actos de carácter institucional o profesional, asociado a la bandera de la Comunidad de Madrid, optó por el color rojo, que evidencia su pertenencia y compromiso con el ámbito autonómico. Por otro lado, en sus acciones y eventos de índole política o partidista, eligió el color azul, identificativo de su partido, el Partido Popular, para reforzar su identidad ideológica y política.

Las fotografías de carácter semiprofesional, vinculadas con su participación oficial en actos de recepción de deportistas o chefs de reconocimiento internacional, así como las fotos de índole personal, carentes de formalidad profesional y tomadas durante su tiempo libre, en actividades recreativas, en compañía de músicos o junto a su mascota, generaron un nivel de interacción significativamente superior de sus seguidores en comparación con otras fotos.

3. Santiago Abascal

Las fotografías de Santiago Abascal se caracterizaron por estar en gran medida relacionadas con el contenido semiprofesional y la proyección institucional y partidista.

Tabla 8. *Porcentaje según la temática contextual en las publicaciones de Santiago Abascal por año.* Fuente: Elaboración propia.

TEMÁTICA	2020	2021	2022	2023
Profesional	16,4%	19,35%	19,31%	8,00%
Semiprofesional	62,3%	70,06%	71,93%	89,81%
Privada	21,3 %	10,58%	8,74%	2,18%

El contenido profesional de las publicaciones de Abascal está relacionado con eventos oficiales y de representación política que pueden clasificarse dentro del ámbito protocolario e institucional. Las fotografías reflejan sus intervenciones en el Congreso de los Diputados, así como los momentos previos a las sesiones parlamentarias. También se registran imágenes de reuniones y encuentros con líderes internacionales de distintos países (Italia, Hungría, Polonia, Portugal, Brasil y Venezuela) que refuerzan el carácter diplomático y ceremonial de su agenda. En este mismo nivel se incluyen fotografías vinculadas a iniciativas políticas relevantes, como las denuncias ante el Tribunal Constitucional, que muestran un ejercicio formal de sus funciones parlamentarias. A lo largo de los cuatro años analizados, se observó un crecimiento del ceremonial partidista y una disminución del contenido institucional y personal.

La mayoría de las publicaciones de Abascal pertenecen a la categoría semiprofesional y muestran su participación en actos públicos organizados por VOX, discursos, mítines, y encuentros con simpatizantes y militantes, enmarcados en ceremoniales de partido que

combinan elementos políticos, simbólicos y de cohesión ideológica. Este tipo de contenido también incluye fotografías de entrevistas en diferentes medios de comunicación, sesiones fotográficas en su despacho en el Congreso, y visitas oficiales acompañadas de connotaciones religiosas o patrióticas, como homenajes en festividades cristianas. Su corpus visual se estructura entorno a actos con alto componente simbólico, donde el líder político aparece como figura central, siguiendo pautas del protocolo político moderno: control de la imagen, escenificación del liderazgo y uso del ceremonial como herramienta de persuasión (GAMIR-RÍOS, CANO ORÓN & LAVA-SANTOS, 2022). La proyección internacional mediante encuentros con líderes extranjeros se convierte en el elemento más claramente oficial, mientras que los actos del partido representan un ceremonial interno de cohesión y legitimación.

Abascal compartió fotografías junto a su familia, amigos y entorno cercano, así como retratos más íntimos que mostraban momentos de ocio, reflexión o hobbies que, a pesar de no estar relacionadas con el protocolo formal, tenían un valor comunicativo importante.

Los resultados indicaron que el político dirigió su estrategia comunicativa hacia la construcción de una imagen personal marcada por la vehemencia, la determinación y la categorización ideológica de sus discursos.

En la mayoría de sus imágenes, el político mantenía una postura corporal abierta y de pie (véase gráfico 4).

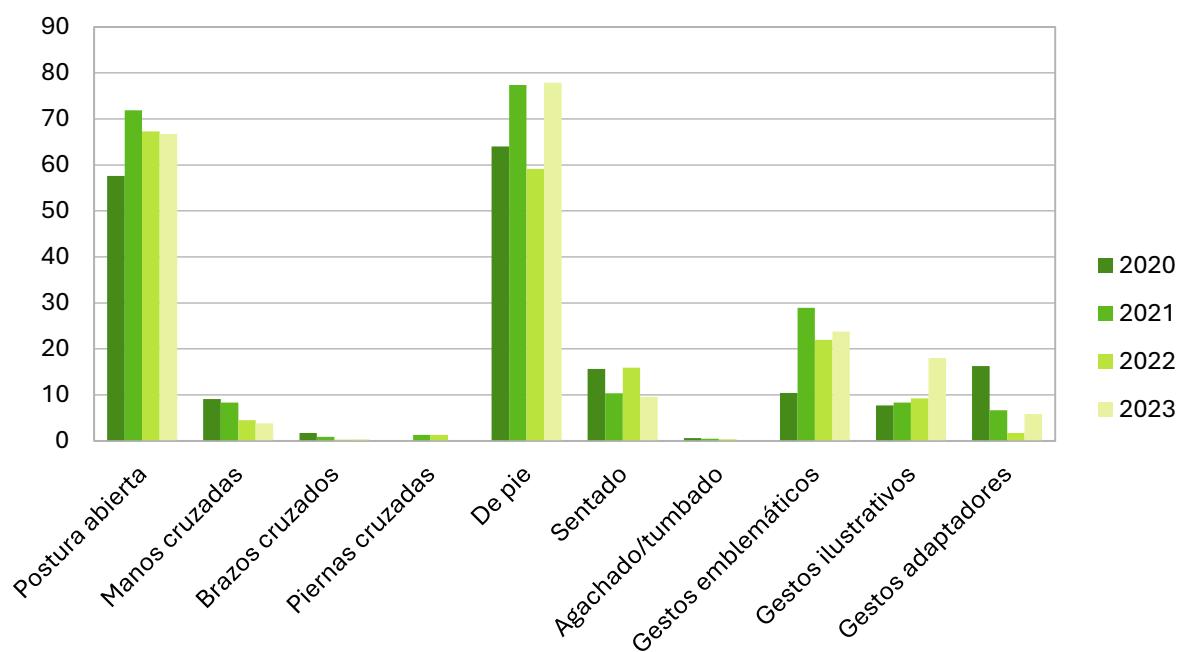


Gráfico 4. Análisis de los elementos de la kinésika en las publicaciones de Santiago Abascal presentados en porcentajes por años. Fuente: Elaboración propia.

A pesar de mantener una comunicación no verbal fluida, la percepción del cuerpo completo a menudo resultó obstaculizada por la presencia de una mesa de discurso, que, como elemento habitual en contextos protocolarios formales, refuerza la posición jerárquica del orador y aporta una sensación de solemnidad, aunque reduce la expresividad corporal visible.

En cuanto a los gestos y movimientos de las manos, Abascal evitó, en general, las manos completamente cerradas, aunque en determinados momentos se registraron puños cerrados o manipulaciones del anillo.

Su postura corporal, frecuentemente con una o ambas manos en los bolsillos, contribuyen a una percepción de naturalidad. Las fotografías en las que aparecía con las manos en las caderas generaron una mayor conexión emocional con el público. Su escasa aparición con brazos o piernas cruzados se alineó con los principios del protocolo comunicativo, que favorecieron posturas abiertas para transmitir disponibilidad, receptividad y liderazgo ante la audiencia.

La postura y los gestos de Abascal durante sus apariciones públicas reflejan una cuidadosa construcción de su imagen institucional y de conducción estratégica.

En las fotografías tomadas durante las sesiones parlamentarias, su postura sentado e inclinado hacia adelante proyecta interés, compromiso y atención hacia los temas tratados, así como respeto hacia sus interlocutores.

Destacan los gestos emblemáticos propios del ceremonial político, tales como abrazos, apretones de manos, saludos, el gesto de la victoria o el signo de "ok" con el pulgar levantado. Por otro lado, el uso frecuente del dedo índice durante sus intervenciones, especialmente al acompañar críticas o enfatizar ideas, responde a un recurso gestual retórico que subraya la firmeza de su discurso.

Las publicaciones en las que aparece en situaciones más personales, con familiares, sosteniendo un bolígrafo o disfrutando de un puro, rompen con la formalidad y amplían su presencia comunicativa.

En cuanto a los gestos adaptadores, durante los actos de VOX, se observó una mano apoyada sobre la mesa de discurso, sin un significado comunicativo particular. Por otro lado, el gesto de la mano apoyada en la barbilla o el gesto de tocarse la cara sugirió concentración, reflexión y escucha activa.

A pesar de mostrar ciertas oscilaciones, Abascal mantuvo una distancia íntima y personal con sus seguidores y admiradores, mientras que, en sus actos políticos, por motivos de practicidad, guardó una distancia pública (véase Tabla 9).

Tabla 9. *Indicadores de la proximidad con la audiencia en las publicaciones de Santiago Abascal por año.* Fuente: Elaboración propia.

PROXIMIDAD	2020	2021	2022	2023
Íntima	12,04%	31,75%	26,49%	22,66%
Personal	35,53%	16,13%	20,78%	16,11%
Social	7,57%	12,10%	12,64%	11,85%
Pública	13,20%	21,16%	18,10%	33,58%

Las publicaciones revelan una gestión consciente de la distancia interpersonal como elemento simbólico de comunicación y representación pública.

Las interacciones con familiares, compañeros de partido y seguidores, en las que se observó proximidad física, abrazos, palmadas en la espalda o estrechamientos de manos, responden a los usos sociales informales, donde la espontaneidad y la empatía fortalecen la conexión con la ciudadanía.

Por otro lado, en eventos multitudinarios, los mítines y actos públicos, Abascal proyecta una imagen de liderazgo que, no obstante, cierta distancia física, refuerza la autoridad y el control del espacio escénico. De esta manera, cumple una función protocolaria de garantizar la claridad comunicativa y el orden ceremonial del acto. La distancia personal o social que adopta frente a políticos extranjeros o periodistas se ajusta a las normas protocolarias internacionales, que establecen jerarquías y grados de proximidad según el contexto y la función del encuentro.



Imagen 3. Con los líderes europeos (Santiago Abascal, 2021).. Fuente: <https://www.instagram.com/p/CPcwlcFpgyy/?igsh=emFsajh3NTk3cXc5>

En dependencia de la formalidad de la ocasión, optó por una vestimenta formal que incluía trajes con o sin corbata. Eligió la opción informal y llevó vaqueros, camisas informales o jerséis, chaquetas, o camisas blancas de traje y vaqueros, normalmente para los eventos de su partido, en el 33,6% de sus publicaciones visuales.

En las visitas ha utilizado accesorios profesionales como chalecos, mientras que para realizar actividades deportivas ha preferido usar ropa *sport* con su nombre impreso. Las tonalidades verdes han estado presentes de manera constante en sus publicaciones, como el color favorito de las mascarillas, chaquetas, corbatas, camisas, ropa deportiva y de senderismo.

El contenido que recibió una mayor reacción discursiva y emocional están relacionadas con las prácticas familiares relacionadas con escuchar el discurso navideño del Rey Felipe VI, la celebración de cumpleaños y dos actividades ceremoniales tales como los cumplimientos del derecho civil y político, las votaciones en el País Vasco y su votación en las elecciones generales en 2023.

7. CONCLUSIONES

Tras un análisis exhaustivo, se podría concluir que los tres políticos estudiados hicieron uso de los elementos del protocolo y del ceremonial en distintas proporciones, con el propósito de construir y proyectar su imagen política, así como de reforzar determinados rasgos de su personalidad y de su rol político.

Al priorizar la publicación de mensajes visuales en los que se evidencia una responsabilidad profesional vinculada con actos oficiales, gubernamentales e institucionales, Pedro Sánchez buscó reforzar su credibilidad y autoridad moral mediante la construcción de un *ethos* sólido,

no solo como defensor de la Constitución y admirador de las instituciones del Estado, tale como la Institución Militar, el Ministerio del Interior, el Sistema Nacional de Protección Civil, la Unidad Militar de Emergencias, las Fuerzas Armadas, la Guardia Civil y la Policía Nacional, sino también como diplomático y representante legítimo de los intereses nacionales y comunitarios, promotor de la cooperación bilateral, el diálogo y la solidaridad internacional. A través de los elementos ceremoniales, el presidente procuró proyectar su compromiso político y su adhesión a la promoción de políticas progresistas, con un énfasis en la acción, la responsabilidad y la solidaridad frente a desafíos contemporáneos, como la emergencia climática, las crisis humanitarias y la implementación de medidas orientadas a mejorar las condiciones laborales y sociales de la ciudadanía. No obstante, aunque un número significativo de las publicaciones relacionadas con actos estrictamente protocolarios, como su nombramiento como presidente, el juramento ante el rey o los encuentros con líderes internacionales, generaron una relevante reacción textual-emocional entre sus seguidores, que reflejan su apoyo hacia su rol institucional, los resultados evidencian que una parte importante de sus simpatizantes mostró una preferencia por contenidos que proyectan un *ethos* menos formal y más cercano, caracterizado por la espontaneidad, la naturalidad y un tono distendido y humano.

Para consolidar su credibilidad y generar confianza, Ayuso destacó un *ethos* profesional fundamentado en su autoridad como presidenta de la Comunidad de Madrid y su compromiso activo expresado mediante su presencia y participación en todo tipo de eventos ceremoniales, institucionales y administrativos, organizados y relacionados por la dicha comunidad para el beneficio de la ciudadanía madrileña. A pesar de una consciente omisión y el uso limitado de los elementos protocolarios y actos altamente oficiales y, por otro lado, una frecuente proyección y promoción de un *ethos* de persona cercana y libre, que disfruta de las actividades de su tiempo de ocio en compañía de su perro o de actividades y eventos musicales y deportivos de su ciudad, (en ocasiones, en compañía de figuras públicas y de la realeza española, en contextos menos formales mediante las cuales humanizó su perfil), una mayor interactividad de los seguidores se generó en los actos de propaganda y promoción electoral relacionados con el ceremonial partidista y sus gestos, así como en el simbolismo de agradecimiento hacia votantes y simpatizantes, quienes en dos ocasiones apoyaron su candidatura a la presidencia.

Para establecer la credibilidad, confianza y conexión con el público al que se dirige, Santiago Abascal utilizó los elementos protocolarios asociados con la profesionalidad política y su actividad parlamentaria destacando la defensa de la Constitución y su compromiso con la justicia, así como la unidad nacional y la soberanía. También, construyó la imagen de una figura confiable con un *ethos* de compromiso que se muestra mediante la colaboración, alianzas y solidaridad con líderes, organizaciones y movimientos internacionales. Mediante los elementos del ceremonial partidista, identificados con frecuencia en los eventos, protestas y acciones políticas, destacó su liderazgo y defensa de ciertos valores que, sin embargo, no resultaron particularmente persuasivos en cuanto a la participación de los seguidores. Obtuvo una mayor interacción de sus seguidores con el contenido relativo a los momentos personales junto a su familia y amigos, así como aspectos privados vinculados con sus pasatiempos, intereses o reflexiones personales de un tono más informal y cercano.

En conclusión, el análisis demuestra que los tres líderes utilizaron de manera estratégica los elementos del protocolo y del ceremonial para construir un *ethos* político alineado con sus objetivos comunicativos. Se pudo concluir que, en los contenidos predominantemente formales, el público mostró un mayor interés por mensajes más espontáneos, humanizados y asociados a la cercanía y la autenticidad, mientras que, en cambio, en los contenidos de carácter principalmente personal y próximo se evidenció un interés notable por comunicaciones con un tono más protocolario e institucional.

8. BIBLIOGRAFÍA

ANDERSON, Katie Elson. Getting acquainted with social networks and apps: Instagram's instant appeal. *Library Hi Tech News*, 2016, vol. 33, no 3, p. 11-15. Recuperado el 19 de noviembre de 2025. <https://doi.org/10.1108/LHTN-03-2016-0011>

BLAIR, J. Anthony. The rhetoric of visual arguments. En *Defining visual rhetorics*. Routledge, 2012. p. 41-61.

CALDEIRA, Sofia P. Identities in Flux: An Analysis to Photographic Self-Representation on Instagram. *Observatorio (OBS*)*, 2016, vol. 10, no 3. Recuperado el 10 de diciembre de 2025. DOI [10.15847/obsOBS10320161031](https://doi.org/10.15847/obsOBS10320161031)

CARAMELO PÉREZ, Laura María. *Influencia de la comunicación no verbal en la comunicación política. Análisis y evolución del comportamiento no verbal de Pablo Iglesias*. 2015. Tesis de licenciatura. Recuperado el 19 de noviembre de 2025. <http://hdl.handle.net/10662/3295>

DJORDEVIC, Dragana. *Retórica de los políticos españoles en Instagram*. Tesis doctoral. Universidad de Vigo. 2025. Recuperado el 10 de diciembre de 2025. <https://doi.org/10.35869/11093/8873>

EKMAN, Mattias; WIDHOLM, Andreas. Twitter and the celebritisation of politics. *Celebrity studies*, 2014, vol. 5, no 4, p. 518-520. Recuperado el 19 de noviembre de 2025. <https://doi.org/10.1080/19392397.2014.981038>

EKMAN, Mattias; WIDHOLM, Andreas. Political communication in an age of visual connectivity: Exploring Instagram practices among Swedish politicians. *Northern lights*, 2017, vol. 15, no 1, p. 15-32. Recuperado el 9 de diciembre de 2025. DOI: https://doi.org/10.1386/nl.15.1.15_1

FAST, J. *El lenguaje del cuerpo*. Kairos, (Vol. 1), 1984.

FERNANDEZ GARCÍA, José Lorenzo. *Comunicación no Verbal: Periodismo y medios audiovisuales*. Editorial Universitas, 2000.

FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ, Paloma; BAÑOS GONZÁLEZ, Miguelet; GARCÍA GARCÍA, Francisco. Análisis iconográfico de la publicidad audiovisual de perfumes. *Revista ICONO 14. Revista 218*

ISSN: 2386-8694

científica de Comunicación y Tecnologías emergentes, 2014, vol. 12, nº 1, p. 398-430. Recuperado el 19 de noviembre de 2025. <https://doi.org/10.7195/ri14.v12i1.549>

FOSS, Sonja K. Framing the study of visual rhetoric: Toward a transformation of rhetorical theory. En *Defining visual rhetorics*. Routledge, 2012. p. 303-313.

GAMIR-RÍOS, José; CANO-ORÓN, Lorena; LAVA-SANTOS, David. De la localización a la movilización. Evolución del uso electoral de Instagram en España de 2015 a 2019. *Revista de comunicación*, 2022, vol. 21, nº 1, p. 159-179. Recuperado el 19 de noviembre de 2025. <http://dx.doi.org/10.26441/rc21.1-2022-a8>

GUTIÉRREZ, Juan; DELGADO, Juan Manuel. *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales*. Síntesis, 1999.

HERRARTE HERNÁNDEZ, María. *La comunicación no verbal en la proyección mediática de la imagen política de José Luis Rodríguez Zapatero durante el curso político 2006-2007*. 2008. Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid.

HERNÁNDEZ HERRANTE, María & RODRÍGUEZ ESCANCIANO, Imelda. Investigar en comunicación no verbal: un modelo para el análisis del comportamiento kinésico de líderes políticos y para la determinación de su significación estratégica. *Enseñanza & Teaching: Revista Interuniversitaria de Didáctica*, nº 27 (1), 2009, pp. 61–94.

KNAPP, Martin. La comunicación no verbal: El corpo y el entorno. MA Galmarini, Trad.). *Cidade do México: Editorial Paidós Mexicana*, SA, 1982.

KLINGER, Ulrike & SVENSSON, Jakob. The emergence of network media logic in political communication: A theoretical approach. *New media & society*, 2015, vol. 17, no 8, p. 1241-1257. Recuperado el 19 de noviembre de 2025. <https://doi.org/10.1177/14614448145229>

LARSSON, Anders Olof. Pandering, protesting, engaging. Norwegian party leaders on Facebook during the 2013 'Short campaign'. *Information, Communication & Society*, 2015, vol. 18, no 4, p. 459-473. Recuperado el 19 de noviembre de 2025. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2014.967269>

LIEBHART, Karin; BERNHARDT, Petra. Political storytelling on Instagram: Key aspects of Alexander Van der Bellen's successful 2016 presidential election campaign. *Media and Communication*, 2017, vol. 5, no 4, p. 15-25. Recuperado el 19 de noviembre de 2025. <https://doi.org/10.17645/mac.v5i4.1062>

LÓPEZ, José Luis, et al. La construcción del discurso político electoral mediante el logos digitalis. *Comité dictaminador*, p. 34.

MAINGUENEAU, Dominique. Problèmes d'ethos. *Pratiques*, 2002, vol. 113, no 1, p. 55-67.

MANOVICH, Lev. Instagram and contemporary image [en línea]. Sept. 2017.

MARÍN CALAHORRO, Francisco. *Fundamentos del protocolo en la comunicación institucional: guía práctica*. Síntesis, 1997.

MEDINA SERRANO, Juan Carlos; PAPAKYRIAKOPOULOS, Orestis; HEGELICH, Simo Dancing to the partisan beat: A first analysis of political communication on TikTok. En *Proceedings of the 12th ACM Conference on Web Science*. 2020. p. 257-266. Recuperado el 19 de noviembre de 2025. <https://doi.org/10.1145/3394231.3397916>

MUÑOZ, Caroline Lego; TOWNER, Terri L. The image is the message: Instagram marketing and the 2016 presidential primary season. En *Social media, political marketing and the 2016 US election*. Routledge, 2018. p. 84-112.

NIETO SORIA, José Manuel. *Ceremonias de la realeza: propaganda y legitimación en la Castilla Trastámara*. Nerea, 1993.

OTERO ALVARADO, María Teresa. Relaciones públicas, ceremonial y protocolo. *Las relaciones públicas en España*, 2004, p. 277-288.

PAPACHARISSI, Zizi. *Affective publics: Sentiment, technology, and politics*. Oxford University Press, 2015.

POULAKIDAKOS, Stamatis & GIANNOULI, Iliana. Greek political leaders on Instagram: Between "soft" and "hard" personalization. En *Visual political communication*. Cham: Springer International Publishing, 2019. p. 187-206. Recuperado el 10 de diciembre de 2025. DOI https://doi.org/10.1007/978-3-030-18729-3_10

POYATOS, Fernando. *Cultura, lenguaje y conversación*. Istmo, 1994.

PULIDO, Marta. Comunicación institucional y transparencia: una revisión teórica sobre la función social del ceremonial, el protocolo y la organización de actos. En *Actas del I congreso internacional comunicación y pensamiento. Comunicación y desarrollo social*. 2016. p. 1636-1652.

RADIC, Miguel Ángel. El ceremonial es una ciencia. *Imagen*, 1996, vol. 7, p. 40-41.

RODRÍGUEZ PIÑEIRO, Serafín. Ceremonial y protocolo: el tránsito al posmodernismo. *Miguel Hernández Communication Journal*, 2017, no 8, p. 319-345. Recuperado el 10 de diciembre de 2025. DOI: <https://doi.org/10.21134/mhcj.v0i8.189>

RULICKI, Sergio; CHERNY, Martín. *Comunicación no verbal: cómo la inteligencia emocional se expresa a través de los gestos*. Ediciones Granica, 2012.

SÁNCHEZ GONZÁLEZ, Dolores del Mar. Cuestiones de ceremonial y protocolo en las Cortes de Cádiz. En *Actas Del XIII Congreso Internacional De Protocolo. 7, 8, 9 Noviembre De 2012*. 2012. p. 266-282. Recuperado el 10 de diciembre de 2025. DOI: <https://doi.org/10.5944/eeii.vol.5.n.8.2018.22174>

STRACHAN, J. Cherie; KENDALL, Kathleen E. Political Candidates' Convention Films: Finding the Perfect Image. An Overview of Political Image Making. En *Defining Visual Rhetorics*, 2012, p. 135-154.

ZAPPEN, James P. Kenneth Burke on dialectical-rhetorical transcendence. *Philosophy & Rhetoric*, 2009, vol. 42, nº 3, p. 279-301. Recuperado el 10 de diciembre de 2025. DOI 10.1353/par.0.0039

VAN DIJK, Teun Adrianus; MENDIZÁBAL, Iván Rodrigo. *Análisis del discurso social y político*. Editorial Abya Yala, 1999.

VELÁZQUEZ, Teresa. Comunicación política en televisión. Los indicadores de la cultura política. *Revista de Ciències de la Informació. Comunicación y estudios universitario*. Valencia,, 1999, p. 53-60.

WARNICK, Barbara. Analogues to argument: New media and literacy in a posthuman era. *Argumentation and Advocacy*, 2002, vol. 38, nº 4, p. 262-270. Recuperado el 19 de noviembre de 2025. <https://doi.org/10.1080/00028533.2002.11821572>



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 3.0 Unported License](#)