

COLECCIÓN GOBIERNOS LOCALES

LO QUE LAS PALABRAS NO DICEN

La importancia de la comunicación no verbal
en mensajes persuasivos

GABRIEL ADRIÁN CURI



COLECCIÓN GOBIERNOS LOCALES

LO QUE LAS PALABRAS NO DICEN

La importancia de la comunicación
no verbal en mensajes persuasivos

GABRIEL ADRIÁN CURI



Curi, Gabriel Adrián

Lo que las palabras no dicen : la importancia de la comunicación no verbal en mensajes persuasivos / Gabriel Adrián Curi. - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Konrad Adenauer Stiftung, 2025.

84 p. ; 20 x 14 cm.

ISBN 978-631-90897-8-3

1. Políticas Públicas. I. Título.

CDD 320.8

Esta publicación de la Konrad-Adenauer-Stiftung e. V. tiene por objetivo único el de proporcionar información. No podrá ser utilizada para propósitos de publicidad electoral durante campañas electorales.

© Konrad-Adenauer-Stiftung

Suipacha 1175, Piso 3

C1008AAW

Ciudad de Buenos Aires

República Argentina

Tel: (54-11) 4326-2552

www.kas.de/argentina

info.buenosaires@kas.de

ISBN: 978-631-90897-8-3

Prohibida su reproducción total o parcial, incluyendo fotocopia, sin la autorización expresa del autor y los editores.

Índice

Prólogo.....	7
Sobre el autor.....	9
Resumen.....	11
1. La comunicación persuasiva.....	13
El emisor.....	16
El mensaje.....	17
El receptor.....	18
2. Todo comunica.....	21
3. La comunicación no verbal.....	23
4. Kinesia.....	25
Los gestos.....	25
Las expresiones faciales.....	29
La mirada.....	32
La sonrisa.....	33
Los brazos.....	35
El saludo: apretón de manos.....	39
El caminar.....	43
El sentarse.....	46
Los gestos de la mentira.....	49
Los gestos de la honestidad.....	50

5. Paralingüística.....	53
6. Cronémica.....	61
7. Háptica.....	65
8. Apariencia física.....	69
9. Objetos y artefactos.....	75
10. Decálogo de buenas prácticas para la comunicación persuasiva.....	81
Bibliografía.....	83

Prólogo

Los puntos de encuentro entre la KAS (Konrad Adenauer Stiftung) y CIMA (Centro de Investigaciones Municipales Aplicadas) son muchos, en especial aquellos que se dan en el ámbito de la promoción del desarrollo y perfeccionamiento de la gestión municipal. El principal basamento de unión es la convicción de que la subsidiariedad es fundamental en un sistema federal, ya que permite que las decisiones se tomen en el nivel más cercano a los ciudadanos, lo cual promueve una gestión más eficiente y personalizada de los recursos y servicios. En este sentido, la autoadministración municipal fortalece la democracia local, empodera a las comunidades para que gestionen sus propios asuntos y fomenta el desarrollo sostenible y la participación ciudadana. Un enfoque subsidiario en el sistema federal garantiza que los municipios cuenten con la autonomía necesaria para atender las necesidades específicas de su población, y así mejorar la calidad de vida y aumentar la satisfacción de los ciudadanos.

Nuestra alianza comenzó a dar frutos en 2003, a través de una serie de cursos de capacitación que se dictaron en diversos municipios del país.

En todo este tiempo se fueron multiplicando las capacitaciones, las investigaciones y las actividades de asistencia directa realizadas en el ámbito de los gobiernos locales. Desde hace unos años

organizamos las Jornadas de Desarrollo Local, que nos permiten acercarnos a distintas regiones del país para dialogar con funcionarios, concejales y dirigentes sobre las problemáticas comunes a resolver para promover el desarrollo.

Las experiencias e inquietudes que salen a la luz en cada encuentro fueron generando en los equipos de KAS y CIMA la necesidad de sistematizar los saberes específicos de cada área y disciplina para tenerlos a disposición de todos. Entendimos que más allá de la disponibilidad de distinta bibliografía que buscamos facilitar –y facilitamos– en cada instancia de capacitación, era necesario generar y sumar un material accesible y de lectura ágil destinado a todos los protagonistas del quehacer municipal.

Hoy, con la presentación de esta serie de cuadernillos, comenzamos a satisfacer esa necesidad, con la certeza de que estas obras, desde su simplicidad y síntesis, podrán ser inspiradoras e incitadoras para la mejora de las prácticas en el ámbito local. Eso es lo que, en definitiva, nos proponemos con este trabajo: identificar y promover buenas prácticas que sumen al fortalecimiento de los municipios argentinos, y difundir su eficacia en todo el territorio.

Estas publicaciones nos permiten afianzar el compromiso de las dos organizaciones, contribuir al mejoramiento de las acciones y la organización de la administración pública local, fortalecer sus estructuras y facilitarles habilidades y herramientas a sus funcionarios. Los invitamos a sumarse al logro de estas metas a través de su lectura.

ENZO S. PAOLETTA

Presidente del Centro de Investigaciones
Municipales Aplicadas

SUSANNE KÄSS

Representante de la Fundación
Konrad Adenauer en Argentina

Sobre el autor

GABRIEL ADRIÁN CURI es profesor y licenciado en Publicidad por la Universidad del Salvador. Doctorando en Comunicación por la Universidad Católica Argentina. Director del Departamento de Ingreso y Marketing de la Universidad Católica Argentina (UCA). Profesor de la Universidad Católica Argentina (UCA) y del Instituto Privado Cámara Argentina de Comercio (IPCAC). Entre las materias que dicta se destacan Teoría de la Comunicación y Marketing. Fue director de la Licenciatura en Comunicación Publicitaria e Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Católica Argentina.

Colabora con el Centro de Investigaciones Municipales Aplicadas (CIMA) y la Konrad Adenauer Stiftung en las Jornadas de Desarrollo Municipal en distintos municipios del país. Fue reconocido con el Premio Juan Carlos Félix de la Asociación Argentina de Marketing Directo e Interactivo (AMDIA). Se desempeñó como *publicity manager* en United International Pictures (UIP).

Resumen

Desde que nacemos, toda nuestra educación formal está muy focalizada en el aprendizaje de la comunicación verbal: nos enseñan ortografía, gramática, semántica, pero poco se aprende o se habla de la importancia de la comunicación no verbal como un complemento indivisible. No somos conscientes de que esa prolijidad con las palabras muchas veces nos puede llevar a que descuidemos todo un entorno no verbal que puede expresar totalmente lo contrario.

El presente texto explora la complejidad de la comunicación persuasiva. Se destaca la importancia de comprender las dinámicas entre el emisor, el mensaje y el receptor, reconociendo la influencia de los factores cognitivos y emocionales en el proceso persuasivo.

Además, se examina la comunicación y la imposibilidad de no comunicar. Se amplía la perspectiva sobre la transmisión de mensajes resaltando el papel crucial de la comunicación no verbal, incluyendo la kinesia, la paralingüística, la proxémica, la cronémica, la háptica y el contexto de objetos en la efectividad de los mensajes persuasivos.

1.

La comunicación persuasiva

Desde diversas teorías de la comunicación social, la persuasión emerge como un objeto central de estudio. Estas teorías conciben la comunicación no como un simple envío de información, sino como un vínculo complejo entre quien comunica, lo que se comunica y a quién se comunica, con lo cual superan así la idea de una respuesta automática a un estímulo, como planteaba la teoría hipodérmica.

Una cantidad significativa de investigaciones revelaron que los públicos no reaccionan de manera uniforme ante los mensajes. Las diferencias de cada uno de ellos son determinantes en la forma en que se exponen a la información, lo que también se traduce en efectos distintos.

La comunicación persuasiva se produce en contextos donde se busca influir en las actitudes o comportamientos de una audiencia a través de diversas técnicas y estrategias. La persuasión se entiende como el resultado de procesos cognitivos y emocionales, donde las técnicas de persuasión juegan un papel crucial.

La intencionalidad define la comunicación persuasiva. Esto la diferencia de otros procesos comunicativos con otras finalidades. La comunicación persuasiva se caracteriza por la voluntad consciente

de un individuo de alterar la conducta de otro u otros a través de un mensaje específico y se manifiesta en dos escenarios: cuando la fuente dirige un mensaje con una intención de persuasión que es percibida por el destinatario, tal como sucede en la publicidad; y cuando el receptor no advierte dicha intención, ya que el comunicador la mantiene encubierta, como un periodista o docente que sesga sus comentarios con una postura ideológica no declarada. En ocasiones, la primera situación desencadena un efecto de resistencia, actuando de forma contraproducente cuando el receptor reconoce el intento de manipulación por parte del emisor, fenómeno observable en campañas políticas cuya saturación conduce al rechazo.

William McGuire, psicólogo conocido por su trabajo en comunicación persuasiva, propuso un modelo clásico sobre cómo las personas procesan mensajes persuasivos. Este modelo describe seis fases o etapas que una persona debe atravesar para que un mensaje tenga éxito persuasivamente.

Exposición: la audiencia debe estar expuesta al mensaje persuasivo. Este es el primer paso y el más fácil de lograr. Si no ve, escucha o lee el mensaje, la persuasión no puede ocurrir. Por ejemplo: un *spot* electoral transmitido durante un evento deportivo masivo para maximizar la audiencia.

Atención: la audiencia debe prestar atención al mensaje. Lograr que la audiencia note el mensaje requiere creatividad o repetición. En estos casos se aconseja emplear eslóganes cortos y pegadizos, como son: "Sí se puede", "Make America Great Again", que atraen atención inmediata y son fáciles de recordar.

Comprensión: la audiencia debe comprender el contenido y el argumento del mensaje. Si el mensaje no se entiende, no puede

ser persuasivo, lo que implica adaptarlo a las características y necesidades de la audiencia. Además, las emociones juegan un papel crucial. La capacidad de apelar a las emociones del público puede aumentar significativamente la efectividad del mensaje. Las estrategias como el uso de narrativas o historias, así como la construcción de confianza y credibilidad, son fundamentales para lograr una conexión emocional con la audiencia. Aplicando este concepto, es común encontrar un candidato que explica su plan económico usando metáforas familiares como "equilibrar el presupuesto del país como el de una casa".

Aceptación: la audiencia debe aceptar o estar de acuerdo con el mensaje. Esta fase implica un cambio en los conocimientos, opiniones o valores. Es importante señalar que la persuasión no siempre busca alterarlos. En la mayoría de los casos, su propósito es fortalecer los comportamientos y creencias ya existentes, sin necesidad de generar modificaciones. Aquí se recomienda apelar a valores compartidos, como la justicia, la seguridad, el progreso y la identidad nacional, y recurrir a portavoces confiables o con alto capital simbólico (por ej.: líderes de opinión, *influencers*). Un ejemplo es cuando un gobernante argumenta que su política migratoria defiende la seguridad nacional, alineándose con las preocupaciones del votante.

Retención: la audiencia debe recordar el mensaje y la nueva posición adoptada durante un tiempo suficiente para que influya en su comportamiento. Para estos casos, es aconsejable asociar mensajes con imágenes o frases memorables con el uso constante de colores, símbolos o *jingles* en todas las piezas de comunicación.

Acción: la audiencia debe actuar de acuerdo con el mensaje persuasivo, manifestando el cambio de comportamiento deseado. Es

aconsejable seguir comunicando con mensajes que incentiven la movilización mediante emociones de esperanza, miedo, urgencia. Una posible campaña podría decir: “¡No dejes de ir a votar, tu futuro depende de vos!” días antes de las elecciones.

Según McGuire, el éxito de la persuasión depende de que cada una de estas etapas se complete de manera efectiva. El fallo en cualquiera de las etapas puede interrumpir el proceso de persuasión. Su modelo tiene una aplicación directa y muy útil en comunicación política, ya que permite estructurar estrategias persuasivas con base en cómo las personas procesan los mensajes políticos.

El emisor

Por otra parte, el emisor del mensaje debería tener ciertas características que van a favorecer la persuasión. Entre ellas podemos destacar:

Credibilidad: la fuente debe ser confiable y tener autoridad en el tema que aborda. Se ha observado que los individuos que perciben la fuente como honesta tienden a no realizar un escrutinio exhaustivo del mensaje.

Atracción: la fuente debe ser atractiva para el público objetivo, ya sea por su apariencia, su carisma, su similitud con el receptor o el rol social que ocupa. La comunicación fluye con mayor facilidad cuando percibimos puntos en común con los demás. La edad, el sexo, la nacionalidad, entre otras características, son algunas de las variables que establecen esta sensación de identidad compartida.

Simpatía: la fuente debe ser capaz de generar empatía y conexión emocional con el público. Esto puede lograrse a través de la amabilidad, el humor o la comprensión.

Experiencia: la fuente debe demostrar conocimiento y habilidades en el tema acerca del cual está tratando de persuadir. Esto puede incluir ejemplos concretos, datos y testimonios.

Confianza: la fuente debe transmitir seguridad y confianza en su mensaje. Esto puede lograrse a través de un lenguaje claro, firme y coherente.

El mensaje

Otro elemento importante es la estructura del mensaje. Las características del mensaje, como su claridad y la forma en que se presenta la información, son herramientas claves para alcanzar el objetivo de persuasión. Para redactar un mensaje persuasivo efectivo, es importante seguir una estructura clara y organizada. A continuación, se describen los componentes esenciales de esta estructura.

1. Introducción

La introducción debe captar la atención del receptor desde el principio. Se puede comenzar con una frase impactante, una pregunta provocativa o una anécdota relevante. Además, es importante presentar brevemente el tema del mensaje y explicar por qué es importante.

2. Cuerpo

El cuerpo del mensaje es donde se desarrollan los argumentos principales sobre lo que se quiere que el público acepte. Aquí se los debe presentar de manera lógica y ordenada, respaldándolos con evidencia, datos, ejemplos o testimonios. También es útil abordar posibles objeciones o contraargumentos y refutarlos con información sólida.

3. Conclusión

La conclusión debe resumir los puntos principales del mensaje y reforzar la idea central. Además, es crucial incluir una llamada a la acción clara, indicando qué se busca que haga el receptor después de escuchar el mensaje. Puede ser una acción específica, un cambio de actitud o conducta.

4. Cierre

Finalmente, el cierre debe agradecer al receptor por su tiempo y atención. También es útil proporcionar información de contacto, por si tiene preguntas o necesita más información.

El receptor

Por otra parte, se ha demostrado que los atributos de los receptores influyen significativamente tanto en la percepción de los mensajes como en su visualización, razón por la cual se han investigado desde distintos enfoques. Una de las investigaciones sostiene que la visualización de los mensajes se basa principalmente en:

- El interés por obtener información, lo cual explica por qué la simple existencia de, por ejemplo, una campaña política, no garantiza que toda la audiencia se informe de manera uniforme. El éxito de la campaña depende del interés del público en el tema.
- La exposición selectiva, que implica que los receptores tienden a exponerse a la información que coincide con sus propias opiniones y evitan los mensajes con los que no están de acuerdo.
- La memorización selectiva, que significa que recordamos algunos mensajes y olvidamos otros.

- La interpretación selectiva, que revela que los receptores activan mecanismos psicológicos de defensa ante aquellos contenidos que podrían generar tensión, transformando y adaptando el significado del mensaje recibido.

2.

Todo comunica

La escuela de Palo Alto ha sido fundamental en el desarrollo de la teoría de la comunicación, debido a su enfoque en la interacción y la comunicación interpersonal como elementos centrales de las relaciones sociales. Esta corriente de pensamiento se aleja de la visión tradicional que reduce la comunicación a los medios, y propone en su lugar que la comunicación es un proceso dinámico que se constituye a través de la interacción entre los individuos.

La teoría de la comunicación de la escuela de Palo Alto se basa en varios axiomas que son fundamentales para entender la comunicación humana. Uno de los axiomas es que “es imposible no comunicar”. Esto implica que toda conducta, ya sea verbal o no verbal, transmite un mensaje, lo que significa que incluso el silencio o la inacción son formas de comunicación. Este principio es esencial para comprender cómo se producen malentendidos y conflictos en las interacciones humanas. La escuela de Palo Alto enfatizó que la comunicación siempre ocurre dentro de un contexto determinado, y este contexto influye significativamente en el significado y la interpretación de los mensajes.

En su libro *El poder de la imagen pública*, Víctor Gordo presenta trece axiomas de la imagen pública, con respecto a los cuales podemos decir resumidamente que destaca que es inevitable tener una imagen, ya que todo comunica, consciente o inconscientemente; incluso la ausencia de acción genera una percepción. Sostiene que el 83% de las decisiones las tomamos por los ojos, lo que subraya el impacto primario y poderoso de la comunicación visual en la formación de la imagen. Por otra parte, afirma que es más complicado reconstruir una imagen que construirla desde su inicio, ya que una mala imagen requiere mucho más esfuerzo para ser cambiada que crear una positiva desde el principio. Mientras mejor sea la imagen, mayor será la influencia. Una imagen positiva facilita la persuasión y el logro de objetivos. Además, la imagen del líder o la figura principal influye en la percepción de toda la organización. De manera similar, la imagen de la institución permea a todos sus miembros, lo cual hace que los individuos que forman parte de una organización sean percibidos, en parte, a través de la imagen de la institución. Es fundamental comprender que la imagen siempre es relativa, ya que la percepción varía según el público objetivo, el contexto y el momento. Por ello, la construcción de una imagen debe ser un proceso integral. Todos los estímulos deben gestionarse coherentemente. La imagen es dinámica y necesita una constante vigilancia, para acoplarse a los requerimientos actuales de cada una de las personas u organizaciones. No es estática y requiere adaptación y mantenimiento. Finalmente, una buena imagen reporta muchos beneficios, al generar confianza, credibilidad y facilitar el logro de metas. Es crucial destacar que la construcción de una imagen no debe ser equiparada con falsedad, sino que debe basarse en la esencia y autenticidad de la persona o institución.

3.

La comunicación no verbal

En este contexto y dado que una imagen posee un poder comunicativo superior al de múltiples palabras, resulta fundamental aprovechar este recurso para transmitir mensajes más efectivos. Cuando sea posible expresar una idea mediante una imagen impactante, incluyendo el uso expresivo del propio cuerpo, es recomendable hacerlo, ya que el efecto que esta generará en los receptores, así como la intensidad con la que será recordada, superará ampliamente al de una comunicación meramente verbal. Por lo que debemos estudiar la comunicación no verbal, entendida como proceso de enviar y recibir mensajes sin el uso de palabras habladas o escritas. Es decir, toda aquella información que transmitimos y recibimos a través de signos y señales diferentes al lenguaje verbal.

La comunicación no verbal constituye una interacción dinámica entre factores personales y contextuales. Aspectos intrínsecos como la personalidad, el estado emocional, el sistema de valores, las experiencias previas y las creencias individuales influyen significativamente en la manifestación de gestos, posturas corporales y otras señales físicas.

Paralelamente, el entorno en el que se desarrolla la interacción también ejerce una influencia considerable, ya sea por las

características del espacio, los acontecimientos que en él ocurren o la presencia de determinados interlocutores. Estas variables contextuales pueden modificar en diversa medida la forma en que una persona emplea su cuerpo para comunicar. Reconocer y comprender la interacción entre estos factores permite un uso más consciente y eficaz del lenguaje corporal en distintos escenarios comunicativos.

Toda comunicación no verbal exhibe emociones y, como tal, es un componente esencial en diversas interacciones humanas, y su importancia se manifiesta en múltiples contextos, desde el ámbito educativo hasta el organizacional.

La comunicación no verbal desempeña un papel crucial en la comunicación política, ya que complementa y, en ocasiones, refuerza el mensaje verbal de los líderes. En el contexto de las apariciones mediáticas, los políticos utilizan su lenguaje no verbal para transmitir emociones y sentimientos que pueden influir en la percepción del público sobre su mensaje. Esto es especialmente relevante en un entorno donde la persuasión es fundamental para captar la atención de los votantes.

A menudo, la comunicación verbal por sí sola no es suficiente para lograr una comunicación eficaz. En los próximos capítulos describiremos algunos ámbitos de estudio claves propios de la comunicación no verbal.

4.

Kinesia

La kinesia, o kinésica, es el estudio de los movimientos corporales y gestos como forma de comunicación no verbal.

A continuación, vamos a destacar los principales movimientos y su posible interpretación.

Los gestos

Un gesto se define como una acción corporal visible mediante la cual se transmiten mensajes particulares. En la comunicación no verbal, los gestos pueden expresar una amplia gama de emociones y significados, desde la aprobación y la alegría hasta la desaprobación y la tristeza. Podemos clasificarlos de la siguiente forma:



Emblemáticos: a diferencia de otros gestos que pueden ser más ambiguos, los gestos emblemáticos tienen un significado específico, intencionado y bien conocido dentro de una cultura o grupo social

determinado. Por ejemplo, el pulgar hacia arriba significa “ok”, “bien” o “aprobado”, saludar con la mano generalmente significa “hola” o “adiós”, asentir con la cabeza (arriba y abajo) en la mayoría de las culturas occidentales indica “sí” o afirmación.

Ilustrativos: es un movimiento corporal que acompaña y complementa el lenguaje verbal, ayudando a clarificar, enfatizar, ilustrar o visualizar lo que se está diciendo. A diferencia de los gestos emblemáticos, no tienen un significado independiente y su interpretación está directamente ligada al discurso que acompañan. Algunos ejemplos: extender las manos al hablar de algo grande, mover las manos hacia arriba al describir un aumento, señalar en una dirección al dar indicaciones, golpear la palma de una mano contra la otra para enfatizar un punto, fruncir el ceño y mover las manos de forma tensa al describir una situación difícil.



Emotivos: la principal función de los gestos emotivos es comunicar cómo nos sentimos internamente sin necesidad de usar palabras. Pueden complementar o incluso contradecir lo que estamos diciendo verbalmente, por lo cual ofrecen una visión más completa de nuestro estado anímico. A menudo son involuntarios y de interpretación universal. Algunas

situaciones comunes: sonreír ampliamente (expresa alegría, felicidad o agrado), fruncir el ceño y apretar los labios (puede indicar tristeza, frustración o preocupación), abrir mucho los ojos y levantar las cejas (generalmente indica sorpresa o asombro), encogerse de hombros (puede expresar incertidumbre, duda o indiferencia), apretar los puños (a menudo se asocia con ira, frustración o tensión), tocar o acariciar a alguien (puede expresar afecto, consuelo o apoyo).

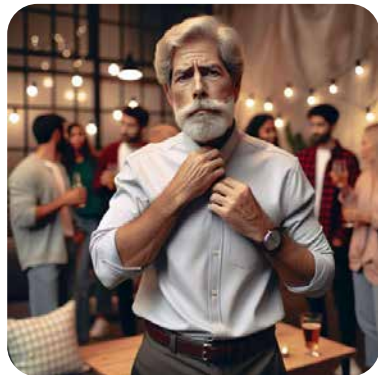


Reguladores de la interacción: es un movimiento corporal que se utiliza para dirigir, mantener o señalar el final de una conversación o interacción social. En otras palabras, indica quién tiene el relevo en la conversación, el inicio y término. Algunos casos de gestos reguladores de la interacción: contacto visual (mantener el contacto visual puede indicar que estás escuchando y animar al otro a

seguir hablando); asentir con la cabeza (indica que estás comprendiendo y animas al hablante a continuar); levantar la mano o hacer un pequeño movimiento (puede solicitar que deseás tomar la palabra); alejarse ligeramente o girar el cuerpo (puede señalar el deseo de finalizar la conversación); hacer un gesto con la mano para indicar que espere (“Un momento, por favor”).

Adaptativos: ayuda a una persona a manejar emociones o situaciones incómodas. Estos gestos suelen ser inconscientes y pueden incluir acciones como tocarse el cabello, rascarse, morderse las uñas o ajustar la ropa. Los gestos adaptativos no tienen un significado

específico como los gestos emblemáticos, pero pueden indicar nerviosismo, ansiedad o estrés. Estos gestos ayudan a la persona a liberar tensión y a sentirse más cómoda en la situación y no tienen un propósito comunicativo directo, aunque pueden ser interpretados por otros. Por ejemplo, alguien que se siente incómodo en una reunión puede ajustar su reloj repetidamente, tocarse el cabello o la cara, ajustar la ropa, jugar con un objeto (como un bolígrafo), cruzar los brazos o mover las piernas repetidamente, mirar el celular, entre otras opciones.



Categoría de gesto	Descripción	Ejemplos
Emblemáticos	Convencional, culturalmente específico, reemplaza palabras	Saludo con la mano, pulgar hacia arriba
Ilustrativos	Acompaña y clarifica el habla, a menudo representa atributos físicos	Usar las manos para mostrar el tamaño de un objeto
Emotivo	Comunicar cómo nos sentimos internamente sin necesidad de usar palabras.	Cerrar el puño en señal de triunfo
Reguladores de la interacción	Controla el flujo y el ritmo de la conversación	Asentir con la cabeza, contacto visual, movimientos de las manos que señalan el turno de palabra
Adaptativos	Indica estados internos, como ansiedad o incomodidad	Acariciarse la barbilla mientras se piensa, golpear el pie cuando se está impaciente, jugar con objetos

Las expresiones faciales

Tradicionalmente, se han identificado seis emociones básicas: asco, ira, tristeza, alegría, sorpresa y miedo, a las que posteriormente se añadió el desprecio.



El asco se caracteriza por una serie de movimientos musculares específicos que reflejan una reacción instintiva de rechazo o repulsión. Típicamente, incluye el arrugamiento de la nariz, con elevación de las aletas nasales y formación de pliegues verticales en el puente nasal, lo que denota un intento de bloquear un estímulo desagradable. Los labios superiores se elevan y pueden curvarse ligeramente hacia abajo, esto a menudo acompañado de una apertura parcial de la boca o una compresión de los labios, especialmente en casos de asco intenso. Las mejillas se elevan, generando arrugas alrededor de los ojos, y las cejas suelen descender y converger, creando un ceño fruncido.

En la ira las cejas se inclinan hacia abajo y se juntan, formando pliegues verticales en el entrecejo, lo que genera un ceño fruncido. Los ojos se entrecierran, con los párpados superiores elevados y los inferiores tensos, dando una mirada penetrante o intimidante. Las fosas nasales se ensanchan para permitir que entre más aire y oxígeno, preparándonos para la acción.



Las fosas nasales se ensanchan para permitir que entre más aire y oxígeno, preparándonos para la acción.

Las fosas nasales se ensanchan para permitir que entre más aire y oxígeno, preparándonos para la acción.



A su vez, en la tristeza las cejas se curvan hacia arriba en el centro, dibujando una especie de "v" al revés. Los labios se alargan horizontalmente y las comisuras apuntan hacia abajo, mientras que el labio inferior puede sobresalir un poco. Los pómulos se elevan, lo que también hace que los ojos se eleven ligeramente. Esta emoción también se puede reflejar en el cuerpo a través de una postura encogida y sin energía, que comunica una sensación de desánimo.



La alegría generalmente se muestra con una sonrisa verdadera (los labios se ven simétricos), donde aparecen pequeñas arrugas alrededor de los ojos y se elevan los pómulos y el labio superior, dejando ver a veces más encías y dientes de lo habitual. En cambio, una sonrisa fingida o exagerada, que no nace de una alegría real, no produce esas mismas arrugas en los ojos, y los pómulos y el labio superior no se levantan tanto, y presentan además cierta tensión. Esta clase de sonrisa tiende a desaparecer bruscamente, en lugar de desvanecerse suave y gradualmente como una sonrisa auténtica.

En la sorpresa real, las cejas se levantan notablemente, la boca y los ojos se abren más de lo normal y el mentón desciende. La intensidad de estos gestos refleja la magnitud del asombro experimentado. Si una persona sostiene el gesto de sorpresa por más

dos segundos, puede ser porque no es verdadera o se trata de un asombro muy grande que necesita tiempo para asimilar, y mientras lo procesa, mantiene la misma cara o postura de sorpresa inicial, o porque la sorpresa es real pero la persona elige mantener la expresión a propósito para mostrarla o exagerarla.



El miedo se manifiesta en nuestro rostro con ojos muy abiertos, principalmente por el levantamiento del párpado superior, lo que a menudo deja ver la parte blanca del ojo, tanto arriba como abajo del iris. La boca también se abre mucho, haciendo que la mandíbula caiga, y los labios se estiran hacia los lados, tensándose y poniéndose rígidos. Las cejas también se elevan, de manera similar a la sorpresa, pero en el miedo esta elevación se concentra más en la parte central.



Y, por último, el desprecio a menudo se indica con una elevación unilateral de la comisura del labio.

Emoción básica	Características faciales clave
Asco	Nariz arrugada, labio superior elevado, cejas bajas, estrechamiento de los ojos.
Ira	Cejas bajas y juntas, labios tensos o apretados, párpados superiores levantados, mirada intensa.
Tristeza	Elevación de las esquinas internas de las cejas, párpados caídos, comisuras de los labios hacia abajo.
Alegría	Sonrisa (elevación de las mejillas y las comisuras de los labios), arrugas alrededor de los ojos (patas de gallo).
Sorpresa	Cejas levantadas, ojos muy abiertos, boca abierta en forma de "O".
Miedo	Boca estirada y abierta, ojos muy abiertos con la parte blanca visible por encima del iris, cejas levantadas y juntas.
Desprecio	Elevación unilateral de la comisura del labio, a menudo acompañada de una ligera tensión en el mentón.

La mirada

La mirada juega un papel fundamental en el establecimiento y mantenimiento del contacto social. El contacto visual mutuo, incluso breve, señala reconocimiento, atención e interés en el otro, y sirve como un preludio esencial para la interacción. Evitar la mirada, por otro lado, puede interpretarse como timidez, desinterés, incomodidad o incluso hostilidad, lo cual dificulta la conexión interpersonal. Un contacto visual directo y apropiado suele asociarse con sinceridad, confianza y credibilidad, mientras que una mirada huidiza puede generar sospecha o percibirse como falta de honestidad.



El contacto visual se utiliza estratégicamente para señalar el deseo de tomar la palabra, mantener el turno o cederlo al interlocutor. Por ejemplo, al final de una frase, un orador puede establecer contacto visual con el oyente para indicar que ha terminado de hablar y espera una respuesta. Asimismo, evitar el contacto visual puede señalar el deseo de no ser interrumpido o de finalizar la conversación. Estas señales vi-

suales son esenciales para una interacción fluida y eficiente, ya que evitan silencios incómodos o interrupciones constantes. A veces, interrumpimos brevemente el contacto visual para ordenar nuestros pensamientos, enfocarnos mejor y encontrar la manera más adecuada de manejar una situación. Esto sucede porque nuestro cerebro está constantemente analizando la información visual. Por eso, cuando necesitamos concentrarnos en algo que no está directamente relacionado con lo que estamos viendo, a menudo cerramos los ojos.

La sonrisa

Una sonrisa verdadera surge de forma instantánea y natural como respuesta a algo que nos produce alegría o felicidad. En ella intervienen muchos músculos faciales: los pómulos se elevan y aparecen arrugas alrededor de los ojos, por lo que se dice que los ojos también sonríen. Incluso si alguien tiene la boca cubierta,

podemos saber que está sonriendo por la expresión de sus ojos. Además, el labio superior también se eleva, y a menudo se ven las encías de quien ríe.



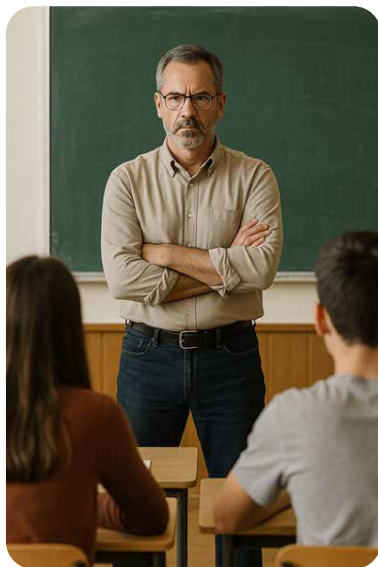
También existen las sonrisas fingidas o sociales, que no nacen de una emoción real. Son las que producimos conscientemente por diversas razones, principalmente para agradar a alguien. También las usamos para mostrar un estado de

ánimo distinto al que sentimos, o para ocultar nuestros verdaderos sentimientos si no queremos que los demás los noten. Podemos recurrir a una sonrisa falsa para contrarrestar una negatividad intensa que estemos experimentando. O simplemente por cortesía, educación o costumbre. También sirven para aliviar la tensión en una situación con otra persona. Además, podemos usar sonrisas frecuentes para proyectar una imagen positiva hacia los demás. Estas sonrisas se caracterizan por hacerlo solamente con la boca. Cuando los mentirosos sonrían, suelen aparecer más pronunciados los lados izquierdos o derechos de la boca. Esta sonrisa que hacemos a propósito y sin que sea natural no llega a expresarse igual ni utiliza los mismos músculos faciales que una risa verdadera. Por mucho que se practique, como hacen muchos políticos o personas famosas, es muy difícil lograr que esta sonrisa parezca tan espontánea como una auténtica. Una sonrisa de este tipo se distingue porque los ojos “no sonrían” como lo hacen en las sonrisas genuinas, los pómulos no se levantan tanto y no se forman tantas arrugas alrededor de los ojos como cuando la sonrisa es real.

Los brazos

Dentro del vasto repertorio de la comunicación no verbal, las posturas de los brazos emergen como un componente crucial, ya que desempeñan un papel esencial en la expresión de estados emocionales, la manifestación de actitudes y la comunicación de intenciones. La notable movilidad y visibilidad de los brazos los convierten en indicadores potentes del estado interno de una persona, capaces de revelar información valiosa sobre sus sentimientos y pensamientos en un momento dado.

Una de las posturas de brazos más reconocidas es la de los brazos cruzados. En las culturas occidentales, esta postura se interpreta comúnmente como una barrera física y psicológica, que indica una actitud defensiva, rechazo o desacuerdo. Esta percepción surge de la idea de que cruzar los brazos crea una defensa contra algo o alguien percibido como desagradable. Sin embargo, la postura de los brazos cruzados abarca varias subcategorías, cada una con



matices de significado específicos. Los brazos cruzados sobre el pecho refuerzan la noción de una barrera, sugiriendo una actitud negativa y una falta de apertura a la interacción. Esta postura puede considerarse fundamentalmente defensiva, ya que el acto de proteger la parte frontal del cuerpo, donde se encuentran órganos

vitales, puede reflejar una necesidad psicológica de protección. Una variación más intensa es el cruce de brazos reforzado, donde los brazos se cruzan con los puños. Esta postura denota hostilidad y una actitud defensiva más pronunciada, incluso presagizando agresión verbal o física si se acompaña de una sonrisa tensa, dientes apretados o enrojecimiento facial. Otra subcategoría es el abrazo de los dos brazos, donde las manos rodean con fuerza los antebrazos. Esta postura sugiere un intento de autoconsuelo y una actitud negativa y reprimida, que se observa a menudo en situaciones de estrés o ansiedad. En contraste, el cruce de brazos con los pulgares hacia arriba comparte la estructura básica de los brazos cruzados, pero introduce un significado de orgullo y control o una intención de transmitir confianza. Además de estas formas explícitas, existen formas camufladas de cruzar los brazos, como sujetar un bolso, ajustar los gemelos o sostener una bebida con ambas manos. Estos gestos sutiles pueden actuar como barreras, indicando nerviosismo o inseguridad sin la apariencia obvia de los brazos completamente cruzados. Es importante reconocer que la postura de los brazos cruzados no siempre conlleva connotaciones negativas; también puede indicar que la persona siente frío o simplemente ha adoptado una posición cómoda. La investigación sugiere que, especialmente entre amigos o colegas, los brazos cruzados pueden no percibirse como un comportamiento de bloqueo e incluso pueden interpretarse como interés o compromiso. Por lo tanto, el contexto que rodea la postura es fundamental para su interpretación precisa.

Otra postura de brazos significativa es la de tener las manos detrás de la espalda. Esta postura se asocia comúnmente con la confianza, la seguridad y la falta de miedo. Al dejar expuestas áreas vulnerables del cuerpo, como el estómago y la garganta, la persona

que adopta esta postura indica una ausencia de amenaza percibida y una sensación de seguridad en sí misma. Esta postura abierta sugiere una voluntad de ser vulnerable, lo que a menudo se correlaciona con la confianza.



Los brazos abiertos, extendidos hacia los lados o ligeramente alejados del cuerpo, transmiten un mensaje de apertura, honestidad, aceptación y confianza, especialmente cuando las palmas también están abiertas. Esta postura crea una sensación de accesibilidad y sinceridad, ya que la ausencia de barreras físicas y las palmas visibles sugieren una actitud acogedora y veraz.

La postura de las manos en las caderas (en jarras), donde las manos se colocan en las caderas, se interpreta como una señal de asertividad, autoridad y, en ocasiones, agresión, dependiendo de la posición del pecho. Esta postura ocupa más espacio físico, lo que a menudo se asocia con el dominio y la proyección de confianza y control o de impotencia.

Juntar las yemas de los dedos, donde las puntas de los dedos se tocan mientras las manos están elevadas, significa confianza, seguridad y, a veces, arrogancia. Este gesto controlado y preciso puede indicar que alguien está seguro de sus pensamientos y opiniones, al proyectar una imagen de seguridad en sí mismo y autoridad.

Apuntar con un dedo y la mano cerrada es un gesto que se interpreta como agresivo y transmisor de sentimientos negativos, a veces significando una sensación de victoria sobre los demás. Este gesto puede percibirse como acusatorio y de confrontación, y sentirse, por lo tanto, como un ataque o un desafío directo.

Esconder las manos en los bolsillos denota apatía, falta de interés o reticencia. Ocultar las manos puede sugerir un deseo de desconectarse o de ocultar algo, indicando incomodidad, nerviosismo o falta de compromiso con la situación.

Finalmente, tocar o sujetar el brazo propio puede indicar falta de confianza en uno mismo, necesidad de consuelo, nerviosismo, estrés o ansiedad. Este comportamiento puede ser un mecanismo de autocalma cuando se experimentan sentimientos de ansiedad o inseguridad.

Postura de brazos	Significado común (contexto occidental)	Otros contextos/significados
Brazos cruzados	Defensa, rechazo, desacuerdo	Sentir frío, comodidad
Brazos cruzados sobre el pecho	Barrera, negatividad	
Cruce de brazos reforzado (puños)	Hostilidad, agresión potencial	
El abrazo de los dos brazos (sujetando brazos)	Autoconsuelo, negatividad, represión	Situaciones de estrés o ansiedad
Cruce de brazos con pulgares hacia arriba	Similar a cruzados pero con orgullo	Confianza, control
Manos detrás de la espalda	Confianza, seguridad, falta de miedo	

Postura de brazos	Significado común (contexto occidental)	Otros contextos/significados
Brazos abiertos	Apertura, honestidad, aceptación, confianza	
Manos en las caderas (en jarras)	Asertividad, autoridad	Agresión (dependiendo de la posición del pecho)
Juntar las yemas de los dedos	Confianza, seguridad, impotencia.	Arrogancia (en ocasiones)
Apuntar con un dedo y mano cerrada	Agresividad, sentimientos negativos	Sentimiento de victoria
Meter o esconder las manos en los bolsillos	Apatía, falta de interés	Reticencia
Tocar o sujetar el brazo propio	Falta de confianza, necesidad de consuelo	Nerviosismo, estrés, ansiedad

El saludo: apretón de manos

El apretón de manos, aunque aparentemente simple, puede variar significativamente en su ejecución, y cada variación transmite mensajes no verbales distintos sobre la personalidad, las intenciones y la dinámica de poder entre los interlocutores. Comprender estas sutilezas es clave para interpretar correctamente la comunicación no verbal en el saludo. A continuación, se detallan algunos tipos comunes.

1. **Firme y vertical:** este es el apretón de manos considerado ideal en muchos contextos profesionales. Se caracteriza por ofrecer la mano con la palma en posición vertical, logrando un buen encaje palma con palma, aplicando una presión moderada y manteniendo contacto visual y una sonrisa. Se interpreta como una señal de confianza,

seguridad en uno mismo, igualdad, respeto, profesionalismo y sinceridad.

2. **Flojo/pez muerto:** se reconoce por una mano lánguida, sin firmeza y con una presión muy débil. Este tipo de apretón suele generar una sensación desagradable e impedir la conexión, lo cual transmite una impresión de inseguridad, falta de interés, pasividad, debilidad o falta de energía y confianza.
3. **Quebrantahuesos/tenazas:** consiste en aplicar una presión excesiva y aplastante. Generalmente se interpreta como un signo de agresividad, un intento de dominación, rudeza o falta de consideración hacia el otro.
4. **Palma hacia abajo:** ocurre cuando una persona ofrece la mano o la gira durante el saludo de manera que su palma quede mirando hacia abajo. Este gesto suele interpretarse como una señal de dominancia, un deseo de controlar la interacción o de establecer superioridad. Es común en personalidades que se perciben como “importantes”.
5. **Palma hacia arriba:** es el opuesto al anterior: la mano se ofrece o se gira de forma que la palma quede mirando hacia arriba. Esto generalmente indica sumisión, pasividad o falta de interés en controlar la situación, al permitir que la otra persona adopte la posición dominante en el saludo.
6. **De dedos/cola de pescado:** En este caso, la persona solo ofrece o agarra los dedos del interlocutor, sin llegar a encajar las palmas. Este saludo suele interpretarse como falta de compromiso, sumisión, pasividad o timidez.

- 7. Guante/reforzado:** se produce cuando la persona que saluda utiliza su mano izquierda para cubrir las manos entrelazadas o para tocar la muñeca, el antebrazo o incluso el hombro del interlocutor durante el apretón. La interpretación de este gesto es muy contextual. Puede indicar sinceridad, calidez y confianza si la relación lo justifica, pero también puede percibirse como condescendencia, intento de control, posesividad o incluso falsedad (a veces asociado con el “saludo de político”). Generalmente, cuanto más arriba se coloque la mano izquierda (hacia el hombro), mayor es la intención de control percibida.
- 8. Exprés:** es un apretón de manos muy breve, donde la mano se retira rápidamente. Suele interpretarse como prisa, falta de interés, nerviosismo o descortesía.
- 9. Pegajoso:** contrario al exprés, este apretón consiste en retener la mano del otro durante más tiempo del considerado apropiado, dificultando la retirada. Puede transmitir un exceso de familiaridad, un intento de control o simplemente generar incomodidad al violar el espacio personal.
- 10. Eléctrico:** implica una sacudida fuerte y rápida del brazo durante el apretón. A menudo se interpreta como un exceso de entusiasmo o nerviosismo, y puede resultar incómodo o parecer agresivo, especialmente si se prolonga demasiado.
- 11. “Ven pa’ acá”:** este tipo de apretón se caracteriza porque la persona tira del brazo del receptor hacia sí misma, acortando la distancia. Se considera un gesto intimidatorio, de control del espacio, dominante y potencialmente agresivo, que puede incluso desequilibrar al receptor.

Siempre es importante considerar el contexto cultural y la relación específica entre las personas al analizar el significado de un apretón de manos.

Tipo de apretón de manos	Descripción	Interpretación común
Firme y vertical	Palma vertical, buen encaje, presión moderada, contacto visual, sonrisa.	Confianza, seguridad, igualdad, respeto, profesionalismo, sinceridad.
Flojo/pez muerto	Mano lánguida, sin firmeza, presión débil.	Inseguridad, falta de interés, pasividad, debilidad, falta de energía o confianza.
Quebrantahuesos/tenazas	Presión excesiva, aplastante.	Agresividad, intento de dominación, rudeza, falta de consideración.
Palma hacia abajo	La mano se ofrece o se gira para que la palma quede mirando hacia abajo.	Dominancia, deseo de control, carácter fuerte, intento de establecer superioridad.
Palma hacia arriba	La mano se ofrece o se gira para que la palma quede hacia arriba.	Sumisión, pasividad, falta de interés en el control.
De dedos/cola de pescado	Solo se ofrecen o se agarran los dedos, sin encajar la palma.	Falta de compromiso, sumisión, pasividad, timidez.
Guante/Reforzado	Se utiliza la mano izquierda para cubrir las manos entrelazadas o tocar la muñeca, antebrazo u hombro del otro.	Puede indicar sinceridad, calidez, confianza (si la relación lo justifica) o bien condescendencia, control, posesividad o falsedad ("político").
Exprés	Muy breve, retirando la mano rápidamente.	Prisa, falta de interés, nerviosismo, descortesía.

Tipo de apretón de manos	Descripción	Interpretación común
Pegajoso	Se retiene la mano del otro más tiempo del apropiado, impidiendo la retirada.	Exceso de familiaridad, control, incomodidad, violación del espacio personal.
Eléctrico	Sacudida fuerte y rápida del brazo.	Exceso de entusiasmo, nerviosismo, puede ser incómodo o parecer agresivo.
“Ven pa’ acá”	Se tira del brazo del receptor para acortar la distancia.	Intimidatorio, control del espacio, dominante, agresivo.

El caminar

El estudio de la comunicación no verbal ha identificado diversos tipos de posturas al caminar, cada una con características distintivas que pueden transmitir diferentes significados.

El caminar natural se caracteriza por un paso relajado, con los brazos balanceándose suavemente y el talón golpeando el suelo primero. En contraste, el caminar enérgico implica un balanceo de brazos más exagerado, zancadas más largas y un ritmo más rápido, lo que a menudo se interpreta como una señal de confianza, determinación o urgencia. La zancada de confianza se distingue por una postura erguida, un balanceo controlado de los brazos y zancadas consistentes, que reflejan seguridad en sí mismo y determinación.

Un paseo pausado se caracteriza por un ritmo más lento, zancadas más cortas y un balanceo relajado de los brazos, lo que puede sugerir relajación, contemplación o incluso cautela. Por otro lado, arrastrar los pies con movimientos lentos y los pies deslizándose cautelosamente a lo largo del suelo a menudo se asocia con timidez, tristeza



o falta de energía. Las zancadas cortas y rápidas pueden indicar cautela, introversión y posible inseguridad. En contraste, las zancadas largas y deliberadas sugieren entusiasmo, determinación y liderazgo, que comunican una sensación de confianza, ambición y una clara dirección.

La posición del cuerpo también es crucial. Caminar con la cabeza gacha a menudo se relaciona con timidez, tristeza o inseguridad, mientras que caminar erguido, con la cabeza alta y los hombros hacia atrás, se percibe como una señal de confianza, autoridad y equilibrio emocional. El caminar con balanceo exagerado, que involucra movimientos pronunciados de la cadera, puede interpretarse como arrogancia, exceso de confianza o incluso agresión.

La forma en que se usan los brazos al caminar también transmite información. Caminar con los brazos cruzados sobre el pecho a menudo indica una actitud defensiva, cerrazón o inseguridad, mientras que caminar con las manos en los bolsillos puede sugerir ocultamiento, nerviosismo o desinterés. Finalmente, caminar con la cabeza ligeramente inclinada hacia un lado a menudo se asocia con interés, escucha activa o sumisión.

Tipo de marcha	Características principales	Posibles significados psicológicos/emocionales
Caminar natural	Relajado, balanceo suave de brazos, talón golpea primero	Neutro, despreocupado
Caminar enérgico	Balanceo exagerado de brazos, zancadas largas, ritmo rápido	Confianza, determinación, urgencia
Zancada de confianza	Postura erguida, balanceo controlado de brazos, zancadas consistentes	Seguridad en sí mismo, determinación
Paseo pausado	Ritmo lento, zancadas cortas, balanceo relajado de brazos	Relajación, contemplación, cautela
Arrastrar los pies	Movimientos lentos, pies deslizándose	Timidez, tristeza, falta de energía
Zancadas cortas y rápidas	Cautela, introversión	Reserva, ansiedad, posible inseguridad
Zancadas largas y deliberadas	Entusiasmo, determinación, liderazgo	Confianza, ambición, clara dirección
Caminar con cabeza gacha	Cabeza hacia abajo	Timidez, tristeza, inseguridad, actitud negativa o retraída
Caminar erguido	Cabeza alta, hombros hacia atrás	Confianza, autoridad, equilibrio emocional, autoestima, control
Balanceo exagerado	Movimientos exagerados de cadera, marcha llamativa	Arrogancia, exceso de confianza, posible agresión
Brazos cruzados	Brazos plegados sobre el pecho	Defensiva, cerrazón, inseguridad, incomodidad, resistencia
Manos en los bolsillos	Manos dentro de los bolsillos	Ocultamiento, nerviosismo, desinterés, posible incomodidad
Cabeza inclinada	Cabeza ligeramente ladeada	Interés, escucha activa, sumisión

El sentarse



Al sentarse se utilizan comúnmente diversas posturas, cada una con un conjunto potencial de significados. Sentarse con las rodillas rectas a menudo indica puntualidad, pensamiento racional y honestidad. Esta postura puede reflejar una autoimagen saludable y una perspectiva positiva de la vida, lo cual denota confianza y pocas inseguridades. En contextos formales, como entrevistas de trabajo, esta postura puede ser apropiada, aunque en ocasiones podría percibirse como

rígida. Sentarse con las rodillas separadas puede interpretarse como egocentrismo y una actitud quejumbrosa. Sin embargo, algunos estudios sugieren que esta postura también podría derivar de ansiedad y baja autoestima, que llevarían a la persona a ocupar más espacio. En entornos formales, esta postura podría verse como dominante o incluso irrespetuosa. Cruzar las piernas al sentarse se asocia frecuentemente con ser un buen conversador, artístico e imaginativo. Esta postura puede indicar comodidad y relajación, pero también podría sugerir una actitud defensiva o cerrada. En entornos formales, a menudo se recomienda evitar cruzar las piernas. Sentarse con los tobillos cruzados puede denotar una personalidad realista, elegante y sofisticada, a menudo con un aire de tranquilidad y confianza. Esta postura también puede sugerir una

naturaleza reservada y calma ante diversas situaciones. Cuando la pierna dibuja un cuatro, donde un tobillo descansa sobre la rodilla opuesta, se asocia con la confianza, la autoridad y una personalidad dominante. Las piernas inclinadas en una dirección pueden revelar una personalidad ambiciosa, orientada a objetivos y misteriosa. Las personas que se sientan así suelen ser perfeccionistas, pacientes y determinadas. Las rodillas juntas y pies apuntando hacia adentro sugieren una naturaleza despreocupada, independiente y espontánea. Las personas que se sientan así suelen ser divertidas y creativas. Sentarse con la espalda inclinada hacia atrás puede mostrar informalidad e indiferencia. Por el contrario, inclinarse ligeramente hacia adelante al sentarse a menudo indica interés y atención.

Postura al sentarse	Posible significado en comunicación no verbal
Rodillas rectas	Puntualidad, racionalidad, honestidad, confianza, reserva
Rodillas separadas	Egocentrismo, ansiedad, baja autoestima, dominancia
Piernas cruzadas	Conversador, artístico, imaginativo, reservado, cómodo, defensivo
Tobillos cruzados	Elegancia, sofisticación, calma, ambición, reserva
Pierna en figura cuatro	Confianza, autoridad, dominio, relajación, juventud
Piernas inclinadas	Determinación, orientación a objetivos, misterio
Rodillas juntas, pies adentro	Despreocupación, independencia, espontaneidad
Inclinarse hacia atrás	Informalidad, indiferencia
Inclinarse hacia adelante	Interés, atención
Piernas entrelazadas	Inseguridad, nerviosismo
Pierna golpeteando	Aburrimiento

Postura al sentarse	Posible significado en comunicación no verbal
Manos tras la cabeza	Confianza, superioridad
Tobillos bloqueados	Aprensión, defensividad, retención de información
Pies juntos	Incomodidad, respeto
Pies separados	Confianza, estabilidad, agresividad
Pies apuntando a alguien	Interés hacia esa persona
Pies retraídos	Reticencia, desinterés
Piernas extendidas	Relajación, informalidad, dominio
Piernas cruzadas en tobillos	Confort, pensamiento profundo
Manos en el regazo	Sumisión, apertura
Manos agarrando rodillas	Inseguridad, autoconsuelo
Manos detrás de la cabeza	Relajación, poder
Manos juntas en el regazo	Ansiedad, expectación
Dedos entrelazados	Nerviosismo, ansiedad
Manos en las caderas	Confianza, confrontación
Brazos cruzados	Defensa, cerrazón, incomodidad, frío
Brazos abiertos	Apertura, amabilidad, confianza
Manos en los bolsillos	Nerviosismo, ocultamiento, informalidad
Manos detrás de la espalda	Contemplación, confort, paciencia, formalidad
Manos tocándose la cara	Engaño, estrés, evaluación
Cabeza inclinada	Interés, escucha activa, curiosidad
Cabeza baja	Timidez, tristeza, sumisión, falta de confianza
Cabeza alta	Confianza, alerta
Contacto visual directo	Confianza, credibilidad, honestidad, interés
Evitar contacto visual	Distracción, incomodidad, ocultamiento, falta de confianza

Los gestos de la mentira

En el contexto de la detección de la mentira, los gestos y comportamientos no verbales pueden proporcionar indicios sobre la veracidad de un discurso, aunque no son pruebas definitivas. Porque así es como debemos interpretar el lenguaje no verbal de alguien cuando sospechamos que miente: como información adicional, con mayor o menor peso, que debemos analizar con precaución hasta que podamos verificar los hechos.

Mentir es un proceso muy complicado que afecta al lenguaje no verbal de muchas maneras. Incluso el impacto en una persona puede variar según la situación, su estado personal o a quién le esté mintiendo. Además, lo que siente alguien al mentir puede confundirse fácilmente con nerviosismo, incomodidad, ansiedad o estrés. Por eso, a veces es muy difícil distinguir si lo que le sucede a alguien en su lenguaje corporal al mentir se debe a la mentira en sí o a lo que le provoca la situación, o a ambas cosas a la vez.



El contacto visual es un indicador relevante aunque culturalmente variable. En muchas culturas occidentales, las personas que mienten tienden a evitar mirar directamente a los ojos, posiblemente por incomodidad o miedo a ser descubiertas, pero, por el contrario, algunos mentirosos pueden mantener un contacto visual prolongado y forzado para aparentar sinceridad, lo que resulta en una mirada rígida o poco natural.

Negar con la cabeza mientras se afirma algo es otro indicador: si alguien dice "sí" pero mueve la cabeza de lado a lado, esto puede ser una señal de contradicción interna.

En este rubro también podemos destacar pequeñas picazones, por lo general en el centro de la cara, principalmente en la nariz. Cambios en el color de la piel del rostro pueden reflejar ansiedad o estrés asociados con el engaño. Clásicos gestos con las manos, como tocarse la nariz, la boca o las mejillas pueden ser movimientos inconscientes para "cubrir" la mentira o aliviar la tensión. Frotarse las manos, entrelazar los dedos o manipular objetos cercanos puede indicar nerviosismo, como así también cruzar los brazos, tocarse el cuello o el cabello son comportamientos que pueden reflejar inseguridad o un intento de autocalmarse. Los labios sellados también es un indicador para que las palabras no salgan.

La postura del cuerpo también ofrece pistas sobre la veracidad: una postura tensa, con los hombros elevados o el torso inclinado hacia atrás, puede indicar incomodidad o intención de protegerse. Retroceder físicamente o girar el cuerpo lejos del interlocutor puede sugerir un deseo inconsciente de distanciarse de la mentira, mientras que los gestos corporales que no acompañan el ritmo o contenido del discurso verbal, como movimientos bruscos o descoordinados, pueden ser indicativos de engaño.

Los gestos de la honestidad

Hay ciertos gestos que tendemos a hacer cuando queremos convencer a alguien, especialmente si creemos que lo que decimos podría sonar falso. Cuando estos gestos son naturales y espontáneos, son totalmente creíbles. Sin embargo, al mentir, a menudo los usamos de forma artificial, para que la otra persona confíe en nuestro engaño.

Entre ellos podemos destacar: mostrar las palmas de las manos, llevarse la mano al corazón, hacer el gesto característico de rezo, levantar las cejas.

Abusar conscientemente de estos gestos puede llevar al efecto contrario al buscado.



5.

Paralingüística

Las definiciones varían considerablemente. Algunas se adhieren a una concepción estricta, limitando la paralingüística a los fenómenos vocales no verbales: las cualidades de la voz, las vocalizaciones no lingüísticas y los silencios que acompañan el habla, que es a lo que nos vamos a referir en este capítulo.

Siguiendo una perspectiva centrada en lo vocal, el sistema paralingüístico puede descomponerse en varias categorías de fenómenos acústicos no léxicos que contribuyen al significado comunicativo.

1. **Cualidades de la voz:** son los atributos inherentes y modificables del sonido vocal que otorgan singularidad a la voz humana y modulan el mensaje verbal.
 - **Tono:** se refiere a la frecuencia fundamental de la voz, percibida como su altura musical (agudo, medio, grave). Las variaciones de tono son fundamentales para marcar la modalidad de la frase (interrogativa, declarativa, exclamativa) y para expresar una amplia gama de emociones y actitudes como duda, certeza, sorpresa, ironía, seriedad o interés. Un tono ascendente al final de una frase suele indicar pregunta o duda, mientras que un tono descendente puede señalar certeza o finalización.

- **Timbre:** es la cualidad distintiva del sonido de una voz, a menudo descrita como su "color" o textura (áspera, suave, nasal, resonante). El timbre está determinado en gran medida por las características físicas de las cuerdas vocales y las cavidades de resonancia del hablante, incluyendo factores como el sexo y la edad. Permite identificar a un individuo por su voz y puede asociarse con ciertas percepciones de personalidad.
- **Volumen:** corresponde a la amplitud de la onda sonora, percibida como la fuerza o el volumen de la voz (alto, bajo, medio). El volumen se utiliza para expresar emociones (la ira o el entusiasmo suelen ir acompañados de un volumen alto, mientras que la tristeza o la intimidad se asocian a un volumen bajo), para indicar la importancia de ciertas partes del mensaje (énfasis), para adaptarse a la distancia con el interlocutor o al ruido ambiental, y para proyectar confianza o sumisión.
- **Ritmo/velocidad:** se refiere a la fluidez del habla y al número de palabras emitidas por unidad de tiempo. Un ritmo rápido puede indicar excitación, ansiedad, urgencia o nerviosismo, mientras que un ritmo lento puede sugerir calma, seriedad, tristeza o el deseo de enfatizar un punto. La fluidez, o la ausencia de vacilaciones y repeticiones excesivas, también se relaciona con percepciones de competencia, seguridad e interés. Se considera que un ritmo de entre 100 y 150 palabras por minuto facilita la comprensión.
- **Entonación:** es la melodía del habla, resultante de las variaciones de tono a lo largo de un enunciado. La

entonación es crucial para distinguir tipos de oraciones (preguntas, afirmaciones), segmentar el discurso, expresar emociones complejas (ironía, sarcasmo) y transmitir actitudes. Frecuentemente, la entonación lleva una carga significativa del mensaje, incluso más importante que las palabras mismas para determinar la intención real del hablante.

2. **Modificadores fónicos y tipos de voz:** son alteraciones específicas en la calidad de la voz producidas por configuraciones particulares de los órganos fonadores y articulatorios, que añaden matices significativos al habla. Incluyen cualidades vocales como voz susurrada, voz tensa, voz relajada, voz resonante, voz áspera, voz nasalizada, etc. Estos modificadores pueden indicar estados emocionales específicos, actitudes interpersonales o incluso pertenencia a ciertos grupos sociales. La calidad vocal general también puede revelar información sobre el estado de salud, el origen sociocultural o la personalidad del hablante.
3. **Indicadores sonoros de reacciones fisiológicas y emocionales:** son sonidos no articulados, a menudo involuntarios, que expresan directamente estados fisiológicos o emocionales. Ejemplos comunes incluyen: la risa (expresión de alegría, nerviosismo, vergüenza), el llanto (tristeza, dolor, frustración), el sollozo, el suspiro (alivio, tristeza, cansancio), el grito (miedo, sorpresa, dolor, enfado), la tos (reacción fisiológica, nerviosismo, señal de interrupción), el carraspeo (aclarar la garganta, ganar tiempo, indicar duda), el bostezo (cansancio, aburrimiento), el ronquido y el resoplido (exasperación). Estos sonidos tienen una función comunicativa primordial en la expresión del estado interno del individuo

y pueden usarse, consciente o inconscientemente, para regular la interacción social.

4. Elementos cuasi-léxicos: son vocalizaciones que, aunque carecen de contenido léxico propio o este es muy limitado, poseen un alto valor funcional en la comunicación. Se utilizan convencionalmente para expresar diversas funciones. Incluyen:

- Interjecciones no léxicas, como “¡Oh!”, “¡Ah!”, “¡Uy!”, que expresan sorpresa, dolor, comprensión, etc.
- Onomatopeyas que imitan sonidos del entorno (“Guau”, “Miau”, “Tic-tac”, “Ding-dong”).
- Emisiones sonoras específicas como chistar (“Shhh”) para pedir silencio, sisear, etc.
- Vocalizaciones funcionales diversas como “Mmm”, “Hmm”, “Uh-huh”, “Ajá”, “Ejem”, “Uf”, “Pua”, “Eh”, que sirven para indicar acuerdo, desacuerdo, duda, escucha activa, vacilación, asco, sorpresa, etc.

5. El silencio y las pausas como elementos comunicativos: la ausencia de sonido juega un papel activo y significativo en la comunicación. Es fundamental distinguir entre pausas y silencios.

- **Pausas:** son interrupciones breves en el flujo del habla, generalmente de duración inferior a un segundo. Pueden ser “vacías” (sin sonido) o “llenas” (con vocalizaciones como “eh”, “mmm”, “pues...”). Las pausas cumplen funciones esenciales, como permitir la respiración, planificar el discurso, segmentar la información en unidades significativas, crear énfasis y regular los turnos de habla.

- **Silencios:** son ausencias de habla más prolongadas, superiores a un segundo. Los silencios no son vacíos comunicativos, sino signos plenos con una rica variedad de funciones. Pueden indicar reflexión, respeto, acuerdo o desacuerdo, tensión, incomodidad, hostilidad, o pueden ser utilizados estratégicamente para crear expectación, dar tiempo a procesar información o ejercer control en la conversación.

Componentes del sistema paralingüístico vocal

Componente	Definición breve	Ejemplos	Funciones principales
Cualidades de la voz	Atributos básicos y modificables del sonido vocal.		Modulación del significado verbal, expresión de emociones y actitudes, identificación del hablante.
* Tono	Altura musical de la voz.	Agudo, grave, medio; ascendente, descendente.	Expresar emoción/ actitud (duda, certeza, sorpresa), marcar modalidad (pregunta/afirmación), regular conversación.
* Timbre	Cualidad distintiva o "color" de la voz.	Voz áspera, suave, nasal, resonante.	Identificación del hablante, percepción de personalidad/estado.

Componente	Definición breve	Ejemplos	Funciones principales
* Intensidad (volumen)	Fuerza o nivel sonoro de la voz.	Alto, bajo, medio.	Expresar emoción (ira, entusiasmo), indicar importancia (énfasis), proyectar confianza/sumisión, adaptarse al entorno.
* Ritmo/ velocidad (<i>rate/tempo</i>)	Fluidez y cantidad de palabras por minuto.	Rápido, lento, fluido, entrecortado.	Indicar estado emocional (ansiedad, calma), urgencia, importancia; regular flujo conversacional; percepción de competencia.
* Entonación	Melodía del habla (variación del tono).	Curva melódica ascendente, descendente, plana.	Marcar modalidad oracional, segmentar discurso, expresar emociones complejas (ironía), transmitir actitud.
Modificadores fónicos	Alteraciones específicas en la calidad vocal.	Voz susurrada, tensa, relajada, áspera (<i>creaky</i>), nasal.	Matizar significado, indicar estado emocional/actitudinal, señalar pertenencia a grupo.
Indicadores sonoros	Sonidos no lingüísticos que expresan reacciones fisiológicas/emocionales.	Risa, llanto, suspiro, grito, tos, carraspeo, bostezo, gemido.	Expresión directa de estado interno (emoción, reacción física), regulación interactiva.

Componente	Definición breve	Ejemplos	Funciones principales
Elementos cuasi-léxicos	Vocalizaciones convencionales con función comunicativa pero sin contenido léxico claro.	Interjecciones (¡Oh!, ¡Ah!), onomatopeyas ("Miau", "Ding-dong"), sonidos funcionales ("Mmm", "Uh-huh", "Shhh", "Uf").	Expresiva (sorpresa, dolor), referencial (imitación), reguladora (asentimiento, duda, escucha activa, llamada de atención).
Pausas y silencios	Ausencia de sonido en el discurso.	Pausas breves (<1s), pausas llenas ("eh..."), silencios prolongados (>1s).	Pausas: respiración, planificación, segmentación, énfasis, regulación de turnos. Silencios: reflexión, respeto, acuerdo/desacuerdo, tensión, control conversacional, creación de expectativa. Interpretación culturalmente variable.

6.

Cronémica

La cronémica es el uso que el ser humano hace del tiempo, particularmente en el contexto de la comunicación. Su ámbito incluye una variedad de fenómenos, tales como la orientación temporal de los individuos y las culturas, la manera en que se comprende y organiza el tiempo, las reacciones ante las presiones temporales, y la conciencia, tanto innata como aprendida, del paso del tiempo, manifestada incluso en actos tan simples como llevar o no un reloj.

En esencia, la cronémica examina cómo el uso del tiempo, desde la puntualidad hasta la duración de las interacciones, afecta profundamente los estilos de vida, las relaciones interpersonales y el ámbito profesional.

Un postulado fundamental de la cronémica es que la percepción, la estructuración y el uso del tiempo no son universales, sino que están profundamente arraigados en el contexto social y cultural del individuo. Las normas sobre la puntualidad, la duración adecuada de los encuentros sociales, el ritmo de vida, la planificación del futuro o la valoración del pasado varían enormemente entre diferentes culturas y subculturas. Esta variabilidad es una fuente potencial significativa de malentendidos y fricciones en la

comunicación intercultural. Mientras que algunas expresiones no verbales pueden tener un grado de universalidad (como ciertas expresiones faciales de emociones básicas), los códigos cronémicos son predominantemente aprendidos y culturalmente específicos. Cuando individuos de diferentes trasfondos culturales interactúan, sus distintas “gramáticas temporales” pueden llevar a interpretaciones erróneas sobre las intenciones, el respeto o el interés del otro, incluso si el lenguaje verbal es comprendido.

La puntualidad es uno de los aspectos más visibles y frecuentemente comentados. Las normas sobre qué significa “llegar a tiempo” y la importancia que se le concede varían drásticamente entre culturas, por lo que son una fuente común de malentendidos y juicios interculturales.

El lugar de trabajo es un escenario donde las normas y prácticas cronémicas tienen un impacto diario en la comunicación, la productividad, la cultura organizacional y las relaciones de poder. La cronémica se manifiesta en múltiples aspectos de la vida laboral:

- **Gestión del tiempo y horarios:** las expectativas sobre la puntualidad en reuniones, el cumplimiento de plazos, los horarios de trabajo y la disponibilidad fuera del horario laboral (p. ej., responder correos electrónicos o mensajes) son fenómenos cronémicos. La tendencia después de la pandemia hacia jornadas laborales más cortas o flexibles y la regulación del contacto fuera de horas reflejan una creciente conciencia sobre el impacto del tiempo laboral en el bienestar.
- **Reuniones:** la duración, frecuencia, puntualidad y estructura de las reuniones son aspectos cronémicos clave. Las

diferencias culturales influyen enormemente en cómo se desarrollan las reuniones (agenda estricta vs. flujo flexible, enfoque en tarea vs. relación).

- **Poder y jerarquía:** la cronémica es un fuerte marcador de estatus en las organizaciones. Los superiores suelen tener mayor control sobre el tiempo: pueden hacer esperar a los subordinados, hablar durante más tiempo y con menos interrupciones, e iniciar y concluir las interacciones. Estas dinámicas temporales refuerzan la estructura jerárquica.

7.

Háptica

Dentro del vasto campo de la comunicación no verbal, la háptica se define formalmente como el estudio del tacto como forma de comunicación.

La disciplina de la háptica analiza tanto la percepción física del contacto como sus efectos e interpretaciones en la interacción social.

La comunicación háptica cumple una variedad de funciones esenciales en la interacción humana cotidiana. Las investigaciones han identificado varias categorías primarias de uso del tacto:

- **Saludo y despedida (función ritual):** el tacto se utiliza frecuentemente para marcar el inicio y el fin de las interacciones sociales. Las formas más comunes incluyen el apretón de manos, abrazos o besos, dependiendo de la cultura y la relación. Estos toques ritualizados ayudan a gestionar las transiciones en la interacción.
- **Consuelo y apoyo (función afectiva positiva):** el tacto es un poderoso medio para ofrecer consuelo, tranquilidad y apoyo emocional a otros, especialmente en momentos de angustia o tristeza. Una palmada en la espalda, un abrazo o simplemente

poner una mano sobre el brazo de alguien puede comunicar cuidado y empatía de manera más efectiva que las palabras solas.

- **Afecto, agrado e intimidad (función afectiva positiva):** el tacto es un canal primordial para expresar afecto, agrado, amor e intimidad física y psicológica. Comportamientos como abrazar, besar, acariciar o tomarse de la mano son manifestaciones comunes de vínculos cercanos.



- **Realización de tareas (función instrumental):** en muchos contextos profesionales o de servicio, el tacto es necesario para cumplir una tarea específica. Se pueden incluir como ejemplo: un examen médico, un corte de pelo, una medición de sastrería o guiar a alguien físicamente. Este tipo de tacto se considera funcional y generalmente menos cargado emocionalmente debido al contexto.
- **Control e influencia (función de dominancia):** el tacto puede ser utilizado para dirigir el comportamiento, la actitud o el estado emocional de otra persona. Esto puede incluir guiar físicamente a alguien, llamar su atención mediante un toque o ejercer influencia. Casi siempre, este tipo de toque es iniciado por la persona que intenta ejercer la influencia o que posee un estatus superior. Esta función de control está intrínsecamente vinculada a las dinámicas de poder y

estatus en las relaciones interpersonales. El uso del tacto para controlar opera a menudo de manera sutil, reforzando jerarquías sociales sin necesidad de reconocimiento verbal explícito. Esto lo convierte en una herramienta potente, aunque frecuentemente invisible, para mantener las diferencias de estatus, como puede ser en el vínculo padre e hijo.

8.

Apariencia física

La apariencia es, con frecuencia, la primera información no verbal que percibimos de los demás, que actúa como una “carta de presentación” visual. Esta primacía perceptiva le otorga un peso significativo en la formación de las primeras impresiones, procesos que ocurren rápidamente y que tienden a ser duraderos.

La apariencia física comunica una cantidad considerable de información sobre un individuo, a menudo antes de que se pronuncie una sola palabra.

A través de la ropa, el estilo de peinado o los accesorios, se transmiten mensajes sobre el origen cultural, la edad aproximada, la posible profesión o estatus socioeconómico, el nivel de pulcritud, los gustos personales, el estilo de vida, el estado de ánimo e incluso los valores o afiliaciones grupales. Esta riqueza informativa convierte la apariencia en un canal comunicativo denso y de gran influencia social.

La ropa que elegimos llevar cada día va mucho más allá de su función práctica de cubrir y proteger el cuerpo. Actúa como una segunda piel cargada de significado, un lenguaje visual que comunica activamente información sobre nosotros mismos y que, a la

vez, influye en nuestros propios estados internos y comportamientos. Los diferentes estilos de vestir actúan como conjuntos coherentes de signos que comunican información sobre la personalidad, los valores, el estilo de vida o la actitud del portador. Por ejemplo, un estilo clásico puede asociarse con personas organizadas y tradicionales; un estilo casual, con individuos relajados y prácticos; un estilo vanguardista, con creatividad e innovación; un estilo deportivo, con un estilo de vida activo; y un estilo bohemio, con un espíritu libre y artístico. La elección entre ropa formal e informal también envía mensajes claros sobre la percepción de la situación y el rol que se desempeña con ella.



Prendas específicas, marcas o incluso la combinación de ellas pueden funcionar como significantes de estatus social, riqueza, profesión, afiliación a un grupo o identidad cultural. Un traje de negocios bien cortado puede indicar profesionalismo y autoridad, mientras que el uso visible de marcas de lujo puede ser una señal de estatus económico. La ropa también es fundamental en la construcción y expresión de la identidad de género.

Estilo	Características clave	Mensajes comunicados
Clásico	Prendas atemporales, cortes limpios, colores neutros, calidad.	Organización, disciplina, enfoque tradicional, profesionalismo, fiabilidad.
Casual	Comodidad, practicidad, tejidos informales (<i>jeans</i> , camisetas), relajado.	Relajación, practicidad, accesibilidad, enfoque en el confort.
Vanguardista	Creativo y cortes inusuales, combinaciones audaces, originalidad, tendencia.	Creatividad, innovación, seguridad en sí mismo, individualidad, audacia.
Deportivo	Ropa funcional para actividad física, comodidad.	Vida activa, energía, dinamismo, enfoque en la salud y confort.
Bohemio	Tejidos fluidos, estampados étnicos/florales, capas, accesorios naturales.	Espíritu libre, artístico, amante de la naturaleza, no convencionalismo.
Formal/ejecutivo	Trajes, camisas formales, corbatas, vestidos estructurados, calidad.	Profesionalismo, seriedad, autoridad, competencia, estatus.
Minimalista	Líneas simples, colores neutros, pocas prendas, calidad sobre cantidad.	Simplicidad, funcionalidad, elegancia discreta, modernidad.
Grunge	Ropa desgastada/ancha, superposiciones, colores oscuros, influencia <i>rock</i> .	No conformismo, rebeldía, actitud despreocupada, afinidad musical.

El color es uno de los elementos más inmediatamente perceptibles de la vestimenta y posee un poderoso lenguaje propio. La psicología del color, aplicada al ámbito de la moda, estudia cómo las diferentes tonalidades influyen en nuestras emociones, percepciones y comportamientos, tanto en quien viste la ropa como en quien la observa.

Cada color evoca asociaciones psicológicas y comunicativas específicas. Por ejemplo:

- **Rojo:** se asocia con la pasión, la energía, el poder, la fuerza, el amor, pero también con el peligro o la agresividad. Puede transmitir confianza y llamar la atención.
- **Azul:** generalmente evoca calma, confianza, estabilidad, serenidad, lealtad y profesionalismo. Es un color frecuente en entornos laborales por su asociación con la fiabilidad.
- **Negro:** transmite elegancia, autoridad, poder, sofisticación y, en algunas culturas, luto o misterio. Es un color clásico en la moda formal y ejecutiva.
- **Blanco:** simboliza pureza, limpieza, inocencia, simplicidad y paz. A menudo se usa en contextos que requieren transmitir higiene o neutralidad.
- **Verde:** asociado con la naturaleza, el equilibrio, la armonía, el crecimiento, la frescura y la salud. Puede transmitir calma y seguridad.
- **Amarillo:** evoca alegría, optimismo, felicidad, energía y creatividad, aunque también puede asociarse con la precaución o los celos.
- **Naranja:** combina la energía del rojo y la alegría del amarillo. Se asocia con entusiasmo, creatividad, calidez y acción.
- **Púrpura/violeta:** históricamente ligado a la realeza, el lujo, el poder y la creatividad. También puede evocar misterio o espiritualidad.
- **Marrón:** color de la tierra, asociado con estabilidad, fiabilidad, naturalidad y confort.

- **Gris:** percibido como neutral, equilibrado, sofisticado y profesional, aunque también puede resultar monótono

El peinado es una herramienta extraordinariamente potente para la autoexpresión y la construcción de la identidad individual. La elección de un corte, color o estilo particular puede ser una declaración deliberada sobre quiénes somos, cómo nos sentimos o cómo queremos ser percibidos. Un cambio significativo en el peinado a menudo acompaña o simboliza transiciones vitales importantes, como el inicio de una nueva etapa, la superación de un evento pasado o simplemente un deseo de renovación y reinención personal.

Los accesorios, aunque a menudo considerados elementos secundarios de la apariencia, funcionan como detalles significativos que pueden refinar, enfatizar o incluso transformar el mensaje global transmitido por la vestimenta y el peinado.

Los accesorios como joyas, relojes, bolsos, anteojos, corbatas, pañuelos, sombreros, cinturones y otros adornos personales actúan como signos cargados de simbolismo. Comunican una amplia gama de información sobre el portador, que incluye:

- **Estatus social y riqueza:** ciertos accesorios, especialmente aquellos hechos de materiales preciosos o de marcas de lujo (como un reloj de alta gama, joyas con diamantes, bolsos de diseñador), son universalmente reconocidos como indicadores de estatus socioeconómico y poder adquisitivo.
- **Gusto personal y estilo:** la elección de accesorios refleja las preferencias estéticas individuales. Piezas minimalistas versus llamativas, diseños clásicos versus modernos, colores sobrios versus vibrantes, todo ello comunica aspectos del gusto y la personalidad.

- **Afiliación profesional o política:** accesorios específicos, como corbatas con ciertos patrones, pines de solapa o insignias, pueden indicar pertenencia a una organización, empresa o grupo político.
- **Estado civil:** anillos de compromiso o de boda son ejemplos claros de accesorios que comunican el estado civil de una persona.
- **Identidad cultural:** en muchas culturas, ciertas joyas o adornos tienen significados específicos y se utilizan en ceremonias o como parte de la vestimenta tradicional para expresar identidad étnica o cultural.
- **Valores y creencias:** amuletos, cruces, estrellas de David u otros símbolos religiosos llevados como joyas expresan creencias espirituales o religiosas. Joyas heredadas pueden simbolizar la importancia de la familia y la tradición.

9.

Objetos y artefactos

A través de la percepción, incluso sin que nos demos cuenta, los múltiples estímulos que nos rodean connotan una representación lógica y unificada de nuestra imagen.

La percepción ambiental se refiere a cómo conocemos el espacio físico que nos rodea mediante nuestros sentidos. Nuestras actitudes hacia el ambiente son los sentimientos positivos o negativos que experimentamos hacia el sujeto de la comunicación.

Es importante entender que estos procesos no funcionan por separado y que aspectos como los colores, la música, la luz, la temperatura, los olores, los muebles y los adornos influyen en cómo se percibe a una persona o una organización. Por lo tanto, la imagen del entorno posee una relevancia enorme, ya que puede reforzar, contradecir o influir en la aceptación que un individuo o una institución generen en su público. Todos esos detalles aparentemente sin importancia pueden marcar la diferencia entre ser aceptado o rechazado.

El color predominante del entorno, por ejemplo, la pintura de la pared de una oficina, actúa como un poderoso lenguaje silencioso, capaz de evocar emociones, transmitir significados y moldear percepciones. El color es un lenguaje visual directo y potente que

influye profundamente en nuestras emociones y la atmósfera de los espacios físicos. Cada tono tiene la capacidad de evocar sensaciones específicas y alterar nuestra percepción del entorno. Un azul suave puede infundir calma y serenidad en un dormitorio, mientras que un rojo vibrante puede inyectar energía y pasión en un espacio de encuentro. Los tonos cálidos como el amarillo y el naranja suelen asociarse con la alegría y la vitalidad, ideales para áreas sociales. Por otro lado, los verdes y los tonos tierra pueden generar una sensación de conexión con la naturaleza y promover la relajación. La intensidad y la saturación del color también juegan un papel crucial. Tonos pálidos y suaves pueden crear una sensación de amplitud y luminosidad, mientras que colores oscuros y profundos pueden generar intimidad y sofisticación. La combinación de colores y su distribución en un espacio definen su carácter y la experiencia emocional que evoca.



La música tiene la facultad de transformar radicalmente la atmósfera de un espacio físico y las sensaciones que experimentamos en él. Sus notas y ritmos actúan como un invisible pero poderoso arquitecto sensorial. Una melodía envolvente puede convertir un espacio ordinario en un santuario de tranquilidad, mientras que un ritmo pulsante puede inyectar energía y dinamismo en un ambiente. La elección del género musical, el tempo y la instrumentación influyen directamente en

nuestras emociones y percepciones del lugar. Una pieza clásica suave puede evocar sofisticación y calma en un restaurante, mientras que un ritmo electrónico vibrante puede potenciar la sensación de euforia en un club. La música también puede alterar nuestra percepción del tiempo y del espacio. Una melodía lenta puede hacer que un momento se sienta más pausado y reflexivo, mientras que una pieza rápida puede acelerar la sensación de movimiento y actividad.

La iluminación es un lenguaje silencioso pero poderoso que define la atmósfera y las sensaciones que experimentamos en cualquier espacio físico. Va mucho más allá de la mera funcionalidad de permitirnos ver; esculpe la percepción y evoca emociones de manera sutil pero profunda. Una luz cálida y tenue puede transformar un salón en un refugio acogedor e íntimo, invitando a la relajación y la conversación pausada. En contraste, una iluminación brillante y directa puede infundir energía y dinamismo a un espacio de trabajo o un área comercial, para estimular la actividad y la atención. El juego de luces y sombras añade profundidad y dramatismo, resaltando texturas y creando puntos focales que guían nuestra mirada y definen la personalidad del lugar. La temperatura del color de la luz también juega un papel crucial. Tonos fríos pueden generar una sensación de modernidad y claridad, mientras que tonos cálidos irradian confort y familiaridad.

Los muebles son elementos que definen la funcionalidad y, crucialmente, la atmósfera sensorial de un ambiente. Su diseño, materialidad, disposición y escala contribuyen significativamente a las sensaciones que experimentamos en un espacio físico. Muebles de líneas simples y colores neutros pueden evocar una sensación de minimalismo y serenidad, y promover la calma y el orden. En contraste, piezas de diseño audaz y colores vibrantes pueden inyectar energía y personalidad a un espacio, y estimular así la creatividad

y la conversación. La elección de materiales también es clave: la calidez de la madera puede generar una sensación de confort y conexión con la naturaleza, mientras que el metal y el vidrio pueden aportar un toque de modernidad y sofisticación. La disposición de los muebles influye en el flujo del espacio y en cómo interactuamos en él, afecta nuestra sensación de apertura o intimidad. Muebles cómodos y bien ubicados invitan a la relajación y la convivencia.

Los olores, a través de su presencia o ausencia, su cualidad e intensidad, comunican silenciosamente características, intenciones y expectativas asociadas a un espacio determinado. Esta forma de comunicación no verbal opera a menudo a nivel subconsciente, influyendo en las percepciones, las emociones y los comportamientos de los individuos dentro de ese entorno. En primer lugar, los olores actúan como indicadores contextuales. Un aroma específico puede señalar la función de un espacio (por ejemplo, el olor a café en una cafetería), su nivel de higiene (la ausencia de olores desagradables en un hospital) o incluso su historia y carácter (el olor a madera antigua en una biblioteca). Estos “olores de fondo” establecen un marco de referencia que influye en cómo los individuos interpretan y responden al ambiente. En segundo lugar, los olores pueden transmitir mensajes emocionales y sociales. Ciertos aromas se asocian culturalmente con experiencias positivas (como el olor a pan recién horneado, que evoca hogar y confort) o negativas (como el olor a humedad, que puede generar sensación de abandono). La manipulación olfativa en espacios comerciales, por ejemplo, busca generar estados de ánimo específicos que influyan en el comportamiento del consumidor. Además, la ausencia de olor también comunica. Un ambiente inodoro puede interpretarse como neutro, limpio o incluso artificial, dependiendo del contexto. En ciertos entornos donde se espera un aroma característico (como una florería), la falta

de olor podría generar una sensación de desilusión o incluso sospecha sobre la autenticidad del ambiente.

Los adornos, aunque a menudo considerados detalles secundarios, juegan un papel crucial en la creación de la atmósfera y las sensaciones de un ambiente. Son la pincelada final que personaliza un espacio y evoca emociones particulares. Unos pocos objetos cuidadosamente seleccionados, como obras de arte, fotografías o elementos naturales, pueden infundir calidez, reflejar la personalidad de sus habitantes y generar puntos de interés visual. Pequeños detalles como velas aromáticas o difusores pueden estimular el olfato y evocar sensaciones de relajación o energía. Por ejemplo, una cruz nos identifica con una religión y recuerdos de lugares turísticos dicen dónde estuvimos. Un cuadro de un político o deportista indica a quiénes admiramos. Además, la disposición de los adornos también es significativa. Un conjunto ordenado puede transmitir calma y equilibrio, mientras que una colección ecléctica puede reflejar creatividad y dinamismo.

10.

Decálogo de buenas prácticas para la comunicación persuasiva

1. La comunicación persuasiva implica la intencionalidad y requiere de exposición, atención, comprensión, aceptación, retención y acción para que un mensaje sea persuasivo.
2. El emisor debe tener credibilidad, atracción, simpatía, experiencia y confianza como factores que favorecen la persuasión.
3. El receptor debe mostrar interés, exposición selectiva, memorización e interpretación en la percepción de los mensajes.
4. La comunicación verbal debe ser coherente con lo que la comunicación no verbal muestra.
5. Es imposible no comunicar, toda conducta transmite un mensaje.
6. Una imagen positiva facilita la persuasión y el logro de objetivos.

7. La imagen del líder influye en la percepción de toda la organización.
8. La imagen de la institución afecta a todos sus miembros.
9. La comunicación no verbal está constituida por los movimientos corporales y gestos, los elementos vocales no verbales, el uso del tiempo, el tacto como forma de comunicación, la apariencia física y los objetos y artefactos que nos rodean, y debe ser coherente con el mensaje verbal.
10. La construcción de una imagen no debe ser equiparada con falsedad, sino que debe basarse en la esencia y autenticidad de la persona o institución.

Bibliografía

Defleur M., Kearney, P., Plax, T., Defleur M. (2005). *Fundamentos de la comunicación humana*. Mc Graw Hill / Interamericana de México.

Gordoa, V. (2022). *El poder de la imagen pública: plan maestro para inspirar confianza y ganar credibilidad*. Debolsillo.

Knapp, M. L. (1995). *La comunicación no verbal: el cuerpo y el entorno*. Paidós.

López Pérez, R. M., Gordillo León, F., Grau Olivares, M. (2016). *Comportamiento no verbal: más allá de la comunicación y el lenguaje*. Ediciones Pirámide.

Pease, A., Pease, B. (2010). *El lenguaje del cuerpo: cómo interpretar a los demás a través de sus gestos*. Amat Editorial.

Pont, T. (2010). *La comunicación no verbal*. Editorial UOC.

Reche, J. (2023). *Convince sin abrir la boca: claves del lenguaje no verbal para persuadir a cualquier audiencia*. Conecta.

Wolf, M. (2004). *La investigación de la comunicación de masas*. Paidós.



Somos una fundación política alemana, independiente y sin fines de lucro, comprometida con los principios del humanismo cristiano. Estamos al servicio del bien común y con nuestro trabajo contribuimos a garantizar y extender la paz, la libertad y el bienestar. Por ello, la cooperación internacional es, históricamente, uno de los campos prioritarios de nuestro trabajo. Promovemos el entendimiento internacional, la cooperación para el desarrollo y apoyamos la unificación europea. Llevamos adelante acciones para mantener la paz y la libertad en el mundo, colaboramos en el fortalecimiento de la democracia, la lucha contra la pobreza y estamos fuertemente comprometidos con la conservación del medioambiente. Tenemos un fuerte compromiso con la consolidación de las instituciones democráticas.



El Centro de Investigaciones Municipales Aplicadas -CIMA- es una organización creada en el año 2003 con el fin de contribuir a la elevación de la capacidad de gestión de los gobiernos municipales.

Los servicios brindados por CIMA contribuyen a que los municipios cuenten con una administración más efectiva y transparente, y posean herramientas que les permitan realizar una gestión eficiente y ordenada. Para el cumplimiento de estos propósitos, el CIMA está conformado por un equipo de profesionales multidisciplinario, con experiencia en la gestión local, provincial y nacional, la investigación, el dictado de cursos de capacitación, y la asistencia directa a gobiernos municipales de diversas regiones del país.

