



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS
SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN

TEMA:

Lenguaje no verbal del candidato Jan Topic en el debate presidencial de la primera
vuelta electoral 2023

Trabajo de Graduación previo a la obtención del Título de Licenciado(a) en
Comunicación

AUTORA:

Sofía Giovanna Vaca Barrera

TUTOR:

Mg. Alex Tamayo Maldonado

AMBATO – ECUADOR

2023 – 2024

APROBACIÓN DEL TUTOR

En calidad de Tutor del Trabajo de Investigación sobre el tema Lenguaje no verbal del candidato Jan Topic en el debate presidencial de la primera vuelta electoral 2023, EN EL PERIODO OCTUBRE 2023 – FEBRERO 2024 de la Srta. Sofía Giovanna Vaca Barrera, egresada de la Carrera de Comunicación Social de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato, considero que dicho trabajo de Graduación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a Evaluación del Tribunal de Grado, que el H. Consejo Directivo de la Facultad designe, para su correspondiente estudio y calificación.



Firmado electrónicamente por:
**ALEX RODRIGO TAMAYO
MALDONADO**

Dr. Mg. Alex Tamayo M. TUTOR

AUTORÍA

Los criterios emitidos en el trabajo de investigación Lenguaje no verbal del candidato Jan Topic en el debate presidencial de la primera vuelta electoral 2023 como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones, y propuestas son de responsabilidad de la autora.

Ambato, 16 de enero de 2024

LA AUTORA



.....
Sofía Giovanna Vaca Barrera

CI: 1850051267

DERECHOS DE AUTORA

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de esta tesis o parte de ella un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los Derechos en línea patrimoniales de mi tesis, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autora.

Ambato, 16 de enero de 2024

LA AUTORA



.....
Sofía Giovanna Vaca Barrera

CI: 185005126

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los Miembros del Tribunal de Grado APRUEBAN el Trabajo de Investigación sobre el tema Lenguaje no verbal del candidato Jan Topic en el debate presidencial de la primera vuelta electoral 2023, según los estudiantes de la carrera de Comunicación de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato de la Srta. Sofía Giovanna Vaca Barrera, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el Título Terminal de Tercer Nivel de la U.T.A.

Ambato 2024

Para constancia firma:

.....

Presidente

.....

Miembro

.....

Miembro

DEDICATORIA

A quienes les debo absolutamente todo lo que soy:
Geovanny y Edith, por dedicarme su vida, les
dedico este pedacito de la mía.

Sofía Vaca Barrera

AGRADECIMIENTO

A mis mentores académicos: Mg. Alex Tamayo, Mg. Paulina Tamayo, Lic. Franklin Herdoíza y Dra. Jenny Proaño, por todo el apoyo, la confianza, el tiempo y los consejos que me han regalado. A mi Universidad que tanto voy a extrañar, que me permitió conocer a seres humanos tan brillantes. Y a mis amigas Odalis y Joselyn, con quienes compartí esta aventura.

¡GRACIAS!
Sofía Vaca Barrera

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA	i
APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
AUTORÍA	iii
DERECHOS DE AUTORA	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	viii
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	x
RESUMEN EJECUTIVO	xi
ABSTRACT (SUMMARY)	xii
A. CONTENIDOS	1
CAPITULO I.- MARCO TEÓRICO	1
ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	1
RELEVAMIENTO BIBLIOGRÁFICO:	1
CATEGORÍAS FUNDAMENTALES:	9
OBJETIVOS:	32
OBJETIVO GENERAL.....	32
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	32
CAPÍTULO II.- METODOLOGÍA	34
MÉTODOS:	34
TÉCNICA	35
GRUPO FOCAL.....	35
INSTRUMENTOS	36
MATERIALES	36
GUÍA DE ENTREVISTA	36
CAPÍTULO III.- RESULTADOS Y DISCUSIÓN	43
ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS:	43
RESULTADOS GRUPO 1	43
RESULTADOS GRUPO 2.....	51
DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	60

VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS.....	63
<i>CAPITULO IV.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</i>	<i>64</i>
CONCLUSIONES.....	64
<i>RECOMENDACIONES</i>	<i>64</i>
<i>MATERIALES DE REFERENCIA.....</i>	<i>65</i>
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	65
ANEXOS.....	67

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.....	19
Tabla 2.....	37
Tabla 3.....	38
Tabla 4.....	39
Tabla 5.....	39
Tabla 6.....	40
Tabla 7.....	40
Tabla 8.....	41
Tabla 9.....	43
Tabla 10.....	44
Tabla 11.....	45
Tabla 12.....	46
Tabla 13.....	47
Tabla 14.....	47
Tabla 15.....	48
Tabla 16.....	49
Tabla 17.....	50
Tabla 18.....	50
Tabla 19.....	51
Tabla 20.....	52
Tabla 21.....	53
Tabla 22.....	53
Tabla 23.....	54
Tabla 24.....	55
Tabla 25.....	56
Tabla 26.....	57
Tabla 27.....	58
Tabla 28.....	58
Tabla 29.....	59
Tabla 30.....	60

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1.....	38
Ilustración 2.....	39
Ilustración 3.....	39
Ilustración 4.....	40
Ilustración 5.....	40
Ilustración 6.....	41

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo tiene como objetivo identificar la percepción que los estudiantes de la carrera de Comunicación de la Universidad Técnica de Ambato tienen sobre el candidato Jan Topic, mediante la interpretación de su lenguaje no verbal en el contexto del debate presidencial de la primera vuelta electoral de las elecciones del 2023.

Para efectos de la investigación, se analizó el video del debate y se prestó especial atención a las intervenciones del sujeto político en cuestión. De esta manera, fue posible clasificar los elementos que conforman su lenguaje no verbal. Se seleccionaron seis clips en concreto, cada uno mostraba al candidato en un contexto político y con un interlocutor distintos.

Al ver a los candidatos en acción, los votantes pueden evaluar no solo sus propuestas, sino también sus habilidades de comunicación, liderazgo y capacidad para pensar en situaciones adversas. En este sentido, un debate presidencial brinda a los ciudadanos la oportunidad de conocer a los candidatos y comprender sus posturas y visiones para el país.

Entonces, se organizaron dos grupos focales en los que se concentró a estudiantes de todos los niveles de la carrera y se les pidió estudiar, opinar y debatir sobre el análisis de la imagen, sonrisa, expresión facial, contacto visual y paralingüística de Topic. Finalmente, se consiguió identificar la opinión pública estudiantil que se formó a través de la interpretación del lenguaje no verbal del candidato.

PALABRAS CLAVE: Percepción estudiantil, lenguaje no verbal, debate presidencial, opinión pública estudiantil, comunicación política.

ABSTRACT (SUMMARY)

The objective of this work is to identify the perception that the students of the Communication major at the Technical University of Ambato have about the candidate Jan Topic, through the interpretation of his non-verbal language in the context of the presidential debate of the first electoral round of the 2023 elections.

For the purposes of the investigation, the video of the debate was analyzed and special attention was paid to the interventions of the political subject in question. In this way, it was possible to classify the elements that make up their non-verbal language. Six specific clips were selected, each showing the candidate in a political context and with a different interlocutor.

By seeing candidates in action, voters can evaluate not only their proposals, but also their communication skills, leadership and ability to think through adverse situations. In this sense, a presidential debate gives citizens the opportunity to meet the candidates and understand their positions and visions for the country.

Then, two focus groups were organized in which students from all levels of the degree were concentrated and they were asked to study, give their opinion and debate about the analysis of the image, smile, facial expression, eye contact and paralinguistics of Topic. Finally, it was possible to identify the student public opinion that was formed through the interpretation of the candidate's non-verbal language.

KEY WORDS: Student perception, non-verbal language, presidential debate, student public opinion, political communication.

A. CONTENIDOS

CAPITULO I.- MARCO TEÓRICO

ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

RELEVAMIENTO BIBLIOGRÁFICO:

Comunicación no verbal en la campaña para la secretaría general del Partido Socialista Obrero Español

Pedro Pablo Marín Dueñas, estudió la comunicación no verbal en la campaña para la secretaría general del partido socialista obrero español, Marín especifica que la investigación no parte de la base de que el discurso no verbal tenga una supremacía sobre el oral, por lo tanto, su objetivo con la investigación fue estudiar la comunicación no verbal y su capacidad de aportar verdadero sentido al discurso oral.

Para ello, analizó varios mensajes audiovisuales de los candidatos a la Secretaría General del PSOE, Alfredo Pérez Rubalcaba y Carmen Chacón, tanto en solitario como en interacción, con el fin de observar si existe alguna variación relevante en cuanto a su discurso sobre el género. De esta manera, determinará los perfiles masculino y femenino, observará la posible supremacía de alguno de ellos, detallará las posibles razones de esa supremacía y analizará comparativamente ambos perfiles.

La metodología que utilizó es de carácter mixto, debido a que se analizarán categorías como el contexto del canal de televisión, el tipo de plano, la posición del plano, el atuendo, el escenario y la gesticulación. El análisis cuantitativo está orientado a contabilizar las veces en las que los candidatos han gesticulado de determinada forma, mientras que el cualitativo analizará el contexto en el que estos gestos se efectúan para poder identificar cuál es la intención con la que se reflejan. Es así, que Marín observó como resultado final a un Rubalcaba que responde al postulado del *Hombre fingido* de Rey, que define a un varón que intenta emular los consabidos atributos femeninos de cercanía, flexibilidad y empatía. Y por otro lado, a una Chacón que apuesta por la

“Mujer fingida”, que rehúye de toda la cascada simbólica de lo femenino para imbuirse en el universo de lo masculino, lo que no hace sino resaltar todo lo negativo de éste.

La investigación concluyó con la explicación de Marín sobre la representación a partir del género, que sigue siendo un recurso en el que las mujeres no cuentan con un panorama positivo, ya que si la mujer se deja llevar por ese sentimentalismo, que la sociedad le atribuye, aparece con un ser débil, necesitado de ayuda. Por el contrario, si la mujer, se muestra más racional, se la va a tildar de dura. A todo esto, Marín se cuestionó y nos pide cuestionarnos: ¿realmente se busca la equiparación social entre hombres y mujeres?

Lenguaje no verbal del presidente Rafael Correa en los enlaces ciudadanos del mes de junio del 2015

Danny Andrés Miño Flores y Cristian David Calderón Chicaiza, elaboraron un video reportaje sobre el lenguaje no verbal del presidente Rafael Correa en los enlaces ciudadanos del mes de junio del 2015. Con el objetivo de analizar las expresiones que conforman su lenguaje no verbal, contrastarlas y relacionarlas con la persuasión. Para ello, analizaron cuatro enlaces ciudadanos, el 427, 428, 429 y 430.

La metodología que se utilizó es de carácter mixto, debido a que se efectuará un análisis de contenidos, según categorías como los movimientos de cabeza, el tipo de mirada, tipo de sonrisa, emociones del rostro, movimientos de brazos, entre otros; contrastando las veces en las que aquello sucede, según el tema al que Correa se esté refiriendo en ese momento. Por ejemplo, el tema puede ser de crisis, de cultura, de índole nacional, internacional, entre otros. Asimismo, se tomará en cuenta hacia quien se dirige y su posición respecto a determinada temática. Y además, se realizarán entrevistas a docentes que sean partidarios y que no sean partidarios de Correa, con el objetivo de recopilar testimonios conjuntos.

Es así, que los autores observaron, indistintamente de la ideología política de los docentes, se coincidía en que el ex mandatario manejaba una comunicación no verbal adecuada para su audiencia, expresando seguridad y convencimiento en sus discursos.

Por otro lado, las tablas empleadas para recopilar la información a través del análisis de contenidos, reflejaron que Correa mostró una carga de emociones al abordar cualquier tema, en cualquier situación, pero siempre mantuvo una postura firme de seguridad.

La investigación concluyó con que la comunicación no verbal es uno de los elementos predominantes en el discurso de un líder político, pero, en el caso de que esta no sea congruente con el mensaje verbal, pierde eficacia e impacto en la audiencia.

Análisis comparativo de la comunicación no verbal en un corpus de discursos políticos del presidente Pedro Sánchez

Qing Wen , hizo un análisis comparativo de la comunicación no verbal en un corpus de discursos políticos del presidente Pedro Sánchez, su objetivo con la investigación fue analizar las características del discurso político del presidente Pedro Sánchez en el ámbito del debate o el mitin político, por una parte, y por otra, en el contexto institucional, con el fin de determinar si existen diferencias significativas derivadas de la necesidad de adaptarse a diferentes contextos.

Para ello, analizó dos intervenciones de Pedro Sánchez como candidato a la presidencia y dos intervenciones ya como presidente de España, para posteriormente hacer una comparación según los distintos contextos.

La metodología que se utilizó es de carácter mixto, ya que se empleará como técnica el corpus, a manera de contabilizar la frecuencia con la que se dicen ciertas palabras, sin embargo, el posterior análisis será cualitativo, para identificar cuál es la representación que se le da a dichas palabras según la intencionalidad no verbal que estas proyectan en el receptor. Se hicieron dos subcorpus, uno, entre las dos intervenciones dentro del congreso durante la campaña y posteriormente otro, entre las dos intervenciones ya habiendo ganado la presidencia de España. Posteriormente se hizo el corpus final entre los resultados de los subcorpus.

Es así que, Wen observó como resultado que las diferencias y habilidades que posee el orador estudiado le han permitido llegar a los receptores y transmitir mensajes que esperan generar grandes impactos en los que los reciben e interpretan.

La investigación concluyó con la intervención del autor que explicó la importancia que tienen las intenciones del orador, las habilidades que usará para persuadir con su discurso, pero sobre todo, las condiciones contextuales en las que este se encuentre.

Análisis de la comunicación no verbal de José Luis Rodríguez Zapatero

Imelda Rodríguez y María Hernández, analizaron la comunicación no verbal de José Luis Rodríguez Zapatero. Motivadas por la premisa de que el político presenta un índice de agresividad y crispación mucho mayor cuando diserta sobre temas relacionados con la actual crisis económica. Por lo tanto, su objetivo con la investigación fue establecer una comparativa del comportamiento no verbal del Presidente en función de la temática discursiva.

Para ello, analizaron categorías y subcategorías, entonces, según la intervención de Rodríguez Zapatero, se le otorgó un significado persuasivo al elemento valorado, desde el punto de vista positivo, negativo o neutro, y se calculó asimismo el grado de reiteración de cada componente analizado en escalas que indican categorías de reiteración nulas, bajas, medias o altas para poder discernir los elementos constitutivos del lenguaje no verbal del sujeto político analizado.

La metodología que se utilizó fue de carácter mixto, debido a que se trata de un análisis de contenido, a través del que se identificarán la sistematización de aquellos símbolos no verbales más representativos y la temática del discurso, así como el comportamiento del político, pero contabilizándolos.

Es así que, Rodríguez y Hernández observaron como algunos de los resultados, los siguientes: que el candidato mantenía una sonrisa amortiguada fue la más habitual en discursos de temática social (pena de muerte, aborto, día de la mujer, pobreza y familia) (50%) y en crisis (37,5%), el Presidente apareció menos alegre y más colérico

(18,75%) y con un rostro más neutral (68,7%) cuando habló de crisis. Sin embargo, la preocupación fue más patente cuando hablo de economía -14,2%- (empleo y pensiones), política nacional -11,7%- (terrorismo, posible inhabilitación del juez Garzón, etc.) y crisis económica y financiera (6,2%).

La investigación concluyó con la premisa de que José Luis Rodríguez Zapatero sí mostró un comportamiento no verbal diferenciado (con una carga de agresividad mucho mayor) cuando trató temas relacionados con la crisis financiera y económica tras establecer una comparativa con otras cinco temáticas reflejadas en los informativos de TVE: política nacional, internacional, economía, sociedad y cultura.

Análisis sobre la la comunicación no verbal y su importancia en el discurso político

Julia Martín Herranz, hizo un análisis sobre la la comunicación no verbal y su importancia en el discurso político. Motivada por el desconocimiento que tiene la audiencia sobre la influencia que provocan los elementos no verbales en la formación de opiniones y toma de decisiones electorales. Por lo tanto, su objetivo en la investigación fue analizar la relación existente entre la comunicación no verbal y el discurso político.

Para ello, analizó el debate realizado para las Elecciones Generales del 13 de junio de 2016 y producido por la Academia Española de Televisión. Tomó como sujeto de estudio a los cuatro líderes políticos que participaron, analizando por separado su comunicación no verbal en el desarrollo de dicho debate.

La metodología que se utilizó es de carácter mixto, debido a que se utilizó la observación de un espacio televisivo grabado, como técnica cualitativa, aunque de alguna manera se usó datos cuantitativos extraídos a partir del propio visionado.

Es así que, Martín observó como resultado que lo más destacable y relevante serían los movimientos de brazos y manos, que se engloban dentro de los gestos, también que la intensidad, con las pausas, acentos e incisos, los alargamientos o acortamientos

de las palabras se utilizan para darle intencionalidad y movimiento al discurso, pero son innatas en una persona, así como las cualidades de la voz que no se pueden identificar como modificables o aprendidas para el discurso.

La investigación concluyó con la autora cuando ratificó que el éxito de los políticos puede verse afectado por su indumentaria y en qué contexto se realiza el discurso. Sin embargo, añade la incapacidad que tenemos de modificar de raíz el lenguaje no verbal y la kinésica con la que nacimos y con la que naturalmente nos desenvolvemos.

Comunicación no verbal de Santiago Abascal, presidente de VOX

María Dolores Cáceres y Gema Fernández-Hoya, estudiaron la comunicación no verbal de Santiago Abascal, presidente de VOX. Motivadas por las escasas investigaciones sobre comunicación no verbal y comunicación política. Por lo tanto, su objetivo con la investigación fue describir el estilo de comunicación no verbal del sujeto político, verificar si esta ha evolucionado con el tiempo y establecer sus posibles destrezas o fallas.

Para ello, analizaron 109 piezas audiovisuales procedentes de varios canales europeos, que comprenden del 2014 al 2021. En dichas piezas, se designaron categorías según el público al que el Presidente se dirigía durante sus discursos.

La metodología que se utilizó fue de carácter cuantitativo, debido a que se trata de un análisis de contenido, a través de la sistematización cuantitativa del comportamiento no verbal, así como de la frecuencia de cada una de las categorías (medidas en segundos).

Es así que, Cáceres y Fernández observaron que su capacidad verbal evolucionó al punto de que el sujeto político se desapegó de los textos escritos y aumenta su destreza para improvisar. A la par de esto, su comunicación no verbal se modifica y acrecentan varios rasgos que suelen considerarse amenazantes en conversaciones interpersonales.

La investigación concluyó con la premisa de que los datos de su análisis muestran un líder político contundente y aparentemente convencido de su propuesta política, lo que se manifiesta en la congruencia de su discurso a nivel formal y de contenido.

Contradicciones entre el lenguaje verbal y no verbal del discurso político

Ángeles García O’Kean, estudió las Contradicciones entre el lenguaje verbal y no verbal del discurso político. Aproximación teórica para analizar la comunicación no verbal de un personaje en distintos contextos. Motivada por el planteamiento de que la comunicación no verbal en el discurso político parte de relación de los políticos con el público a través de los medios de comunicación.

Por lo tanto, su objetivo en la investigación fue abordar la comunicación no verbal desde una perspectiva mediática, ya que la mayoría de los estudios en este campo se hacen desde la Psicología.

Para este efecto, se utilizaron distintos documentos audiovisuales de Zapatero en su etapa de presidente del Gobierno español, en determinados contextos públicos en los que se desenvuelven los políticos.

La metodología que se utilizó es de carácter mixto, dando prioridad a la interpretación de los datos cuallitativos recogidos. Haciendo uso del análisis de contenido, centrado en la interpretación de productos comunicativos previamente registrados en discursos hablados, también se hará uso de los datos cuantitativos que se obtengan y que definan la información cuantificable respecto a los gestos o conductas que se repitan a lo largo del discurso.

Es así que, García determinó que la comunicación no verbal puede mostrar aspectos contradictorios con el discurso verbal incluso en las personas entrenadas para comunicar en público y ante los medios de comunicación.

La investigación concluyó con que cuando intervenciones públicas están perfectamente preparadas, intentan no dejar margen a la improvisación, no obstante, en algunos casos al candidato se le escapan algunos gestos que pueden comunicar

mucho más que el discurso verbal, especialmente en momentos en los que parece que las personas que nos escuchan no pueden vernos, como en las entrevistas de radio.

Análisis de la imagen pública del candidato a la presidencia de México 2012-2018, Enrique Peña Nieto

Ana Laura Pichardo Trevilla, analizó la imagen pública del candidato a la presidencia de México 2012-2018, Enrique Peña Nieto. Motivada por la necesidad de no tomar a la ligera la imagen, ya que de ser así, se limita las propias posibilidades para impactar y convencer al público objetivo.

Por lo tanto, su objetivo en la investigación fue interpretar el conjunto de estrategias para analizar las impresiones generadas por el candidato a la presidencia de México 2012-2018 Enrique Peña Nieto hacia su colectividad, partiendo de las estrategias de comunicación verbal y no verbal.

La metodología que se utilizó es de carácter principalmente cualitativo, debido a la naturaleza del problema, meramente construido por el punto referente de opiniones, críticas y percepciones de los ciudadanos mexicanos relacionados con la imagen del candidato a la presidencia 2012-2018 Enrique Peña Nieto.

Es así que, Pichardo determinó que la crítica de una parte del electorado es que hay mucha imagen, mucho “bla bla bla”, pero falta profundidad, ideas y voluntad que cambien verdaderamente este país.

La investigación concluyó cuando el autor dio su perspectiva respecto a la era de la imagen pública. A mejor imagen, mayor poder de influencia. Los candidatos a la Presidencia de la República no podían quedar ajenos a su influencia. Peña Nieto no es el primer presidente empresario, ni el primer presidente modelo, ni el primer presidente bien intencionado que ha tenido México. Pero EPN, sí es el primer presidente con “marca registrada”, que tiene grandes oportunidades de ganarlo todo.

CATEGORÍAS FUNDAMENTALES:

Comunicación

La comunicación es un tema tan antiguo como el hombre y tan importante como él. (Gómez & Simón, 2016, p. 5)

Los autores utilizan la metáfora de que los seres humanos vivimos en el lenguaje como peces en el agua, para referirse a que muchas veces el lenguaje es tan propio de nosotros que se torna transparente la percepción que tenemos de él y de su influencia en cómo nos desenvolvemos, desde cada palabra que pensamos, cómo nos comunicamos, reflexionamos, nos expresamos, opinamos, etcétera.

Es a través de las conversaciones que nos relacionamos con el otro, constituimos equipos, organizaciones, sociedades, proyectos. Según sea nuestra calidad de conversación con alguien es la calidad de relación que tenemos con esa persona (y viceversa). (Gómez & Simón, 2016, p. 5)

Comunicación política

Dorantes (2014), cita a Tuman (2008) cuando este manifiesta que la comunicación política es el uso de los artefactos retóricos más importantes de las elecciones de la era moderna. (p. 144)

El autor, fundamenta este precepto enfatizando en la utilización de la comunicación a través de discursos políticos, la participación activa de todos los medios de comunicación y por supuesto, la organización de los debates políticos.

Por su parte, Crespo, Garrido, Carletta, & Riorda (2011) explican que los partidos recurren cada vez más a la participación de expertos y profesionales de la comunicación política, de la publicidad, de la opinión pública, externos a sus organizaciones, a quienes encargan el diseño de parte de su campaña. (p. 21)

Procesos electorales

Dorantes (2014) explica en simples palabras los procesos electorales, diciendo que son la manera en la que los ciudadanos expresan democráticamente sus preferencias en torno a quién deberá gobernarlos.

Son métodos de agregación de las preferencias de un conjunto de individuos con el fin de seleccionar a los ocupantes de cargos públicos. (Anduiza & Bosch, 2004, p. 63)

Pachano (2005), define al sistema electoral como el conjunto de reglas de juego y de procedimientos por medio de los cuales se expresa la voluntad de los electores y la manera en la que esta se transforma en puestos en las instancias de gobierno y en general de toma de decisiones.

Este último autor, ha estudiado el proceso electoral específicamente de Ecuador y tras realizar un análisis sobre los antecedentes históricos del país, consigue interpretar que la inestabilidad política que la ciudadanía ecuatoriana ha atravesado por décadas ha provocado que a la hora de elegir gobernantes, los ecuatorianos no demanden, a diferencia de otros países de latinoamérica, un estado de derechos.

El no haber experimentado dictaduras totalitarias ha resultado en que los ecuatorianos no dimensionen la necesidad de tener al mando a un gobernante que procure los derechos humanos de los ciudadanos. En lugar de eso, la demanda de los ecuatorianos está orientada a aspectos ligados a la esfera política, en busca de un líder carismático.

Campañas electorales

Buchanan (1995) explica cómo se desarrollan las campañas electorales en sociedades democráticas y nos habla de una interpretación de los tres elementos principales de estas. A lo que él denomina el “Triángulo Dorado”, que está conformado por los candidatos, los medios y los votantes.

Candidatos:

Para Dorantes (2014) el candidato es la atracción principal de la campaña electoral. A quien le atribuye la necesidad de poseer ciertas características que

le permitan promover y extender su candidatura debido a que el éxito de la misma recae directamente sobre sí mismo y su capacidad de proyectar que es un ser articulado, expresivo, fotogénico, telegénico y deseablemente inteligente.

Sigel (1964) explica los dos grandes componentes que resultan en la imagen del candidato, que comprenden en los atributos relacionados con su trabajo (inteligencia, experiencia, independencia) y los referidos a su personalidad (habilidad de expresión, simpatía). (p. 483)

Córdova (2022) asegura que es muy raro que los electores perciban a las campañas desde una posición en blanco, es decir, sin ningún antecedente o afinidad, sin embargo, varios autores coinciden en que el partido político al que el candidato pertenece, puede o no puede tener influencia en la decisión de los votantes. Este factor depende únicamente de la actuación del candidato y de si la imagen que este proyecta es más representativa por sí misma que la sola imagen del partido al que esté aliado.

De todas formas, no se debe perder de vista una clasificación establecida por el American Institute for Political Communication que sugiere cinco elementos para medir la imagen de los candidatos: liderazgo, filosofía política, habilidad de expresión, inteligencia y honestidad (King, 1997, p. 33).

Medios:

Los electores y los candidatos, muy pocas veces tienen contacto directo entre ellos. Todo lo que los electores pueden percibir de los candidatos, lo consiguen a través de la imagen que los medios proyectan, por eso, es importante la relación que el candidato establece con los medios de información y a su vez, la manera en la que manejan la agenda mediática. (Dorantes, 2014)

Del Rey (2007) explica cómo la influencia de los medios desencadena en que las campañas electorales se comparen a una obra teatral que se desarrolla en el marco de una democracia, en la que existe un guión, escenario, personajes, roles, decorados, etc.

Por consiguiente, las imágenes de los candidatos difundidas por los medios de información se han convertido en elementos determinantes en la decisión de

los electores y, de manera invariable, en los resultados de las votaciones. (Dorantes, 2014, p.148)

Votantes:

Barba (2011) Algunos estudiosos creyeron que los ciudadanos escogían racionalmente al candidato que más les convenía, que los electores eran fríos, informados y comparaban posibilidades. La verdad es que somos simios con sueños racionales, pero usamos poco la cabeza. (p. 151)

El autor explica que el voto tiende a ser sentimental, por lo tanto, enfatiza en la necesidad de que el candidato no busque únicamente conseguir el voto, si no que consiga entablar una relación de retroalimentación y participación activa por parte de los electores.

Los votantes son seres autónomos que han comenzado a rechazar a quienes les demuestran que son más listos o que les convencen de que saben lo que quieren, mejor que ellos mismos, por lo tanto, una vez que los ciudadanos puedan transmitirle al candidato su manera de ver el mundo, este conseguirá mezclarse con el estilo tradicional y posiblemente el voto.

Estrategia electoral

Dorantes (2014), cita a Tuman (2008) cuando dice que la comunicación política es el uso de los artefactos retóricos más importantes de las elecciones de la era moderna. (p. 144)

El autor, fundamenta este precepto enfatizando en la utilización de la comunicación a través de discursos políticos, la participación activa de todos los medios de comunicación y por supuesto, la organización de los debates políticos.

Marketing político

El marketing es una creación activa y deliberada de lo que la gente dice de usted. (Peters, 2011, p. 185).

El autor se refiere al marketing personal como la esencia que un individuo transmite de sí mismo, hacia quienes lo rodean. Esta esencia puede percibirse a través de su imagen, su comportamiento, por lo que se hace conocer, etc. de lo que la gente habla.

El Marketing Político, en cambio, es el proceso mediante el cual los candidatos políticos buscan estrechar su relación con los votantes a través de la comunicación y la construcción de una imagen que inspire confianza y seguridad en orden de satisfacer las necesidades del electorado.

Crespo, Garrido, Carletta, & Riorda (2011) aseguran que el desarrollo del marketing político se ha agigantado, incluyendo el desmarketing político, entonces, los asesores de campaña centran su atención en producir y reproducir contenidos de publicidad negativa a sus oponentes.

Plataformas de masificación

Katz & Lazerfeld (1995) han postulado la denominada “hipótesis influyente” que plantea la inmensa influencia que tienen los medios para moldear la opinión pública.

Para efectos de esta investigación, centraremos nuestra atención en las dos formas más poderosas de transmitir información que se manejan en la actualidad. Los medios de comunicación convencionales y los medios de comunicación digitales, identificando cuáles son las estrategias para manejar adecuadamente la información en cada uno de estos, teniendo en consideración las diferencias que existen entre sí.

- Convencionales

Para referirnos a los medios de comunicación convencionales, seguiremos la premisa de Mora (2022), quien se refiere a los medios convencionales como los medios de comunicación de carácter offline. Es decir, la televisión, la radio, las revistas y el cine.

Crespo, Garrido, Carletta, & Riorda (2011) aseguran que, la información que proporcionan los medios se encuentra para el ciudadano interesado en los asuntos públicos, sin embargo, la mayoría de la población demuestra escaso interés en esto, por lo tanto, la posibilidad de que los ciudadanos

amplíen su nivel de información política durante una campaña electoral es muy limitada, debido a que su retención sobre estos temas es casi nula.

Los autores también enfatizan en la disminución de la atención que los propios medios prestan a las “noticias políticas importantes”, en consecuencia, direccionan su enfoque hacia asuntos que tienen que ver con farándula y escándalos de la vida privada de los famosos. Es por esto que los políticos incluso han optado por dar mayor espacio a que los medios hablen de este tipo de acontecimientos de su vida privada durante las campañas políticas, debido a que esto tiende a generar más retroalimentación por parte de los ciudadanos, que los contenidos serios de las propuestas partidistas.

De todas formas, en la actualidad existen alternativas comunicacionales que permiten a los candidatos compartir con el electorado la información que no trasciende a través de los medios off-line y estas son, los medios digitales.

- **Digitales**

Los medios de comunicación digitales, son los medios on-line, es decir, aquellos a los que tenemos acceso a través de la red y en donde los contenidos se generan por los propios usuarios, en sitios web donde se almacenan vídeos, fotografías, bitácoras, enciclopedias, etc.

El acelerado crecimiento de estas plataformas, se relaciona directamente con la potestad que tienen los usuarios para ser consumidores y a su vez creadores de los contenidos que circulan.

Orientar los medios digitales hacia la transmisión de información de un candidato en campaña política puede ser muy beneficioso, debido a que, como lo indican Crespo, Garrido, Carletta, & Riorda, las campañas en internet pueden atraer y movilizar a un segmento del electorado que no sigue la información en los medios tradicionales o que han desarrollado un sentimiento de desafección política. (2011)

Siguiendo este precepto, detallan los objetivos que deben tenerse en cuenta para manejar adecuadamente la información a través de los medios digitales, para gestionar una campaña digital exitosa:

1. Crear la identidad digital o la imagen de marca del candidato.
2. Organizar un sistema propio de creación y gestión de contenidos a partir de las cuentas del candidato en Twitter, Flickr, etc., que permitan enviar imágenes y vídeos de sus actividades a los distintos canales de noticias tradicionales, tanto de prensa como de televisión. Esto permite a los políticos difundir sus propuestas y proyectos electorales sin mediaciones ni tergiversaciones, conectando directamente con los ciudadanos.
3. Integrar y participar activamente en las redes sociales, no sólo para publicitar las actividades de campaña a través de la inserción de vídeos de los actos públicos en YouTube o de audios con las cuñas de campaña en podcaster, sino también para comunicar directamente con los seguidores y los ciudadanos en redes como Twitter o Facebook.
4. Desarrollar una base de datos de seguidores, voluntarios y simpatizantes del candidato que permita fidelizarlos y comunicarse con ellos.
5. Permitir la reproducción del contenido de los espacios web del candidato por los usuarios y seguidores, licenciado el mismo.

Comunicación no verbal

Cuando hablamos de comunicación no verbal nos referimos a un espectro de lenguajes que incluye el lenguaje corporal, el espacio personal y territorio, la conducta táctil, el aspecto y la imagen que proyectamos. (Baró, 2012)

La comunicación no verbal carece de significado por sí sola, es su complementariedad con la comunicación verbal y el contexto en el que ambas se desarrollan, lo que produce determinado estímulo. De esta manera la percepción de los significados

constituye todo lo que pasa por el cerebro, es decir, todo lo que se expresa, pero también lo que se reprime.

Se podría asegurar que a través de nuestro cuerpo se transmite más información.

Esto le da sentido a la premisa de Cibele (2022): poco comunicamos con las palabras en comparación a lo que comunicamos con nuestro cuerpo. (p. 8)

Todos somos mentirosos, porque todos somos actores por necesidad. (Baró, 2012, p. 13)

Según la autora, esto es común y no necesariamente negativo, debido a que si no fuéramos capaces de camuflar nuestras emociones, la vida en sociedad sería casi insportable. No tener filtro al expresar emociones y pensamientos, puede dañar las relaciones personales, sociales y laborales más estrechas.

Partiendo de esa hipótesis, es justo afirmar que somos más sinceros a través del lenguaje corporal y la comunicación no verbal, debido a que tenemos menos control sobre ellos. Cualquier gesto involuntario, tono de voz, silencios, postura, estilo y movimientos son indicios de lo que está pasando en nuestro interior y pueden complementar lo que decimos o delatarnos sobre lo que realmente queremos decir.

Martín Ovejero (2019) se refiere a esto de la siguiente manera:

La forma más primitiva de comunicarse proviene de la zona límbica del cerebro que responde de manera automática, incontrolada. No podemos evitar sentir emociones y estamos «diseñados» para reaccionar ante ellas, por lo que comunicamos inconscientemente aquello que sentimos. Es la comunicación no verbal en estado puro. Con posterioridad se fue desarrollando otra zona del cerebro más racional, el neocórtex, que piensa y decide lo que hacer o decir. (p.11)

Por lo tanto, podemos decir que analizar la comunicación no verbal que emplea un individuo, permite que descifremos con exactitud lo que realmente piensa y siente.

Debido a que nuestro cuerpo transmite todo tipo de mensajes relacionados con nuestra personalidad, emociones, intenciones y estados de ánimo.

Transmitimos todo eso con nuestro cuerpo de forma inconsciente. (Cibele, 2022, p. 9)

La comunicación no verbal engloba tres disciplinas que son la paralingüística, la kinesia, la proxémica y también la imagen personal. Para su profundo entendimiento, es importante repasar los factores que las conforman.

- **Paralingüística**

Conforme a Agüero (2011) la paralingüística estudia las variaciones no lingüísticas de la comunicación no verbal. Estas son: la elección del idioma, uso del lenguaje, la entonación o el énfasis que se le da a las palabras, el tono, el volumen, el timbre, la expresividad, las pausas y la habilidad con que se utiliza la voz.

Estas variaciones del lenguaje contribuyen a mejorar la conversación y revelan el estado de ánimo de las personas, debido a que permite identificar el entusiasmo, variedad, simpatía y sinceridad de quien se está comunicando.

Tono de voz

Para Cibele (2022) nuestras emociones pueden influir en las características de nuestra voz y esto es universal. (p. 82) esto puede comprobarse cuando escuchamos a una persona hablar en un idioma ajeno al nuestro y a pesar de no comprender lo que dice, podemos intuir lo que está sintiendo, a través de cómo lo dice. Así de poderosas son las características de nuestra voz.

En este mismo orden de ideas, es pertinente citar algunas de las características y clasificaciones que Cibele (2022) enlista respecto a los tonos de voz, mismas que se han complementado y contrastado con la perspectiva de Ovejero (2019), dando como resultado la siguiente tabla:

TONALIDAD	CADENCIA	VELOCIDAD	INTENSIDAD
------------------	-----------------	------------------	-------------------

<p><i>Tono claro y grave:</i> Denota seguridad, se relaciona con el poder y puede asociarse con la credibilidad.</p>	<p><i>Tono descendente:</i> Todo lo que desciende normalmente da una sensación de desgana.</p>	<p><i>Rápido:</i> En el contexto de una conversación o discurso denotará que la persona está nerviosa.</p>	<p><i>Volumen neutro:</i> Que se encuentre adaptado al lugar y al número de personas a quienes se habla. Se relaciona con la autoridad y la confianza en sí mismo.</p>
<p><i>Tono agudo:</i> Se asocia a personas más dependientes, inmaduras y menos enérgicas con estados emocionales exaltados. Además puede utilizarse para manipular a otra persona o conseguir un favor de la misma.</p>	<p><i>Tono ascendente:</i> Es un tono flexible que ayuda a conectar con los demás a la hora de transmitir mensajes. Los oradores suelen usarlo como estrategia para mantener el interés del público en su discurso.</p>	<p><i>Natural y pausado:</i> Constituye el tono y la velocidad ideales para una comunicación eficiente. Transmite confianza y seguridad.</p>	<p><i>Volumen alto:</i> Se asocia a estados emocionales exaltados, puede indicar que la persona está temerosa, nerviosa o molesta y llegar a ser intimidante.</p>
<p><i>Tono muy bajo y titubeante:</i> Propio de personas tímidas, inseguras o nerviosas.</p>	<p><i>Mixto:</i> Sugiere ironía y sarcasmo.</p>		<p><i>Volumen bajo:</i> Relacionado con la tristeza, la confidencialidad e intimidad o la inseguridad, aunque también transmite desinterés o cansancio.</p>

Tabla 1

Según un estudio realizado por Klofstad, Anderson & Peters (2012) la tonalidad de voz que genera más confianza para elegir a un dirigente político masculino o femenino, se determinó que la voz grave transmite mayor carisma.

Para Ovejero (2019) el volumen con el que comunicamos nuestras ideas viene directamente influenciado por nuestras emociones y por lo tanto es un proceso inconsciente.

Es posible afirmar que la credibilidad que tenemos en lo que estamos diciendo puede evidenciarse a través de la intensidad con la que hablamos. Cuando una persona no está completamente convencida de lo que dice, entonces el volumen de su voz disminuye, como si trataran de esconder su mensaje para que no sea escuchado. Por lo tanto, si el interlocutor considera que el mensaje debe ser escuchado, entonces sucede lo contrario.

Ovejero (2019) también explica la relación que existe entre la intensidad de la voz y la cercanía entre los interlocutores. Diciendo que el volumen de la voz que utilizan las personas nos dará una interesante pista de a qué distancia se quieren ver los protagonistas mientras se comunican.

Un claro ejemplo de esta premisa tiene que ver con el volumen de voz que emplean dos enamorados al comunicarse, versus el que emplean dos personas que están discutiendo. Haciendo alusión a que los primeros buscan transmitir cercanía, incluso aunque no estén cerca; mientras que los segundos a pesar de que podrían estar cerca físicamente, la intensidad de sus palabras, los aleja.

Podemos concluir con la idea de que las características de la voz mejor percibidas son el tono de voz claro y grave, con una cadencia ascendente, una velocidad natural y pausada, manteniendo una intensidad neutra en el volumen de las palabras.

La importancia de tomar en cuenta todos estos factores relacionados al tono de la voz la resume perfectamente Ovejero (2019), quien concluye que cuando nos atrae la voz

de alguien, la mente tiende a pensar que el resto de sus cualidades también son positivas. (p.489)

Silencios

Se dice mucho con un silencio. (Ovejero, 2019, p. 477)

El silencio es un elemento más de la comunicación no verbal, los silencios pueden tener distintos significados o connotaciones, pueden interpretarse de manera positiva o negativa, dependiendo del contexto en el que se empleen.

Ovejero (2019) estudia el lenguaje del silencio, enlistando sus funciones comunicativas:

1. Para generar expectativa y captar la atención del público hacia lo que se va a revelar a continuación. Si somos conscientes de ello, entenderemos que lo que se diga después es de gran importancia para la persona que lo comparte.
2. Para provocar reflexión, el silencio ocurre después del mensaje importante. La persona, al contarnos algo, se detiene para darnos tiempo de reflexionar sobre ello, lo que nos lleva a comprender nuevamente que considera relevante lo que nos ha comunicado.
3. Expresa atención. Quien está hablando se sentirá cómodo con alguien que le permite expresarse sin interrupciones, por lo tanto, nuestro silencio nos ayudará a ganar su confianza.
4. Indica desinterés. Guardar silencio en lugar de continuar con la conversación puede demostrar falta de interés, de atención o la intención de evitar herir, prevenir un conflicto o no revelar algo.
5. Denota incomodidad. Hay silencios que parecen comunicar un mensaje de "no sé qué responder".

6. Indica acuerdo o discrepancia. Los silencios tienen significados tan diversos que, dependiendo del contexto, pueden incluso tener significados opuestos. Callamos porque estamos de acuerdo o en desacuerdo.

7. Para incentivar la comunicación. Tanto en entrevistas, interrogatorios como en el ámbito de las negociaciones y ventas, esta técnica se utiliza para que la otra persona proporcione más información. Se guarda silencio para animar al otro a hablar.

Latencia

Uno de los componentes del silencio y a su vez del lenguaje no verbal, es la latencia, que corresponde al tiempo que transcurre desde que se escucha una pregunta hasta que se comienza a responder. Ovejero (2019) estudia la latencia comparando el tiempo que le toma al interlocutor responder preguntas triviales, contra el tiempo que le toma responder preguntas más complejas, de esta manera podremos comprender lo que está sucediendo en la mente de la otra persona, más allá de su respuesta. Según el autor, existen tres posibilidades:

1. Si la latencia es igual, esto sugiere que el cerebro no percibe una mayor dificultad entre responder preguntas triviales o preguntas más complejas. Este es un buen indicio que refuerza la credibilidad.
2. Si la latencia es mayor, indica que su mente necesita más tiempo para encontrar una respuesta precisa y, en muchas ocasiones, puede estar restringiendo la respuesta genuina que le llegó primero.
3. Si la latencia es menor, estamos ante el caso contrario. Esta persona tiende a tomarse su tiempo para reflexionar sobre cualquier pregunta, por más simple que sea, antes de responder. Sin embargo, sorprendentemente, responde más rápido ante preguntas difíciles o comprometedoras. Este comportamiento indica que ya estaba preparada de antemano para responder esa pregunta, lo que resulta en una respuesta automática, sin la reflexión habitual. Esto es una señal de alerta, ya que implica que la pregunta era tan especial que la persona ya tenía en mente las palabras exactas con las que responder. En este caso, se

recomienda indagar más, ya sea a través de preguntas adicionales o investigando a fondo.

Tras conocer todos estos aspectos que componen al lenguaje no verbal, es interesante concluir este apartado, dejando claras las pautas sobre cómo emplearlos para conseguir el principal objetivo de cualquier discurso: atrapar la atención del público.

Ovejero (2019) recomienda “hablar en colores” y evitar la monotonía, esto lo conseguimos jugando con el volumen, la velocidad y los silencios. En ocasiones utilizar un volumen más alto e incluso más rápido; en otras, para que no pase desapercibido, reduciendo la velocidad y a un volumen menor. Disfrutando de los silencios para crear la atmósfera.

A más monótona que sea la voz menos se confía en ella, y cuanto más activa y viva sea, mucho más se va a confiar en quien pronuncia sus palabras. (Ovejero, 2019, p. 498)

Kinesia

Kinesics significa estudio del movimiento del cuerpo humano (Davis, 2006, p. 10)

Varios autores han clasificado el estudio de la kinesia según los factores que están asociados al comportamiento: gestos y posturas, ojos y contacto corporal.

Expresión facial:

A lo primero que solemos prestar atención cuando conversamos o interactuamos con una persona es a su cara. Según Cibele (2022) eso está bien porque podemos leer muchísimo a una persona por intermedio de cualquier gesto facial.

Cibele (2022) asegura que existen 43 músculos que conforman nuestro rostro y sus movimientos. Es por esto que las expresiones faciales que existen son

bastante numerosas, sin embargo, existen ciertas expresiones que son universales y nos permiten identificar las emociones básicas que experimenta el ser humano. Estos gestos son de origen biológico y no se pueden fingir.

Cibele (2022) ha enlistado aquellas emociones y la manera en la que los seres humanos las expresamos inconscientemente a través de gestos involuntarios:

- **Expresión que denota alegría:**

La felicidad genuina se expresa al elevar las comisuras de la boca y las mejillas se levantan, sin embargo, una señal que demuestra absoluta alegría es la formación de pequeñas arrugas alrededor de los ojos. Según el autor, si la formación de estas arrugas no se produce, es posible que el individuo no esté completamente feliz. Por otro lado, si la alegría es realmente intensa, la boca puede estar completamente abierta.

La sonrisa:

Según Cibele (2022), la **sonrisa falsa o fingida** se trata de un tipo de sonrisa que pretende convencer que se está experimentando una emoción genuina y positiva cuando la realidad es todo lo contrario. Es muy parecida a una sonrisa real o genuina pero ciertos detalles delatan que es fingida.

Los signos característicos de esta sonrisa falsa o fingida son:

.- Se trata de sonrisas un poco asimétricas porque tienden a marcarse más en la parte izquierda del rostro. Es decir, la comisura izquierda de la boca suele levantarse más que la derecha, aunque, muy ligeramente.

.- No está acompañada de movimiento de los músculos alrededor de los ojos. (p. 54)

El autor indica que no se puede fingir fácilmente la aparición de las arruguitas en los ojos debido a que cuando se finge una sonrisa no se

involucran esas mismas partes de nuestro cerebro, sino que interviene la corteza motora de nuestro organismo. (Cibele, 2022, p. 57)

El autor también se refiere a la **sonrisa tensa** como una manera de disimular incomodidad, o para evitar confrontar a la persona que ha desencadenado nuestro malestar. Los signos que denotan este tipo de sonrisa son:

- Labios apretados (Característica destacada)

- Boca cerrada

- Ausencia de arruguitas alrededor de los ojos.

- Las comisuras de los labios se echan un poco para atrás pero no llegan a elevarse. (Cibele, 2022, p. 63)

Sonrisa de superioridad: No solo denota prepotencia y superioridad, sino que puede significar desprecio, y, también puede significar que la persona que sonríe trata de ocultar información. Esta sonrisa se caracteriza por la elevación intensa de una comisura de los labios más arriba que la otra. En palabras sencillas, es reírse de lado. (Cibele, 2022, p. 67)

Sonrisa burlona: Es una sonrisa típica entre personas prepotentes y narcisistas. Se caracteriza por ser una sonrisa amplia pero el ceño está fruncido y los ojos desmienten la felicidad que una sonrisa verdadera podría transmitir. Cibele, 2022, p. 68)

- **Expresión que denota ira:**

Los indicadores universales de enojo incluyen labios tensos, cejas fruncidas, entrecejo arrugado, ojos entrecerrados y brillantes, párpados tensos, y mandíbula apretada o proyectada hacia adelante. Cuando los labios están apretados, indica que la persona está tratando de controlar su enojo. Por otro

lado, la dilatación de las fosas nasales o levantar el labio superior para mostrar los dientes superiores revela que no hay intento de contenerse. Es crucial reconocer esto, ya que en estos casos el nivel de enojo puede ser muy alto, siendo recomendable evitar el conflicto hasta que la persona se calme, ya que de lo contrario podría reaccionar con violencia e impulsividad.

- **Expresión que denota miedo:**

Por lo general, cuando algo provoca temor repentino en una persona, su reacción inicial se reflejará en su rostro, comenzando con sorpresa y seguida por el miedo, que se manifiesta a través de los siguientes indicadores:

Elevación y unión de las cejas, apertura exagerada de los ojos, dilatación de las pupilas, tensión en los párpados inferiores, estiramiento de los labios hacia atrás.

El contacto visual:

El contacto visual es esencial en cualquier situación que involucre comunicación, sirviendo como el prólogo de una conversación al reflejar interés hacia la persona con la que nos comunicamos. Cuando somos receptores, dirigimos nuestra mirada hacia quienes hablan como una señal de atención, estableciendo así una conexión que facilita la comunicación. Sería inusual e incómodo no mirar a alguien o no ser mirado durante una conversación.

Además de su papel como indicador de interés y atención, la falta de contacto visual se considera una falta de cortesía entre un buen oyente y un buen orador. (Cibele, 2022)

- **Contacto visual prolongado:**

La veracidad de una comunicación también puede asociarse con el mantenimiento del contacto visual. La ausencia de este no solo sugiere desinterés, sino que también puede indicar que la persona está siendo deshonesto. Un contacto visual excesivamente prolongado, sin pestañear,

puede percibirse como agresivo o generar desconfianza, revelando posiblemente un intento de ocultar la verdad.

- **Mirada esquiva**

La evasiva mirada suele ser indicativa de nerviosismo e inseguridad en las personas. Asimismo, puede revelar sentimientos de vergüenza o la percepción de amenaza o incomodidad por parte de la otra persona.

- **Ojos entrecerrados**

Cerrar ligeramente los ojos en la comunicación no verbal suele indicar falta de confianza. Si alguien entrecierra los ojos al mirarte, es probable que se sienta amenazado o desconfiado hacia ti. Este gesto revela que está en actitud defensiva.

- **Mirando de un lado a otro**

Esta señal generalmente indica que hay una actitud defensiva y falta de confianza.

Imagen personal

La primera impresión es única, no tiene segunda oportunidad, rara vez se modifica. (Agüero, 2011, p. 66)

Agüero (2011) explica que la apariencia personal se define por la elección de vestimenta, peinado, barba, cuidado personal, así como características inherentes como la edad, género, nivel de educación e instrucción. La imagen, en este contexto, actúa como la tarjeta de presentación que facilita la comunicación interpersonal. La personalidad se proyecta a través de esta imagen, la cual es la percepción que los demás tienen de nosotros. Sin embargo, es común que se emitan juicios equivocados sobre la verdadera naturaleza de una persona, a menudo basados en la manera en que opta por presentarse.

Imagen política

La política, de acuerdo a la definición y esencia de la actividad está orientada a la toma de decisiones de un grupo para alcanzar ciertos objetivos. También se define como una manera de ejercer el poder con la intención de resolver o minimizar el choque entre los intereses encontrados que se producen dentro de una sociedad. (Sevilla, 2020, p. 92)

Sin embargo, en la actualidad el concepto de política se ha visto tergiversado y ha adquirido una percepción negativa. En consecuencia, los políticos tienden a generar rechazo, para contrarrestar esto, Sevilla (2020) plantea la necesidad de consolidarse en la carrera política a través de la construcción de una “marca personal”. Sevilla cita el famoso libro de Tom Peters, en el que se enlistan cinco características que debe tener en cuenta una persona a la hora de construir una “marca” de sí mismo: ser consistente, creíble, relevante, diferente y memorable.

Partiendo de esta base, cito a Greene (2001) cuando dice que la seducción es un arte sofisticado, la forma suprema del poder y la persuasión. Asegura que figuras de la política tienen la mitad de la batalla ganada cuando poseen una presencia cautivadora para mantener la atención de su público.

Analizaremos entonces, la posición de Cibele (2022) cuando se refiere al “lenguaje no verbal de la seducción” sobre todo cuando pone su enfoque en el mensaje que se transmite a través de la ropa y su impacto en el entorno.

El autor explica que la percepción de las opiniones sobre una persona puede estar influenciada por su estilo de vestimenta. Optar por prendas inusuales o alejadas de lo convencional puede asociarse con puntos de vista menos moderados, generando una percepción de menor confiabilidad. En contraste, la elección de prendas clásicas tiende a relacionarse con opiniones más moderadas y a transmitir una imagen de mayor confiabilidad.

El estatus social y el éxito profesional suelen evaluarse de manera inconsciente, destacando la calidad del calzado como un factor clave. Los zapatos costosos, por

ejemplo, se asocian con mayor influencia y, naturalmente, con un mejor estatus económico.

Además, el color de la vestimenta desempeña un papel significativo en la comunicación de mensajes. Mientras que los colores fríos proyectan seriedad y confianza, los colores cálidos sugieren vitalidad en términos generales.

La elección de la vestimenta también puede revelar información sobre la personalidad de alguien. Aspectos como la elegancia, sobriedad, confianza o inseguridad pueden ser percibidos a través de la ropa que eligen usar. (Cibele, 2022)

ACC de la Imagen Política

Sevilla (2020) habla sobre los tres pilares en los que se debe sostener a la imagen política, nos referimos a la Apariencia, el Comportamiento y la Comunicación.

- Apariencia:

La higiene, la limpieza, el aroma, el aliento y todos los elementos vinculados con la vestimenta, accesorios, complementos y la ropa, poseen un poder significativo. Desde esta perspectiva, nuestra elección de vestimenta narra una historia al mundo, revelando detalles sobre nuestra personalidad, pensamientos, emociones, preferencias y ocupaciones. Es un hecho incontestable que cualquier individuo, ya sea o no una figura política, busca comunicar a través de su imagen personal habilidad, confianza y credibilidad.

- Comportamiento:

La dimensión del comportamiento, engloba diversos elementos centrados en la autoestima y la actitud como pilares fundamentales. No es suficiente llevar un traje elegante o un vestido bien cuidado. Si la autoestima es baja, la coherencia en el ámbito político se verá afectada. Por lo tanto, es necesario trabajar constantemente en aspectos como la autoestima, la autoconfianza y la percepción de uno mismo. Un político con baja autoestima, falta de asertividad o una actitud negativa no estará en sintonía con las expectativas que se tienen de él o ella.

- **Comunicación:**

La comunicación, como sabemos, puede ser verbal o no verbal, ambas deben ser especialmente atendidas por el político, debido a que la consistencia entre el contenido y la presentación es crucial para establecer credibilidad. Es fundamental que un político sea hábil en la comunicación, siendo capaz de expresar sus ideas con claridad y convicción. Por lo tanto, adquirir habilidades en oratoria, presentaciones efectivas y gestión de medios es esencial para desenvolverse con confianza.

En este punto, Sevilla refuerza todos los aspectos que posteriormente hemos analizado respecto al lenguaje no verbal y los elementos que lo conforman, explicando la importancia de que un político tenga conciencia respecto a su postura, su manera de pararse y caminar. Es esencial proyectar la imagen de un líder, alguien competente para tomar decisiones y ser el representante de la población. El contacto visual juega un papel crucial, asimismo, los gestos, el movimiento de las manos, la expresión facial y la sonrisa. En conjunto, estos elementos pueden revelar mucho acerca de un político.

La imagen política en los debates:

La importancia de mantener un correcto desempeño de los pilares de la imagen política, según Sevilla (2020), puede evidenciarse en la participación en los debates políticos. En estas plataformas, donde los candidatos deben exponer y respaldar sus ideas, y que, además, se vuelven cada vez más comunes y accesibles al público, la forma en que se comunican puede ser determinante para ganar o perder seguidores. Por esta razón, es crucial que exista coherencia entre el ACC y el mensaje central que el político intenta transmitir mediante su imagen y actividad política. Estos tres pilares deben evaluarse y monitorearse de manera constante, adaptándolos y diseñándolos de acuerdo con el mensaje estratégico de la campaña o la estrategia de posicionamiento.

Debates electorales

Un debate es el más visible y público test de aspirantes político-electoral. Norton & Goethals (2004)

Los debates son una interacción que permite conocer, en conjunto, la relación entre persona, argumento e imagen. Exigen una completa estrategia para que sus efectos tengan consecuencias político-electoral para los ciudadanos, para los medios de comunicación o para los propios actores políticos. Al ver a los candidatos en acción, los votantes pueden evaluar no solo sus propuestas, sino también sus habilidades de comunicación, liderazgo y capacidad para pensar en situaciones adversas. En este sentido, un debate presidencial brinda a los ciudadanos la oportunidad de conocer a los candidatos, comprender sus posturas y visiones para el país, y, en última instancia, tomar decisiones informadas en las votaciones.

Para muchos, constituyen una oportunidad de poder ver a los candidatos sin tanta edición en su propia imagen en un formato más real y frente a situaciones de presión por parte de sus oponentes, del público o de los moderadores. Ofrecen la oportunidad de ver a los principales candidatos cara a cara discutiendo sobre los mismos tópicos. Benoit & Harthcock (1999)

La lógica de la campaña negativa prima en los debates, a través de la constante defensa de la propia postura y la “comparación explícita” con el oponente. Crespo, Garrido, Carletta, & Riorda (2011) se refieren a esto como una negatividad enmarcada en la necesidad de diferenciación en las que se destacan las virtudes y capacidades de un candidato, contra los errores y vicios del oponente.

Los autores afirman que los debates no siempre tienen un “efecto agenda”, debido a que en un debate, los candidatos generalmente no suelen estar expuestos a ningún comentario que la oposición o la prensa no le haya dicho antes. Sin embargo, la reacción inmediata que tenga el candidato frente a ello es un privilegio al que solamente se puede tener acceso a través de esa interacción en tiempo real que caracteriza a un debate.

Es necesario reconocer que todo elemento que haga a la discursividad, asociado con aportes desde la proxémica (el uso del espacio físico que se puede realizar con gestos y movimientos en la interacción entre personas), de la kinésica (el significado comunicativo de los actos del cuerpo que constituye un lenguaje corporal no verbal), o de otras disciplinas afines, pueden hacer variar significativamente el resultado de un debate, máxime cuando éste es televisado o retransmitido digitalmente. (Crespo, Garrido, Carletta, & Riorda, 2011, p. 207)

La fuerza del carisma en la política

Sevilla (2020) asegura que el carisma es una cualidad que, a pesar de ser bastante singular y poco común, es posible desarrollarla. Una persona carismática genera una atracción poderosa en los demás, incluso, a través de su entusiasmo y buena energía inspira confianza.

John F. Kennedy, Nelson Mandela, Gandhi son líderes que a lo largo de la historia han sido capaces de arrastrar masas gracias a su carisma. Además de ser famosos, han sido queridos y sembraron huella para la eternidad por este atributo.

La autora enlista los siguientes aspectos que pueden trabajarse para desarrollar seres carismáticos:

- Seguridad:

Carisma es sinónimo de seguridad personal. Esta se muestra a través de la forma en la que uno se planta adonde quiera que vaya. Se relaciona directamente con la habilidad de cuidar el lenguaje no verbal.

- Entusiasmo

Esta energía positiva es la que guía nuestras palabras y acciones, contagiándose a quienes nos rodean e inspirándolos para que nos perciban como personas significativas.

- Admiración

Quien posee experiencia en su ámbito demuestra notoria capacidad y control en su especialidad. Aquellos capaces de expresar sus opiniones suscitarán la admiración de quienes los rodean.

- Sencillez

El carisma se opone a la actitud presuntuosa y ostentosa. Perder la autenticidad al tratar de ser algo que no somos elimina esa cualidad especial. La discreción se presenta como la virtud característica de aquellos con carisma, ya que el exceso de exhibicionismo puede generar rechazo. En consecuencia, es beneficioso aceptar nuestra verdadera naturaleza.

- Autovaloración

Cuando alguien se encuentra cómodo consigo mismo, no busca impresionar a los demás y exhibe con orgullo su autenticidad genera atracción desde el primer instante.

OBJETIVOS:

OBJETIVO GENERAL

Identificar la percepción de los estudiantes de la carrera de Comunicación de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato sobre el candidato Jan Topic mediante la interpretación de su lenguaje no verbal.

- Fue posible identificar la percepción de los estudiantes sobre el candidato mediante la interpretación de su lenguaje no verbal, porque se elaboró una guía de entrevistas para el posterior desarrollo de dos grupos focales en los que se analizaron clips del debate presidencial que muestran la participación e interacción del candidato.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

Identificar y categorizar los gestos y expresiones utilizados por Jan Topic en sus intervenciones.

- Se identificaron y categorizaron los gestos y expresiones utilizados por Jan Topic en sus intervenciones en el debate presidencial. Tras un profundo análisis, se categorizaron los elementos más esenciales de su lenguaje no verbal, se seleccionaron los clips en los que Topic hacía uso de ellos y se

elaboró una guía de entrevistas cuya finalidad fue identificar la percepción de los estudiantes sobre aquellos gestos y expresiones.

Analizar la consistencia o variabilidad del lenguaje no verbal de Jan Topic en diferentes situaciones comunicativas y en interacción con distintos interlocutores.

- Tras la categorización de los gestos y expresiones de Jan Topic, se analizó la variabilidad o consistencia que existía en ellos, según el contexto en el que se estaba comunicando o según el candidato con el que estaba interactuando. Por este motivo, en la guía de entrevistas se hicieron dos preguntas sobre cada gesto identificado, cada una analizaba un clip en distinto contexto y con distinto interlocutor, de esta manera fue posible analizar la consistencia o variabilidad en su lenguaje no verbal.

Investigar la influencia de los elementos no verbales de la comunicación política de Jan Topic en la opinión pública estudiantil.

- La preparación de la guía de entrevistas y la elaboración de dos grupos focales conformados por dos estudiantes de cada nivel de la carrera de Comunicación, permitió investigar la influencia de los elementos no verbales de la comunicación política de Jan Topic en la opinión pública estudiantil.

CAPÍTULO II.- METODOLOGÍA

MÉTODOS:

El método de investigación que se utilizó tiene un enfoque cualitativo. Debido a que, tal como lo indican Sampieri, Fernández & Baptista (2014):

La investigación cualitativa proporciona profundidad a los datos, dispersión, riqueza interpretativa, contextualización del ambiente o entorno, detalles y experiencias únicas. Asimismo, aporta un punto de vista “fresco, natural y holístico” de los fenómenos, así como flexibilidad. El método cualitativo se ha empleado más bien en disciplinas humanísticas como la Antropología, la Sociología y la Psicología social. (p.16)

De acuerdo con esta postura, podemos comprender que este enfoque está relacionado con los objetivos académicos de esta investigación, debido a que esta pretende analizar aspectos directamente relacionados con la sociología y la psicología social, mediante la constitución de la opinión pública, según la percepción de mensajes.

Según Sampieri, Fernández & Baptista (2014):

La recolección de los datos está orientada a proveer de un mayor entendimiento de los significados y experiencias de las personas. El investigador es el instrumento de recolección de los datos, se auxilia de diversas técnicas que se desarrollan durante el estudio. Es decir, no se inicia la recolección de los datos con instrumentos preestablecidos, sino que el investigador comienza a aprender por observación y descripciones de los participantes y concibe formas para registrar los datos que se van refinando conforme avanza la investigación. (p.12)

Por lo tanto, es imperativo hacer uso de un enfoque cualitativo de la investigación en el que se tenga la posibilidad de analizar a profundidad los datos que se perciba del objeto de estudio.

TÉCNICA

GRUPO FOCAL

La modalidad de investigación que se utilizó es el grupo focal, mismo que, Kitzinger (1995) define como una forma de entrevista grupal que utiliza la comunicación entre investigador y participantes, con el propósito de obtener información. (p. 299)

Este tipo de entrevista grupal es el más adecuado para los propósitos específicos de la presente investigación, debido a que permite reunir a varios estudiantes de distintos semestres en un solo espacio y darles la oportunidad de conversar entre ellos y concretar opiniones. De esta manera y con la ayuda de la guía de entrevistas y la dirección de la investigadora/moderadora se pudo obtener un criterio real, global y representativo de la opinión pública estudiantil.

Criterio de Selección de los participantes:

Teniendo en consideración que existen ocho distintos cursos dentro de la carrera de Comunicación de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales, siendo estos: primero, segundo, tercero, cuarto, quinto, sexto, séptimo y octavo semestre, que resultan en un total de 240 estudiantes en toda la carrera. Se ha decidido escoger al azar a dos estudiantes en representación de cada curso.

En consecuencia, se organizaron dos grupos focales (grupo 1 y grupo 2), para identificar tanto la variedad de opiniones y definir las semejanzas y diferencias que existan entre los individuos de cada grupo, como en las opiniones colectivas entre los grupos 1 y 2.

Para el primer grupo focal, se seleccionó a dos estudiantes de primer semestre, dos estudiantes de tercer semestre, dos estudiantes de quinto semestre y dos estudiantes de séptimo semestre; conformando un total de 8 participantes.

El segundo grupo focal estuvo conformado por dos estudiantes de segundo semestre, dos estudiantes de cuarto semestre, dos estudiantes de sexto semestre y dos estudiantes de octavo semestre; también dando un total de 8 participantes. Esta distribución, tiene la finalidad de abarcar en un solo grupo tanto a los semestres más avanzados, como a los semestres iniciales y de esta manera tener mayores posibilidades de que existan opiniones contrastantes, que permitan tener un panorama más amplio de información.

Finalmente, es necesario aclarar la necesidad de seleccionar aleatoriamente a los estudiantes, debido a que el propósito del grupo focal es recopilar información y opiniones confiables de los participantes respecto al tema de estudio, indistintamente de su orientación política, etnia, raza, cultura, religión, condición socioeconómica o género.

Para este efecto, en el posterior análisis de resultados, se ha considerado asignar a cada participante una de las ocho primeras letras del abecedario castellano con el propósito de reconocerlos, reservando su identidad.

INSTRUMENTOS

- Guía de entrevista
- Video “[En Vivo] Debate presidencial en Ecuador por las elecciones 2023

MATERIALES

- Infocus
- Computadora con acceso a internet
- Papel
- Impresora
- Cámara de video
- Grabadora de voz

GUÍA DE ENTREVISTA

Proceso de Elaboración:

Se revisó el debate presidencial de la primera vuelta de las elecciones de 2023, a través de un video con una duración de 2 horas, 50 minutos y 9 segundos, titulado “[En Vivo] Debate presidencial en Ecuador por las elecciones 2023” publicado el 13 de agosto del 2023 en el canal “El Universo” en la plataforma YouTube.

Tras la revisión del video, se identificaron seis clips para el análisis, cada uno con una duración de entre 01:00 a 01:30 minutos. A su vez, con base en la información recabada en el apartado de “antecedentes investigativos” del presente trabajo, se definieron 5 categorías dentro de las cuales se clasificaron dichos clips, estas son: sonrisa, contacto visual, expresión facial, paralingüística y comportamiento.

Finalmente se elaboraron once preguntas, nueve de ellas estaban orientadas al análisis de los clips seleccionados, mientras que las otras dos estaban específicamente relacionadas a analizar una fotografía que se consiguió a través de una captura de pantalla que se hizo del candidato en el video mencionado. Todas las preguntas fueron abiertas y se distribuyeron conforme a los clips seleccionados, de la siguiente manera:

PREGUNTA	CATEGORÍA	MINUTO
2	SONRISA	16:12-16:45
3	SONRISA	16:12-16:45
4	SONRISA	02:13:03-02:14:12
5	SONRISA	02:13:03-02:14:12
6	EXPRESIÓN FACIAL/ PARALINGÜÍSTICA	01:35:00-01:35:56
7	EXPRESIÓN FACIAL/ PARALINGÜÍSTICA	01:35:00-01:35:56
8	CONTACTO VISUAL/ PARALINGÜÍSTICA	53:18-53:38
9	CONTACTO VISUAL/ PARALINGÜÍSTICA	53:18-53:38
10	COMPORTAMIENTO	33:06-33:51 57:57-59:05

Tabla 2

- Con la intención de analizar la consistencia o variabilidad del lenguaje no verbal de Jan Topic en diferentes situaciones comunicativas y en interacción con distintos interlocutores y también la influencia de la paralingüística en la gesticulación del sujeto político, se reprodujo cada clip dos veces. La primera

reproducción mostraba únicamente la imagen, sin la emisión del sonido, mientras que la segunda reproducción mostraba la misma imagen, pero esta vez acompañada del sonido. De esta manera fue posible estudiar apropiadamente cada categoría.

- Cabe destacar que a pesar de haber identificado y clasificado los elementos que conforman al lenguaje no verbal del candidato, la percepción de este, se define a través del conjunto de todas ellas. Por lo tanto, no se limitó a los estudiantes a responder solamente lo correspondiente a una categoría en concreto.

Criterio de selección de los clips para el análisis:

Con la finalidad de ampliar la información respecto a la elaboración de la guía de entrevistas y para procurar un mejor entendimiento en el desglose y análisis de los resultados, se elaboró un compilado en el que se detalla cuál fue el contexto en el que se desarrollaron los eventos e interacciones entre los candidatos y cuál es el criterio que tuvo en cuenta la investigadora para la selección de cada clip.

CATEGORÍA	IMAGEN
PREGUNTA/S	1, 11
REFERENCIA VISUAL	CONTEXTO
 <p><i>Ilustración 1</i></p>	Se seleccionó esta imagen, capturada del mismo video del debate, con la finalidad de estudiar una imagen orgánica de Jan, sin poses, que se desarrolle en el mismo contexto político que el resto de clips de análisis.

Tabla 3

CATEGORÍA	SONRISA
------------------	----------------

PREGUNTA/S	2, 3
REFERENCIA VISUAL	CONTEXTO
 <p><i>Ilustración 2</i></p>	<p>Se seleccionó este clip para analizar la sonrisa-reacción que el sujeto político tiene al escuchar la pregunta algo irónica que le hace Otto Sonnenholzner, de esta manera se estudió el contexto político y la interacción entre ambos candidatos. Durante el desarrollo del clip, la única intervención verbal que los participantes escucharon fue la de Otto.</p>
MINUTO: 16:12-16:45	

Tabla 4

CATEGORÍA	SONRISA
PREGUNTA/S	4, 5
REFERENCIA VISUAL	CONTEXTO
 <p><i>Ilustración 3</i></p>	<p>En un contexto político diferente, se busca analizar la sonrisa-reacción de Topic con otro interlocutor. Específicamente, la conocida intervención de Yaku Pérez, en la que expresa su deseo de invitar a Jan Topic a jugar ecuavolley.</p>
MINUTO: 02:13:03-02:14:12	

Tabla 5

CATEGORÍA	EXPRESIÓN FACIAL/ PARALINGÜÍSTICA
PREGUNTA/S	6, 7
REFERENCIA VISUAL	CONTEXTO
 <p><i>Ilustración 4</i></p>	<p>A través de su lenguaje no verbal y verbal, Jan Topic refuta la intervención de un nuevo interlocutor: Xavier Hervas. En la primera reproducción se estudió la expresión facial de Topic y en la segunda, su paralingüística: los silencios que emplea, la tonalidad, latencia e intensidad de su voz.</p>
MINUTO: 01:35:00-01:35:56	

Tabla 6

CATEGORÍA	CONTACTO VISUAL/ PARALINGÜÍSTICA
PREGUNTA/S	8, 9
REFERENCIA VISUAL	CONTEXTO
 <p><i>Ilustración 5</i></p>	<p>En este clip, el sujeto político interactúa con Bolívar Armijos, haciéndole una pregunta clara y puntual. Se analizó principalmente su contacto visual con la cámara y su relación con la paralingüística.</p>
MINUTO: 53:18-53:38	

Tabla 7

CATEGORÍA	COMPORTAMIENTO
PREGUNTA/S	10
REFERENCIA VISUAL	CONTEXTO
 <p><i>Ilustración 6</i></p>	<p>Se seleccionaron dos clips en los que se identificó un comportamiento repetitivo.</p> <p>Con los siguientes contextos: En el primero, la confusión del candidato Armijos con la dinámica del debate y en el segundo la confusión de la moderadora Bayona con el orden de las intervenciones de los candidatos.</p>
MINUTO: 33:06-33:51 y 57:57-59:05	

Tabla 8

Desarrollo del grupo focal:

GRUPO 1:

A las 14:20 horas del miércoles 3 de enero del 2024, se reunieron en el aula del tercer semestre de Comunicación de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato del Campus Huachi, la moderadora y los ocho estudiantes que participaron del grupo focal 1.

Se les manifestó a los estudiantes que el proceso de selección para la conformación de los grupos se efectuó de manera aleatoria y también se puntualizó que toda la información, que estaba siendo grabada, será utilizada únicamente para fines académicos.

Se desarrolló la conversación con la dirección de la investigadora / moderadora, según los temas previamente dispuestos en la guía de entrevistas. Tras 22:45 minutos de una conversación abierta que dio paso a nuevos cuestionamientos, se constató la intervención de todos los participantes y la

interacción entre los mismos, existiendo tanto acuerdos como discrepancias, dejando conclusiones cuyo análisis se desarrollará a continuación.

GRUPO 2:

A las 11:15 horas del jueves 4 de enero del 2024, se reunieron en el aula del cuarto semestre de Comunicación de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato del Campus Huachi, la moderadora y los ocho estudiantes que participaron del grupo focal 2.

Se les manifestó a los estudiantes que el proceso de selección para la conformación de los grupos se efectuó al azar, sin ningún tipo de distinción y también se puntualizó que toda la información será utilizada únicamente para fines académicos.

Se desarrolló la conversación con la dirección de la investigadora / moderadora, según los temas previamente dispuestos en la guía de entrevistas. Tras 22:13 minutos de una conversación abierta que dio paso a nuevos cuestionamientos, se constató la intervención de todos los participantes y la interacción entre los mismos, existiendo tanto acuerdos como discrepancias, dejando conclusiones cuyo análisis se desarrollará a continuación.

CAPÍTULO III.- RESULTADOS Y DISCUSIÓN

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS:

RESULTADOS GRUPO 1

Pregunta 1.	Si tuviera que describir personalidad de la persona de la imagen con solo verla ¿cómo la describiría? (1-2 palabras)
Participante	Respuesta
A	Desconcertado, mirada perdida
B	Elegante, guapo
C	Malintencionado
D	Empresario tímido
E	Inteligente, doble moral
F	Formal, preparado y directo
G	Elegante, pero a mi gusto no es atractivo
H	Elegante
Interpretación	La mayoría de los estudiantes coincide en la elegancia que transmite el candidato, guiándose por su vestimenta, varios de ellos prestan atención a su mirada y destacan el desconcierto, la mala intención y la doble moral que esta les transmite. Sin embargo, hay quienes, a pesar de percibir aquello, le atribuyen inteligencia y preparación. Hubo quienes se refirieron al atractivo físico de Topic, pero en las dos únicas opiniones, hubo discrepancia.

Tabla 9

Pregunta 2.	Según la reacción de Jan Topic a la pregunta del candidato Sonnenholzner, ¿qué cree que demuestra su sonrisa?
--------------------	---

Participante	Respuesta
A	Ironía
B	Ironía
C	Ironía
D	Ironía
E	Inconformidad, tal vez no le gustó la pregunta que le hizo Otto, pero solamente sonrió porque estaba frente a una cámara
F	Ironía
G	Ironía
H	Ironía
Interpretación	Es evidente la concordancia que existió en las opiniones de los participantes a raíz de que el participante G mencionó la ironía en la sonrisa de Topic, todo concordaron. Sin embargo, el participante E (que en la pregunta 1 respondió que la imagen del candidato le transmitía “doble moral”) respondió que al parecer Topic se sintió inconforme y que solamente sonrió porque está frente a una cámara. El resto de los participantes guardó silencio al escuchar el criterio del estudiante E.

Tabla 10

Pregunta 3.	Una vez que escuchó las intervenciones de los candidatos, ¿qué significado considera que tiene la sonrisa de Jan Topic?
Participante	Respuesta
A	Incomodidad

B	Sonrió solo porque estaba frente a una cámara
C	Disimular sorpresa
D	Sí, intenta disimular
E	Sonrió solo porque estaba frente a una cámara (mantiene)
F	Se nota que se esperaba la pregunta
G	Quiso disimular que Otto le atacó feo
H	Incomodidad
Interpretación	Al preguntarles a los estudiantes si mantienen su opinión, el estudiante E fue el primero en intervenir y dijo que sí. Tras la intervención del estudiante E, el estudiante G dijo que el candidato buscaba disimular que “Otto le atacó feo” a lo que los demás estudiantes reaccionaron y coincidieron con ambas opiniones, que, son bastante parecidas entre sí.

Tabla 11

Pregunta 4.	Según la reacción de Jan Topic a la pregunta del candidato Pérez, ¿qué cree que demuestra su sonrisa?
Participante	Respuesta
A	Superioridad. Porque mantiene la sonrisa
B	Siento que es como se siente superior, como que dice “¡Ja! Este man no sabe ni lo que me está preguntando”
C	Superioridad
D	Superioridad
E	Es como que “ya me fregué, estoy frito”
F	“Incomodidad también”

G	“Superioridad, porque se rió de a de veras de la pregunta”
H	Superioridad
Interpretación	Existen distintas percepciones y motivos por los que los estudiantes identifican superioridad en la reacción de Jan Topic frente a la pregunta del candidato Pérez, pero de todas maneras, la mayoría coincide. Sin embargo, hay dos opiniones que difieren con las del resto, una que destaca a la incomodidad por sobre la superioridad, y otra que percibe en su sonrisa, una emoción parecida al miedo.

Tabla 12

Pregunta 5.	Una vez que escuchó las intervenciones de los candidatos, ¿qué significado considera que tiene la sonrisa de Jan Topic?
Participante	Respuesta
A	Superioridad y burla
B	Superioridad y burla
C	Superioridad (mantiene)
D	Superioridad (mantiene)
E	Superioridad y burla. “Este man está bien tonto, no sabe lo que dice”
F	Superioridad, pero sí está incómodo
G	Superioridad y burla (mantiene)
H	Superioridad y burla
Interpretación	La mayoría de los estudiantes mantuvo su punto de vista respecto a la sonrisa de Jan Topic tras escuchar el contexto en el que

	ocurrió. Y quienes inicialmente no pensaron así, cambiaron de opinión y se unieron al resto.
--	--

Tabla 13

Pregunta 6.	¿Qué impresión le producen los gestos del candidato Topic mientras da su respuesta a la pregunta que le hace el candidato Hervas?	
Participante	Respuesta	
A	Seguro	
B	Está ansioso por responder y cuando responde está seguro	
C	Seguro y serio	
D	Serio	
E	Seguro y serio	
F	Enojado	
G	Enojado, por las expresiones faciales	
H	A la defensiva	
Interpretación	Los participantes, en conjunto, perciben emociones similares de enojo, seguridad en la actitud del candidato.	

Tabla 14

Pregunta 7.	Una vez que escuchó la intervención del candidato, ¿tiene la misma impresión que mencionó antes, sobre la respuesta del candidato?	
Participante	Respuesta	
A	Sí está molesto	
B	A lo que dije antes, le agrego que estaba molesto	

C	Más serio de lo que pensaba
D	Serio y seguro
E	Seguro y serio (mantiene)
F	Enojado (mantiene)
G	Falsa seguridad, quería demostrar seguridad, pero no estaba tan seguro porque se equivocó
H	Aunque se equivocó le siento seguro
Interpretación	Las respuestas de los estudiantes no variaron mucho respecto a las respuestas de la pregunta 6. Algunos estudiantes sintieron que su voz demostraba las mismas emociones antes mencionadas, pero en mayor escala. Sin embargo, el estudiante G cambió su opinión respecto a la pregunta anterior, debido a que al escuchar al candidato hablar, notó que en un momento se trabó, por lo que la seguridad que este le transmitió inicialmente se esfumó, por esto, el participante afirmó que aunque el lenguaje no verbal de Topic demuestre enojo, él realmente está inseguro y su “enojo” es una forma de disimularlo.

Tabla 15

Pregunta 8.	Según la gesticulación del candidato ¿qué emoción le transmite?
Participante	Respuesta
A	Serio
B	Seguro
C	Serio
D	Serio
E	Confianza, por las manos

F	Seguro	
G	Inseguridad porque estaba leyendo	
H	No estuvo tan seguro de lo que estaba diciendo porque no vio a la cámara	
Interpretación	El contacto visual con la cámara jugó un papel importante para dos de los participantes del foro. Sin embargo, el uso de las manos al hablar le generó confianza a uno de ellos. De resto, los participantes coincidieron en la seguridad y seriedad que percibieron en la intervención de Topic.	

Tabla 16

Pregunta 9.	Una vez que escuchó la intervención del candidato, ¿considera que le transmite la misma emoción que antes?	
Participante	Respuesta	
A	Serio (mantiene)	
B	Sí, prepotencia. Como que ya sabe que tiene al más débil ahí.	
C	Serio (mantiene)	
D	Serio (mantiene)	
E	Estaba refutando, está más enojado de lo que pensaba	
F	Seguro (mantiene)	
G	Sí, estaba enojado. Le escuché incluso con prepotencia para hacer la pregunta. Antes pensé que estaba normal.	
H	Sí estaba seguro.	
Interpretación	La seguridad y seriedad que anteriormente percibieron los estudiantes, se mantuvieron. Sin embargo, tres de ellos percibieron algo más que simple seguridad y señalaron que Topic escaló a la	

	prepotencia. Quienes mencionaron al contacto visual con la cámara como un signo de inseguridad, cambiaron su opinión tras escuchar el mensaje que transmitía a través de su lenguaje verbal, uno de ellos habló de prepotencia en el candidato y el otro, solamente de su seguridad.
--	--

Tabla 17

Pregunta 10.	Tras ver al candidato Topic beber agua en dos contextos distintos, ¿qué significación puede darle a esta acción? ¿Cree que demuestra algo?	
Participante	Respuesta	
A	Superioridad	
B	Prepotencia	
C	Prepotencia y superioridad	
D	Prepotencia y superioridad	
E	A él le parece una payasada que pase todo eso.	
F	Creo que se siente superior. Piensa que el único que sabe es él.	
G	Ajá, él único que sabe soy yo.	
H	Superioridad	
Interpretación	Las opiniones de los participantes estuvieron orientadas hacia sentimientos de superioridad, prepotencia y egocentrismo por parte de Topic.	

Tabla 18

Pregunta 11.	Recapitulando el análisis realizado, si tuviera que describir a Jan Topic ¿cómo lo describiría?
---------------------	---

Participante	Respuesta
A	Prepotente y seguro
B	Seguro y preparado, más atractivo incluso
C	Arrogante
D	Prepotente
E	Inteligente
F	Inteligente y seguro
G	Seguro, pero arrogante
H	Prepotente
Interpretación	La seguridad y la inteligencia se mantuvieron de entre las opiniones que hubo en la primera pregunta del grupo focal en la que se mostró esta misma fotografía. Sin embargo, la elegancia desapareció por completo y se colaron nuevos adjetivos como la prepotencia y la arrogancia. Cabe agregar que quien al inicio manifestó encontrar físicamente atractivo a Topic, afirmó que este sentimiento incrementó tras analizar sus intervenciones en el debate.

Tabla 19

RESULTADOS GRUPO 2

Pregunta 1.	Si tuviera que describir personalidad de la persona de la imagen con solo verla ¿cómo la describiría? (1-2 palabras)
Participante	Respuesta
A	Preocupación
B	Intriga, mirada desconcertada

C	Seguridad y confianza
D	Seguridad y confianza
E	Seguridad
F	Seguridad
G	Seguridad
H	Seguridad
Interpretación	La mayoría de los participantes consideró que la imagen del candidato les inspira confianza. Sin embargo, dos estudiantes enfatizaron en los rasgos de su mirada y la relacionaron con un sentimiento de preocupación o desconcierto.

Tabla 20

Pregunta 2.	Según la reacción de Jan Topic a la pregunta del candidato Sonnenholzner, ¿qué cree que demuestra su sonrisa?
Participante	Respuesta
A	Incoherencia
B	Sarcasmo
C	Sarcasmo
D	Sarcasmo
E	Para mi es más como sarcasmo
F	Sarcasmo
G	El otro candidato le dice algo que le parece incoherente
H	Demuestra incoherencia
Interpretación	El estudiante A es el primero en intervenir, manifestó la incoherencia como el sentimiento que Jan le transmitió,

	comentario que el estudiante G complementó diciendo “el otro candidato le dice algo que le parece incoherente”, opinión a lo que H se unió. Sin embargo, el estudiante E intervino diciendo “para mí es más como sarcasmo” B y el resto asintieron.
--	---

Tabla 21

Pregunta 3.	Una vez que escuchó las intervenciones de los candidatos, ¿qué significado considera que tiene la sonrisa de Jan Topic?	
Participante	Respuesta	
A	Él se sorprende y con su sonrisa quiere disimular eso	
B	Sarcasmo	
C	Sarcasmo	
D	Sí, quiere disimular la sorpresa, pero eso justamente es sarcasmo. (Mantiene)	
E	Sarcasmo	
F	Sarcasmo	
G	Sarcasmo	
H	Sí, quiere disimular la sorpresa	
Interpretación	Las opiniones de los participantes se ubican entre la necesidad de disimular sorpresa y una sonrisa que transmite sarcasmo. El estudiante D explicó que a su perspectiva ambas son lo mismo.	

Tabla 22

Pregunta 4.	Según la reacción de Jan Topic a la pregunta del candidato Pérez, ¿qué cree que demuestra su sonrisa?	
Participante	Respuesta	

A	Burla
B	Burla
C	Es que de eso sí sabemos el contexto
D	Burla
E	Ahí sí es una sonrisa burlesca
F	Sonrisa burlesca
G	Burla
H	Burla
Interpretación	Todos los estudiantes coincidieron en que la sonrisa de Topic es una demostración de burla hacia la intervención del candidato, debido a que uno de ellos confesó que sin la necesidad de escuchar el audio, ya conocen el contexto.

Tabla 23

Pregunta 5.	Una vez que escuchó las intervenciones de los candidatos, ¿qué significado considera que tiene la sonrisa de Jan Topic?
Participante	Respuesta
A	Burla (Mantiene)
B	Sí, superioridad
C	Sonrisa de satisfacción porque el otro candidato quedó súper mal
D	Se burla, pero es irónico
E	Se burla, pero es irónico
F	Burla (Mantiene)

G	Burla (Mantiene)	
H	Burla (Mantiene)	
Interpretación	La percepción de los estudiantes se sitúa entre la burla, siendo esta la que más se repite; la superioridad y la satisfacción de haber superado a su oponente. Sin embargo, es importante rescatar que en la pregunta 4 los estudiantes estaban muy seguros de haber percibido burla, incluso aunque afirmaron que ya conocían el contexto del video. De todas maneras, al escuchar la interacción entre los candidatos, el sentimiento de superioridad se cola a las opiniones de los estudiantes.	

Tabla 24

Pregunta 6.	¿Qué impresión le producen los gestos del candidato Topic mientras da su respuesta a la pregunta que le hace el candidato Hervas?	
Participante	Respuesta	
A	Molesto	
B	Molesto y enojado, para disimular inseguridad al no saber qué responder	
C	Falsa seguridad	
D	Mira mucho a la cámara, parece tenso	
E	Serio	
F	Parece que gesticula según el tema del que está hablando	
G	Serio	

H	Inseguridad al hablar, hacer muchos gestos, parece que está hablando rápido
Interpretación	El exceso de gesticulación en el candidato transmite inseguridad y nerviosismo a ojos de algunos participantes, mientras que otros aseguran que perciben molestia, enojo, seguridad, seriedad y coherencia entre lo que probablemente dice y la manera en la que gesticula. Existen también quienes piensan que este “enojo” en realidad es una manera de disimular inseguridad y que el exceso de contacto visual directo a la cámara es un signo de tensión.

Tabla 25

Pregunta 7.	Una vez que escuchó la intervención del candidato, ¿tiene la misma impresión que mencionó antes, sobre la respuesta del candidato?
Participante	Respuesta
A	Molesto, al escucharle, su mirada parece amenazante
B	Sí estaba molesto, quizá no estaba inseguro, pero creo que solo estaba nervioso porque se equivocó dos veces.
C	Sí estaba seguro
D	La respuesta fue amenazante
E	Seguro y serio
F	Seguro
G	Seguro
H	Fue amenazante
Interpretación	Al escuchar la intervención de Topic, las emociones que destacan y se mantienen respecto a la pregunta 6 son molestia, seriedad y seguridad. Pero, algunos estudiantes hablaron de una actitud

	amenazante no solamente a través del lenguaje corporal, si no a través de su intervención verbal.
--	---

Tabla 26

Pregunta 8.	Según la gesticulación del candidato ¿qué emoción le transmite?
Participante	Respuesta
A	Seguro
B	Parece preparado, porque está leyendo datos que tal vez escribió antes
C	Se le notaba seguro, porque parecía que estaba atacando un poco.
D	Creo que le estaba llamando la atención por cómo movía las manos
E	Posiblemente dio datos, porque solamente levantó la mirada en los últimos segundos
F	Posiblemente dio información muy puntual, muy estadística. Estaba seguro porque tenía la información en el papel.
G	Las manos mostraban seguridad y ataque
H	Las manos mostraban seguridad y ataque
Interpretación	El foco de atención en las opiniones de los participantes fueron las manos del candidato, cuya significación se orientó hacia hacer un llamado de atención al otro candidato o atacarlo, pero a la par de transmitir seguridad. Hay quienes se enfocaron en el contacto visual del candidato con la cámara y al notar que su mirada estaba orientada hacia el podio en donde tenía sus anotaciones, los estudiantes mencionaron que probablemente estaba dando datos estadísticos de los que estaba seguro.

Tabla 27

Pregunta 9.	Una vez que escuchó la intervención del candidato, ¿considera que le transmite la misma emoción que antes?	
Participante	Respuesta	
A	Seguro	
B	Seguro	
C	Seguro y atacante (mantiene)	
D	Llamando la atención por cómo movía las manos (mantiene)	
E	Seguro y atacante	
F	Seguro y atacante	
G	Seguro y atacante (mantiene)	
H	Seguro y atacante (mantiene)	
Interpretación	La mayoría de estudiantes mantuvo su opinión respecto a la pregunta 8 y quienes tenían una opinión algo distinta anteriormente, se unieron al resto. Coincidiendo en totalidad sobre la seguridad del candidato e incrementando las opiniones sobre su actitud atacante.	

Tabla 28

Pregunta 10 .	Tras ver al candidato Topic beber agua en dos contextos distintos, ¿qué significación puede darle a esta acción? ¿Cree que demuestra algo?	
Participante	Respuesta	
A	Superioridad, tal vez se creció al ver a los demás confundidos	
B	Superioridad, tal vez se creció al ver a los demás confundidos	

C	Superioridad, tal vez se creció al ver a los demás confundidos
D	Superioridad, tal vez se creció al ver a los demás confundidos
E	Superioridad, tal vez se creció al ver a los demás confundidos
F	Superioridad, tal vez se creció al ver a los demás confundidos
G	Superioridad, tal vez se creció al ver a los demás confundidos
H	Superioridad, tal vez se creció al ver a los demás confundidos
Interpretación	Tras analizar el clip, el primer participante en intervenir fue el estudiante B, quien habló de superioridad, pero no supo explicar por qué percibió eso. El estudiante F intervino y complementó el criterio de B, B y F se pusieron de acuerdo y el resto de los estudiantes se unió a ellos en unanimidad.

Tabla 29

Pregunta 11.	Recapitulando el análisis realizado, si tuviera que describir a Jan Topic ¿cómo lo describiría?
Participante	Respuesta
A	Seguro y con habilidad de improvisación
B	Mantengo que es seguro, pero tiene aires de superioridad y también de carácter fuerte
C	No me parece ético, porque no se comportó bien en el debate
D	Intenta sobresalir
E	Persona burlona
F	Complejo de superioridad
G	Seguro, pero arrogante

H	Seguro, pero arrogante
Interpretación	La seguridad es una característica que se mantiene respecto a la pregunta 1, sin embargo, la arrogancia, superioridad, la poca ética y la actitud burlona que los estudiantes percibieron a lo largo del análisis de los clips que se les presentó, modificaron su percepción del candidato incluso al observar la misma fotografía que al inicio.

Tabla 30

DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

Agüero (2011) explica que la apariencia personal se define por la elección de vestimenta, peinado, barba, cuidado personal, así como características inherentes como la edad, género, nivel de educación e instrucción.

Cibele (2022) complementa esa premisa cuando explica que la elección de la vestimenta también puede revelar información sobre la personalidad de alguien.

En efecto, tras analizar los resultados de la investigación, se evidencia que a través de la mera imagen del candidato y de su indumentaria fue posible que los estudiantes emitan juicios de valor respecto a su inteligencia, preparación, comportamiento e incluso sus valores.

Sin embargo, Agüero (2011) señala que es común que se emitan juicios equivocados sobre la verdadera naturaleza de una persona, a menudo basados en la manera en que opta por presentarse.

Premisa que también pudimos confirmar a través de esta investigación. Es decir, a pesar de que la imagen del candidato bastó para que los participantes de ambos grupos focales pudieran emitir juicios de valor, tras el análisis e interpretación de su lenguaje no verbal, la percepción que se tuvo inicialmente del sujeto político, se modificó.

Se identificó entonces, que la capacidad de percibir elegancia a través de la imagen del candidato, se ve opacada por la interpretación estudiantil de prepotencia y arrogancia en su lenguaje no verbal. Sin embargo, no sucede lo mismo con la inteligencia,

seguridad e incluso el atractivo físico, debido a que hay quienes se refieren a estos aspectos y también a su prepotencia en una misma oración, sin deslindar uno del otro.

Analicemos ahora, las particularidades del lenguaje no verbal de Jan Topic y la interpretación que tuvieron los estudiantes de cada una de ellas.

SONRISA:

Los participantes de ambos grupos focales analizaron el lenguaje no verbal del sujeto político y también el contexto comunicacional de su reacción y finalmente aseguraron que la sonrisa que se muestra en la *Ilustración 2* demuestra incomodidad y la intención de disimularla.

Recurrimos a Cibebe (2022) y se identificó que las opiniones de los estudiantes coinciden con la de una sonrisa tensa, que el autor describe como: labios apretados, boca cerrada, ausencia de arrugas alrededor de los ojos y comisuras de los labios echadas un poco hacia atrás, pero sin elevarse del todo y asegura que es una manera de disimular incomodidad o de evitar confrontar a la persona que ha desencadenado el malestar.

Al analizar el clip en el que el candidato reacciona con la sonrisa que se muestra en la *Ilustración 3*, los estudiantes del grupo 1 coinciden en que demuestra superioridad. Mientras que los del grupo 2 perciben una actitud burlona. Vamos a analizar qué es lo que manifiesta Cibebe (2022) sobre ambos tipos de sonrisa:

Cibebe (2022) se refiere a la sonrisa de superioridad como aquella que eleva un lado de la comisura de la boca, más arriba que la otra. O sea, una sonrisa de lado.

En cambio, según Cibebe (2022), la sonrisa burlona es aquella que muestra una sonrisa amplia, pero con el ceño fruncido.

Tras comparar estas premisas con la sonrisa que se muestra en la *Ilustración 3* y las opiniones de los participantes, nos inclinamos más por mantener la percepción de los estudiantes del grupo 2 al interpretar aquella sonrisa como burlona.

En este apartado agregaremos también el análisis del comportamiento del candidato Topic. Según los estudiantes, aquel patrón repetitivo que se explicó en la *Tabla 8* y que se muestra en la *Ilustración 6*, demuestra principalmente superioridad. Esta opinión es discutible, porque, recordando la descripción que Cibebe (2022) hace sobre la sonrisa de superioridad, podemos decir que la sonrisa de Jan no encaja con ella. De hecho, encaja más con su definición de la expresión facial genuina de alegría: las comisuras de la boca y las mejillas se elevan, formando arruguitas alrededor de los ojos. Cibebe (2022)

Sin embargo, tomando el contexto político en el que se suscitan los eventos, hablamos de un debate presidencial, que según Norton & Goethals (2004) es el test público más visible para un aspirante político-electoral, en donde los candidatos están compitiendo por demostrar quién se desenvuelve mejor frente a los ojos de la ciudadanía. Por lo tanto, aquella felicidad genuina sí puede relacionarse con superioridad, debido a que se presume que el sujeto político siente alegría porque en esa situación en específico, parece haber “superado” a sus oponentes.

EXPRESIÓN FACIAL / PARALINGÜÍSTICA

A interpretación de los estudiantes, Jan Topic mantiene un patrón similar de comportamiento con todos los interlocutores. Su lenguaje no verbal y paralingüístico se ven influenciados por el contexto político en el que se encuentra, mas no por el sujeto político con el que interactúa. Además, la paralingüística y el lenguaje no verbal de Topic se complementan y aportan intensidad entre sí.

Específicamente cuando se analiza el clip en el que se ve al candidato con la expresión facial de la *Ilustración 4*, en la primera reproducción del video, los estudiantes de ambos grupos interpretaron seriedad, pero, al escuchar su intervención y el uso de su paralingüística, identificaron seguridad, enojo y molestia.

Analicemos entonces, las características faciales que según Cibebe (2022) expresan ira: párpados tensos, cejas fruncidas, la dilatación de las fosas nasales o levantar el labio superior para mostrar los dientes superiores revela que no hay intento de contenerse.

Ahora, si a esto le agregamos las características de su voz, con una tonalidad clara y grave y con una intensidad neutra, según Ovejero (2019) nos encontramos frente a un discurso que denota seguridad y confianza. Por otro lado, el uso de los silencios en la respuesta de Topic son clave y son, según Ovejero (2019), para provocar reflexión o hacer un llamado de atención, debido a que cada silencio sucede justo después de dar un mensaje importante. Por ejemplo: “No quiero ser irrespetuoso” – silencio- “¿Usted cree que los niños pueden ir a las escuelas sin pagar vacuna a la banda delictiva del barrio?” -silencio- “Usted se equivoca candidato” – silencio-

Podemos decir entonces, que la interpretación de los estudiantes sobre el lenguaje no verbal de Jan Topic, está alineada con las premisas de Ovejero (2019) y Cibebe (2022).

CONTACTO VISUAL

Respecto al contacto visual de Jan Topic con la cámara, hubo quienes, al analizar el clip de la *Ilustración 5*, consideraban que mantener un contacto directo tan prolongado con la cámara demostraba “falsa seguridad” o un intento por “disimular nerviosismo”. También lo catalogaron como amenazante. Esto lo confirma Cibebe (2022) cuando explica que un contacto visual excesivamente prolongado, puede percibirse como agresivo o generar desconfianza, revelando posiblemente un intento de ocultar la verdad.

VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS

La interpretación del lenguaje no verbal de Jan Topic en el debate presidencial, influye en la opinión pública estudiantil.

- La hipótesis planteada previamente es correcta. Tras interpretar el lenguaje no verbal de Jan Topic, los estudiantes cambiaron su opinión sobre él.

CAPITULO IV.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- Se identificó que, tras analizar el lenguaje no verbal de Jan Topic, los estudiantes interpretaron que transmite seguridad, prepotencia, arrogancia y superioridad.
- Se estableció que las particularidades del lenguaje no verbal del sujeto político en cuestión están constituidas principalmente por su sonrisa, expresiones faciales, contacto visual, comportamiento y paralingüística.
- Tras analizar el lenguaje no verbal de Jan Topic en distintos contextos y en interacción con 5 sujetos distintos, se concluyó que existe consistencia y poca variabilidad en su actitud.
- Los elementos no verbales de la comunicación de Topic tienen tanta influencia en la opinión pública estudiantil, que existió una variación significativa entre la descripción que se hace de él solo mediante el análisis de su imagen y la que se hace de la misma imagen, después de haber analizado su lenguaje no verbal.

RECOMENDACIONES

Se recomienda, para futuras investigaciones, ampliar la presente investigación y analizar la influencia de estos hallazgos en la decisión de voto de los estudiantes.

MATERIALES DE REFERENCIA

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Agüero, P. M. (2011). *La Comunicación Interpersonal*. Académica Española.
2. Anduiza, E., & Bosch, A. (2004). *Comportamiento Político y Electoral*. Planeta.
3. Barba, J. D. (2011). *El arte de ganar* .
4. Baró, T. (2012). *La Gran Guía del Lenguaje No Verbal*. Paidós.
5. Benoit, W., & Harthcock, A. (1999). Functions of the Great Debates, Acclaims, attacks, and defense in the 1960 presidential debates. *Communication Monographs*, p. 341-357.
6. Buchanan, B. (1995). *Electing a president: the Markle commission Research on campaign*.
7. Cibele, H. (2022). *Cómo leer la mente de las personas*. OEM.
8. Córdova, G. (2022). *Oposición en las redes. Una mirada a los partidos políticos en el contexto de campaña para las elecciones legislativas del año 2017 en el Ecuador* .
9. Crespo, I., Garrido, A., Carletta, I., & Riorda, M. (2011). *Manual de Comunicación Política y Estrategias de Campaña*.
10. Davis, F. (2006). *La comunicación no verbal*.
11. Dorantes, G. (2014). Procesos electorales y democracia: la construcción de una agenda de campaña política. *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales*.
12. Gómez, J., & Simón, F. (2016). La Comunicación. *Salus*, 5-6.
13. Greene, R. (2001). *El arte de la seducción*.
14. Katz, E., & Lazerfield, P. (1995). *Influencia personal: la parte interpretada por las personas en el flujo de comunicación masiva*.
15. King, P.-t. (1997). *The press, candidate's images, and voter perceptions*.
16. Kitzinger. (1995). *Qualitative Research: introducing focus group*. BMJ.
17. Klofstad, A. &. (2012). *Sounds like a winner: voice pitch influences perception of leadership capacity in both men and women*. The Royal Society.

18. Mora, J. L. (2022). Medios de comunicación convencionales y su incidencia en el recinto el chollo del cantón Valencia, año 2022.
19. Norton, M. I., & Goethals, G. R. (Septiembre de 2004). Spin (And Pitch) Doctors: Campaign Strategies in Televised Political Debates. *Political Behavior*.
20. Ovejero, J. L. (2019). *Tú habla que yo te leo*. Aguilar.
21. Pachano, S. (2005). *EL PROCESO ELECTORAL DE ECUADOR*.
22. Peters, T. (2011). *50 claves para hacer de usted una marca*. Barcelona: Deusto.
23. Rey, J. D. (2007). *Comunicación política, Internet y campañas electorales*. Madrid.
24. Sampieri, Fernández, & Baptista. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: McGRW-HILL.
25. Sevilla, C. (2020). *Imagen Política: la estrategia que llegó para quedarse*.
26. Shama, A. (1981). *Marketing Solar Energy Innovations*. Kindle.
27. Sigel, D. (1964). *Effect of partisanship on the perception of political candidates*.
28. Tuman, J. (2008). *Political Communication in American Campaigns*.

ANEXOS

FOTOGRAFÍAS DESARROLLO GRUPO FOCAL:

- Grupo 1





- Grupo 2





GUÍA DE ENTREVISTAS:

IMPRESIONES DEBATE PRESIDENCIAL

IMAGEN POLÍTICA

1. Si tuviera que describir la personalidad de la persona de la imagen con solo verla ¿cómo la describiría?

SONRISA

2. Según la reacción de Jan Topic a la pregunta del candidato Sonnenholzner, ¿qué cree que demuestra su sonrisa?
3. Una vez que escuchó las intervenciones de los candidatos, ¿qué significado considera que tiene la sonrisa de Jan Topic?
4. Según la reacción de Jan Topic a la pregunta del candidato Pérez, ¿qué cree que demuestra su sonrisa?
5. Una vez que escuchó las intervenciones de los candidatos, ¿qué significado considera que tiene la sonrisa de Jan Topic?

EXPRESIÓN FACIAL

6. ¿Qué impresión le producen los gestos del candidato Topic mientras da su respuesta a la pregunta que le hace el candidato Hervas?
7. Una vez que escuchó la intervención del candidato, ¿tiene la misma impresión que mencionó antes, sobre la respuesta del candidato?

CONTACTO VISUAL

8. Según la gesticulación del candidato ¿qué emoción le transmite?
9. Una vez que escuchó la intervención del candidato, ¿considera que le transmite la misma emoción que antes?

