ASENOVE

MARZO 2025

COMUNICACIÓN NO VERBAL

NÚM. 02

REVISTA DE DIVULGACIÓN CIENTÍFICA DE LA COMUNICACIÓN NO VERBAL

ARTÍCULOS | CONSEJOS PRÁCTICOS | ENTREVISTAS

ASENOVE
Asociación Española de Comunicación No Verbal

ASENOVE

Edición, revisión y dirección de contenidos

DRA. SONIA EL HAKIM

Diseño y Maquetación

ALEJANDRO SÁNCHEZ

Imágenes decorativas y no referenciadas

CANVA

www.asenove.es

info@asenove.es

SALUDO DE LA PRESIDENTA

Querido lector, querida lectora,

Te doy la bienvenida a nuestro segundo número de la Revista ASENOVE. Hojeando nuestras páginas encontrarás artículos muy entretenidos y variados en los que se realizan diferentes aproximaciones a la disciplina que nos apasiona y nos une: la comunicación no verbal. Desde nuestros inicios a finales de 2019, nos hemos orientado claramente hacia un objetivo: promover y divulgar el conocimiento científico de la comunicación no verbal. Para ello, hemos dado voz, a través de entrevistas y webinars en directo, a investigadores relevantes en nuestro campo como Susan Fiske, Aldert Vrij, Norah Dunbar o David Matsumoto. De hecho, en el mes en que publicamos este segundo número, marzo de 2025, vamos a hacer realidad un sueño: tenemos nuestro primer Congreso Internacional presencial, en Valencia, y, además a beneficio de los afectados por la DANA.

A lo largo de esta revista, hemos recopilado interesantes artículos redactados por algunos de nuestros socios expertos. Pero no pienses que hay que ser experto para poder ser parte de nuestra Asociación. En ASENOVE cabemos todos: toda aquella persona que tenga interés en aproximarse a nuestro mundo puede ser socia de ASENOVE. Ya somos más de 400 socios y socias, tanto de España como de otros países, lo que nos convierte en la **asociación de comunicación no verbal más grande del mundo**.

Así que, con este dato, sólo puedo decirte: GRACIAS por estar ahí, por ser parte de nosotros, por leernos y por seguirnos.

Disfruta de este nuevo número de la revista ASENOVE.

Sonia El Hakim

PRESIDENTA DE ASENOVE

Empatizamos, conectamos, sentimos, amamos y nos afiliamos a través de la comunicación no verbal. Potenciarla implica mejorar nuestras relaciones personales, sociales y profesionales.

CONTENIDO

¿UN MONO? ¿POR QUÉ UN MONO? 05

ENTREVISTA A JOE NAVARRO 07

GESTIONAR CONFLICTOS: COMUNICACIÓN NO VERBAL E INTELIGENCIA EMOCIONAL PARA FIDELIZAR 13

PSICOPATÍA Y COMUNICACIÓN NO VERBAL 19

LA IMPORTANCIA DE LA PRIMERA IMPRESIÓN 21

LA APARIENCIA, PILAR ESENCIAL EN EL ÉXITO DEL K-POP 24

ENTREVISTA A XIMO ROVIRA 29

EL TACTO EN LA ESCUELA: EL DILEMA DE LOS DOCENTES 31

¿SE FIJAN LOS CRIMINALES EN LA COMUNICACIÓN NO VERBAL DE SUS VÍCTIMAS? 35

LA COMUNICACIÓN NO VERBAL, HERRAMIENTA CLAVE PARA LIDERAR EQUIPOS 39

ENTREVISTA A VALERY NARANJO 41

LA SINERGIA HUMANO-IA EN LAS ENTREVISTAS DE TRABAJO 43

UNA EXPRESIÓN ETERNA: IMPORTANCIA DEL CONTEXTO EN NUESTROS ANÁLISIS 49

¿UN MONO?

¿POR QUÉ UN MONO?

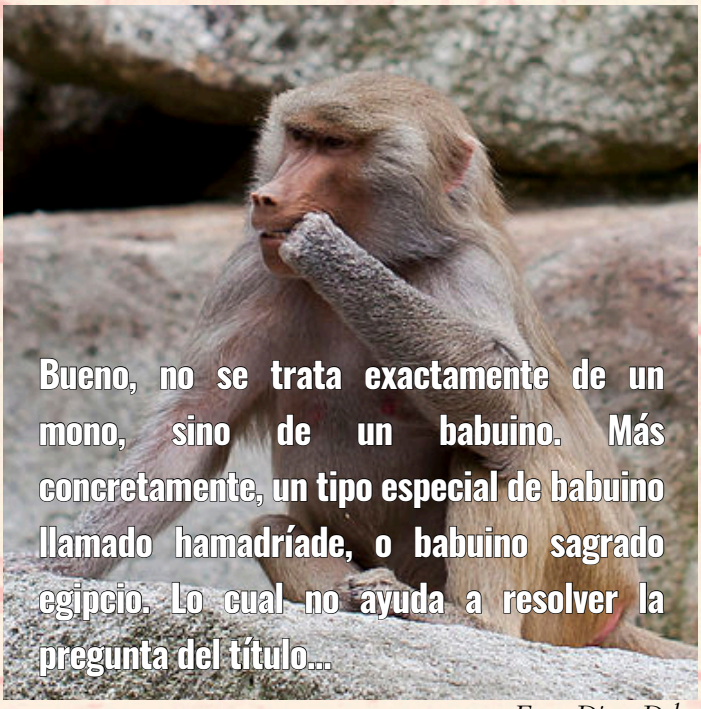


Foto: Diego Delso

El babuino de nuestro logotipo representa al dios Dhwtj (Dyehuty) de la mitología egipcia, llamado Thoth por los griegos. Parece ser que en egipcio antiguo la palabra "dhw" fue la que primero representó al ibis (posteriormente los antiguos egipcios usaron para el ibis la palabra "hbj", no me preguntéis cómo se pronuncia...), y el nombre del dios significaba "el que se asemeja al ibis". Y es que el dios Thoth es el que habréis visto en muchísimas ocasiones con cuerpo de persona y cabeza de ibis. ¿Ya está más claro por qué hemos elegido un babuino?

Pues porque los egipcios no hacían una representación unívoca de sus dioses, pudiendo encontrar a cada uno de ellos de las formas más variopintas, tanto simbólicas como metáforicas de algunas de sus características. Por ejemplo, a Thoth lo podemos encontrar como ibis, como humano con cabeza de ibis, o bien como humano portando las coronas de otros dioses como Osiris, Shu o Atef... o bien como un... ¡babuino!, para representar su capacidad de equilibrio.

Foto: Rama

Y es que a Thoth se le consideraba el escriba de los dioses, el inventor de la escritura y de los jeroglíficos egipcios, el que medía las almas en el inframundo (comparando el peso del corazón del difunto con el de una pluma), y dueño de las leyes físicas y morales. Creador de la ciencia, la religión, la filosofía y la magia y, en definitiva, autor único de cada rama del conocimiento, humano y divino.

Así que aquí lo traemos, como reconocimiento a su duro trabajo, y por haber sido, cuenta la leyenda, el que dio a los humanos la capacidad de... ¡la comunicación!

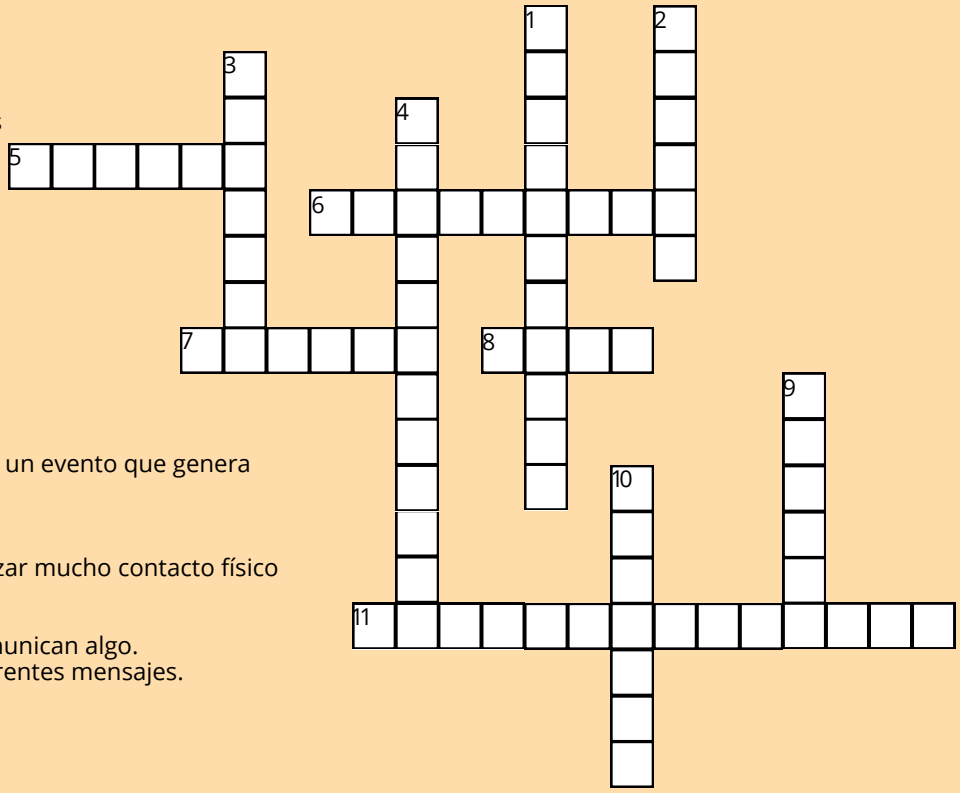
Foto: Jan Borgstede

Autor: ALEJANDRO SÁNCHEZ

Crucigrama

Por XIÁN DE LEÓN

Horizontales:
5. Apellido del autor del libro "La expresión de las emociones en el hombre y los animales" de 1872.
6. En 1965, Argyle y Dean definieron una hipótesis según la cual la gente toma medidas para restablecer su espacio cuando éste ha sido invadido. La llamaron "Hipótesis del equilibrio de la ...".
7. Gestos o palabras utilizados para la dar la bienvenida a alguien.
8. Apellido del investigador que acuñó el término de "proxémica".
11. Mantener la mirada con otra persona (dos palabras).



Verticales:
1.Tipo de lágrimas que se produce en respuesta a un evento que genera emoción.
2. Acción de dirigir la vista hacia algo o alguien.
3. Expresión facial que muestra alegría o felicidad
4. España es un país donde se acostumbra a realizar mucho contacto físico interpersonal fuera del hogar. Por tanto, es una cultura de ... (dos palabras).
9. Movimientos de las manos o el cuerpo que comunican algo.
10. Posición del cuerpo que puede transmitir diferentes mensajes.

Solución al final de la revista

¿ERES EXPERTO/A EN COMUNICACIÓN NO VERBAL? TE BUSCAMOS

DISFRUTARÁS DE:

- Acceso gratuito a todos los webinars de ASENOVE (excepto los que tengan carácter solidario)
- Formaciones exclusivas
- Promoción en medios de comunicación
- Oportunidades laborales
- Inclusión en las listas de peritaje judicial
- Promoción en redes sociales y web de ASENOVE
- Carnet, certificado y sello de socio experto

QUÉ TE PEDIMOS:

- Sólo pueden pertenecer al grupo de socios expertos aquellos profesionales que demuestren al menos 1.500 horas de formación universitaria en comunicación no verbal con perspectiva científica (evaluación de solicitudes por parte del Comité de Admisiones)
- En 2025, la cuota es de 100 € anuales.

Ponte en contacto con nosotros a través del correo electrónico: **info@asenove.es**

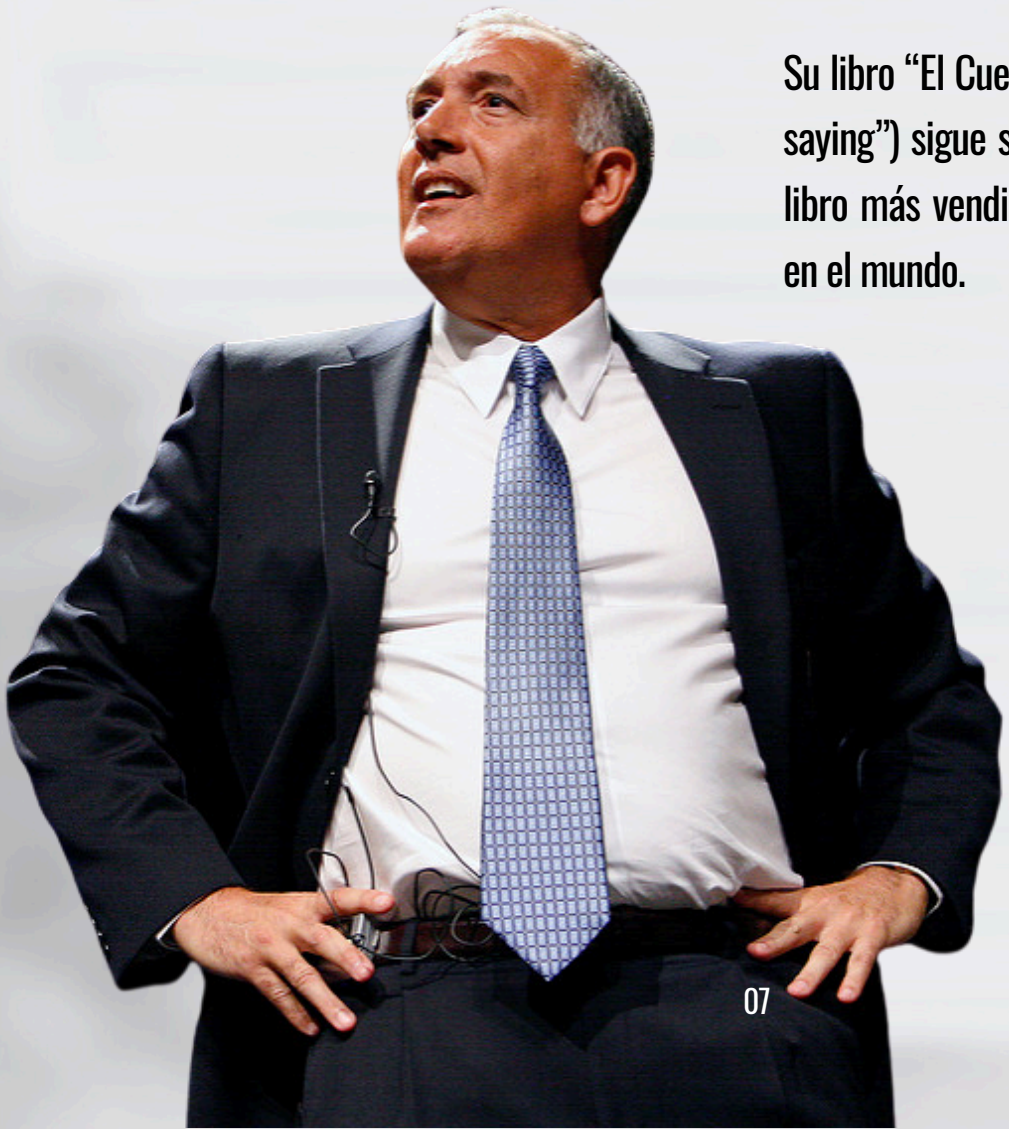
ENTREVISTA A
JOE NAVARRO

"El cuerpo es una valla publicitaria que transmite constantemente lo que ocurre en la mente"

Durante cinco décadas, Joe Navarro ha estado estudiando y aplicando el arte y la ciencia de la comunicación no verbal, en gran parte llevando a cabo miles de entrevistas mientras servía en el FBI como Agente Especial especializado en contrainteligencia y evaluación del comportamiento. Desde su retiro, ha escrito 14 libros en 29 idiomas sobre el comportamiento humano y la comunicación no verbal.

Su libro "El Cuerpo Habla" ("What every BODY is saying") sigue siendo, después de una década, el libro más vendido sobre comunicación no verbal en el mundo.

POR **LORENA BAJO**



Lorena Bajo: Me encanta su metáfora: "el cuerpo humano es como una especie de valla publicitaria que anuncia lo que una persona piensa". ¿Cómo creamos una situación ideal para lograr una reacción autentica en la persona que tenemos delante?

Joe Navarro: Gracias por la pregunta. Creo que es una metáfora poderosa y cierta, una que a menudo pasamos por alto. El cuerpo humano actúa como una valla publicitaria, transmitiendo constantemente lo que ocurre en la mente.

Si priorizas despertarte cada mañana y correr 8 km, tu cuerpo reflejará esa disciplina. Del mismo modo, si eres un bailarín de ballet que dedica cuatro o cinco horas a los ensayos para la noche del estreno, tu cuerpo encarnará ese compromiso. Por el contrario, si tu alimentación carece de una nutrición adecuada, tu cuerpo también lo revelará.

Nuestros cuerpos también reflejan nuestras ocupaciones. Si tu trabajo te mantiene al aire libre todo el día con el tiempo tu piel mostrará los efectos. Si experimentas estrés crónico, será evidente en tu rostro. En esencia, nuestros cuerpos siempre están comunicando, revelando al mundo nuestras experiencias, emociones y estados de ánimo.

En cuanto a crear un entorno ideal para provocar reacciones auténticas en los demás, el primer paso es reconocer que nuestro propio lenguaje corporal y nuestras señales no verbales influyen en quienes nos rodean. Por ejemplo, la proximidad con la que nos situamos respecto a alguien puede hacer que se sienta cómodo o incómodo, dependiendo del contexto y de nuestra relación con esa persona. Estar directamente frente a alguien que no conocemos bien puede resultar intimidante, mientras que inclinar ligeramente nuestro cuerpo puede ayudar a que se sienta más a gusto. Nuestro objetivo debe ser fomentar reacciones genuinas evitando conductas que puedan generar angustia psicológica.

Me sorprende la cantidad de personas (especialmente aquéllas que estudian el lenguaje corporal) que se centran sólo en analizar a los demás sin considerar su propio impacto. Las normas culturales, el género y la edad influyen en cómo se perciben nuestras señales no verbales. Algo tan simple como el contacto visual puede tener consecuencias no deseadas. Por ejemplo, si un hombre desvía involuntariamente la mirada hacia zonas más íntimas del cuerpo de una mujer, esto puede generar incomodidad e interferir en una interacción honesta.

En tales casos, el sistema límbico (la parte del cerebro responsable de los instintos de supervivencia) desviará la atención de la persona hacia la autopreservación en lugar de la comunicación abierta.

Otros factores también entran en juego. Las investigaciones muestran que las personas bajo un estrés significativo emiten señales bioquímicas que pueden ser detectadas por quienes las rodean. Esto significa que cuando una persona estresada entra en una habitación, su sola presencia puede elevar los niveles de cortisol en los demás, haciéndolos sentir más tensos e incómodos. Para fomentar interacciones genuinas, debemos ser conscientes de cómo influimos en el entorno.

El enfoque ideal es minimizar el malestar psicológico y crear una atmósfera de tranquilidad. Cuando las personas están en un estado parasimpático (calmadas y relajadas) es más probable que se expresen con autenticidad. Podemos contribuir a esto manteniendo una distancia física adecuada, utilizando un contacto visual suave, hablando en un tono más bajo y eligiendo un entorno cómodo. Incluso elementos sutiles como música relajante o colores tranquilos, como el azul, pueden ayudar a generar un ambiente más sereno. Por supuesto, lograr este ideal no siempre es posible.

Durante mi tiempo en el FBI, las personas que eran interrogadas a menudo estaban ansiosas, incluso si no habían hecho nada malo. Los primeros 40 minutos de una entrevista solían dedicarse a tranquilizarlas, evitando temas angustiosos y estableciendo una conexión, para poder observar un comportamiento más natural y auténtico.

En última instancia, nuestros cuerpos y comportamientos moldean las interacciones que tenemos con los demás. Cuanto más comprendamos y controlemos nuestras propias señales no verbales, más podremos crear un entorno en el que las personas se sientan cómodas siendo ellas mismas.

L.B.: ¿En qué caso se siente más orgulloso de su aportación en la divulgación de la aplicación de la comunicación no verbal?

J.N.: Gracias por esa pregunta, creo que nunca me la habían hecho antes. Diría que la contribución de la que me siento más orgulloso es haber impulsado el campo de la comunicación no verbal dentro del FBI. En 1984, me convertí en el primer experto reconocido en comunicación no verbal dentro de la agencia, y al unirme al Programa de Análisis del Comportamiento de la División de Seguridad Nacional, pude demostrar de manera constante cómo el comportamiento no verbal desempeña un papel crucial en las investigaciones, tanto en casos criminales como en esfuerzos de contrainteligencia relacionados con espías y terroristas. Fue increíblemente gratificante compartir este conocimiento con 12.500 agentes del FBI, así como con la comunidad de inteligencia y las fuerzas del orden locales. Se beneficiaron no sólo de la investigación científica, sino también de los conocimientos proporcionados por antropólogos, y de mis propias observaciones forenses recopiladas a lo largo de décadas.

El segundo ámbito del que me siento muy orgulloso es haber hecho que el lenguaje corporal sea accesible para el público. Cuando comencé a escribir sobre comunicación no verbal, descubrí una audiencia altamente comprometida, ansiosa por comprender sus complejidades de una manera práctica. El modelo que introduje en mi libro "El Cuerpo Habla" ayudó a las personas a reconocer que la comunicación humana está impulsada, en su nivel más básico, por manifestaciones de comodidad e incomodidad.

Este marco, simple pero poderoso, hizo que el lenguaje corporal fuera más intuitivo y alentó a las personas a notar señales de comportamiento que antes pasaban por alto.

Me sorprendió particularmente que ciertos comportamientos clave no hubieran sido ampliamente estudiados, como la fiabilidad de los movimientos de los pies para revelar emociones verdaderas o la importancia de cubrir la escotadura supraesternal cuando se experimenta ansiedad, incertidumbre o miedo. Mis contribuciones, incluida la catalogación de aproximadamente 400 comportamientos en el "Diccionario de Lenguaje No Verbal", son aspectos de mi trabajo de los que me siento profundamente orgulloso.

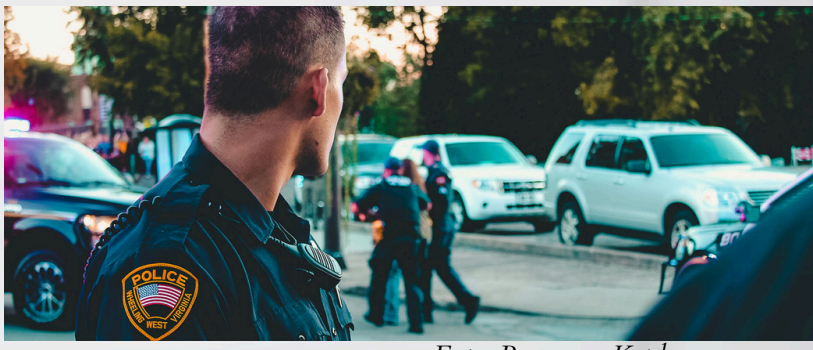


Foto: Rosemary Ketchum

Dicho esto, sigo sintiéndome humilde ante aquéllos que han realizado contribuciones extraordinarias al campo antes que yo, especialmente Desmond Morris, cuyas investigaciones y observaciones siguen siendo inigualables, así como el Dr. David Givens y el Dr. Paul Ekman, quienes han hecho que avancemos significativamente en nuestra comprensión de la comunicación no verbal.

L.B.: Cuando ha estado en contacto con presos... ¿le han comentado alguna vez si deciden atacar según la comunicación no verbal de la víctima?

J.N.: Los propios criminales siempre han sido una de mis fuentes de aprendizaje más valiosas. A través de ellos, descubrí que aquellos con una mentalidad criminal, individuos que habitualmente violan los derechos de los demás mediante el robo, el engaño y la manipulación, lo que a menudo llamamos sociópatas o psicópatas, o como los describo en mi libro "Dangerous Personalities", depredadores sociales, están constantemente buscando debilidades explotables en los demás.

Estas vulnerabilidades pueden tomar muchas formas. Por ejemplo, la confianza excesiva (permitir que las personas se acerquen demasiado o entablar una conversación casual mientras se está en un cajero automático) puede convertir a alguien en un objetivo. Si bien los criminales ciertamente buscan oportunidades obvias, como puertas sin cerrar o ventanas abiertas, también evalúan a las personas según su actitud y su forma de moverse.

Varios delincuentes me han dicho que uno de los factores clave que consideran es la manera en que una persona camina. ¿Es consciente de su entorno? ¿Parece capaz de defenderse? ¿Está distraída y ajena a lo que sucede a su alrededor, o escanea su entorno y reconoce la presencia de otros? Un dato particularmente fascinante es que a los criminales no les gusta que los miren. Prefieren víctimas absortas en sus teléfonos en lugar de aquellas que hacen contacto visual directo.

Estudios realizados en los Estados Unidos desde la década de 1960 (hallazgos que he corroborado personalmente a través de mis entrevistas) demuestran que los delincuentes evalúan la forma de caminar de una persona para determinar si proyecta dominio o pasividad. Un indicador clave es cómo balancean sus brazos. Aquellos que mantienen los brazos rígidos a los costados a menudo parecen tímidos y débiles, mientras que quienes los mueven de manera natural y firme transmiten confianza. Curiosamente, incluso mujeres mayores que mostraban un balanceo fuerte y decidido de los brazos solían ser evitadas, ya que los depredadores temían que pudieran resistirse.

En última instancia, los criminales exitosos están altamente sintonizados con el lenguaje corporal, quizás incluso más que la persona promedio, porque su supervivencia depende de ello. Una y otra vez, me han dicho que su capacidad para leer el lenguaje corporal les ayuda a identificar debilidades que pueden explotar.

L.B.: Nombra a Sherlock Holmes con su "ves pero no observas"... ¿Cómo considera que podría mejorar el mundo si aplicáramos una mejor observación coordinada?

> **“ Los criminales exitosos están altamente sintonizados con el lenguaje corporal porque su supervivencia depende de ello**

J.N.: Ésa es una pregunta fantástica. El mundo sería radicalmente distinto si más gente observara realmente en lugar de limitarse a mirar. A menudo desearía que otros pudieran ver lo que yo veo cuando observo mi entorno o analizo el comportamiento de alguien. Para muchos, este nivel de conciencia haría que la vida fuera mucho más enriquecedora: más matizada, más entretenida y, en última instancia, más gratificante. Aquellos que dedican su vida a estudiar las sutiles complejidades de la comunicación no verbal desarrollan una capacidad extraordinaria para percibir detalles que los demás pasan por alto.

Al mismo tiempo, esta mayor conciencia puede ser dolorosa. Notas cómo las relaciones se desmoronan antes de que se hable de ello. Ves los signos de un niño siendo abusado mucho antes de que haya pruebas tangibles que presentar en un tribunal. Presencias el sufrimiento que otros ignoran y, si tienes conciencia, esas observaciones pesan sobre ti.

Aun así, la capacidad de observar profundamente es impresionante en su claridad y profundidad. Si más personas perfeccionaran esta habilidad, el mundo sería tanto más cauteloso como más empático. Nos importarían más los demás y, lo que es crucial, sabríamos cómo expresar ese cuidado de manera efectiva y en el momento adecuado. Como discuto en mi libro “Ser Excepcional”, los seres humanos no buscan la perfección; buscan comodidad psicológica. A través de una observación cuidadosa del lenguaje corporal, podemos identificar lo que una persona realmente necesita y responder de manera rápida, eficiente y significativa.

Así que, ¿me gustaría un mundo donde más personas fueran observadores expertos? Absolutamente. Una sociedad que valore la observación sería más segura, más compasiva y más comprensiva. También sería más oportunista en el mejor sentido, permitiendo a las personas reconocer y aprovechar oportunidades que otros podrían pasar por alto.

Gracias por una pregunta tan estimulante.

Foto: Cottonbro Studio

> **El mundo sería radicalmente distinto si más gente observara realmente en lugar de limitarse a mirar**

L.B.: En su opinión, ¿cuáles son los mayores mitos sobre la comunicación no verbal que cree que deben ser desmentidos?

J.N.: Es interesante cómo estos conceptos erróneos evolucionan con el tiempo. Actualmente, uno de los mitos más grandes es la afirmación de que la comunicación no verbal no es universal. Encuentro este punto de vista bastante ingenuo. Si viajas por el mundo (o incluso simplemente viendo películas extranjeras) rápidamente notarás las notables similitudes en el lenguaje corporal a través de diferentes culturas. Ya sea que estés viendo una película de Corea del Sur, Irán, Egipto o Brasil, puedes captar fácilmente las emociones e intenciones clave únicamente a través de las señales no verbales. La idea de que el lenguaje corporal no es universal es, francamente, errónea.

Algunos mitos, sin embargo, han existido durante décadas. Por ejemplo, la creencia de que mirar en una dirección y luego en otra significa que alguien está mintiendo, o que tocarse la nariz o cubrirse la boca durante una respuesta es un signo de engaño. Uno de los más persistentes (y sobre el cual finalmente tuve que escribir en Psychology Today) es la noción de que cruzar los brazos significa que alguien está a la defensiva o cerrado a la conversación. En realidad, éste es un comportamiento de autoabrazo que proporciona confort. Incluso cuando alguien está enojado, cruzar los brazos suele ser una forma de autoapaciguamiento más que una barrera defensiva.

Podría hablar durante horas sobre los muchos conceptos erróneos en este campo, incluyendo la creencia ampliamente difundida pero falsa de que el engaño puede detectarse de manera fiable solo a través del lenguaje corporal. Desafortunadamente, dedico una parte significativa de mis presentaciones a desmentir estos mitos y a redirigir a las personas hacia lo que es preciso, basado en la ciencia y universalmente observado en todas las culturas. Mi objetivo siempre es ayudar a las personas a centrarse en la verdadera ciencia de la comunicación no verbal en lugar de en la desinformación que sigue circulando.

L.B.: Y para terminar, en la era digital, donde las interacciones a menudo son virtuales y la inteligencia artificial entra en juego, ¿cómo considera que puede afectar esto a la comunicación no verbal?

J.N.: No se puede negar que el entorno virtual ha llegado para quedarse y solo seguirá expandiéndose. Recientemente me encontré con un sistema que transforma presentaciones en hologramas, permitiendo a los espectadores ver al orador desde múltiples ángulos. Esta innovación resalta una verdad importante: los seres humanos prosperamos cuando podemos vernos y observarnos unos a otros.

Una de las mayores lecciones del cambio hacia la comunicación virtual es cuánto dábamos por sentada la capacidad de interactuar en persona, donde podíamos interpretar un rango más amplio de comportamientos simplemente al tener a alguien físicamente presente. Después de la COVID, recibí numerosas llamadas de profesionales en roles de contratación y liderazgo, preocupados porque ya no podían captar las mismas señales no verbales de las que antes dependían. Comprendí perfectamente su frustración. Mi consejo para ellos fue ajustar su enfoque: prestar más atención al cuello, los hombros y otras áreas visibles. Por ejemplo, ¿los hombros se elevan debido a la tensión y la falta de confianza, o se mueven con énfasis al hablar?

Podría escribir un libro entero sobre el lenguaje corporal en entornos virtuales, pero la clave es que debemos adaptarnos. Puede que necesitemos pedirle a las personas que se sienten más lejos de la cámara para poder ver más de su lenguaje corporal, en lugar de solo un primer plano de su rostro. También debemos considerar la calidad del video y asegurarnos de que los movimientos de las manos sean visibles, ya que desempeñan un papel crucial en la comunicación.

Uno de los hallazgos más interesantes es que mantener el rostro inusualmente inmóvil durante una videollamada hace que parezcas menos confiable. Esto se alinea con la investigación de los años 80 sobre el experimento de la cara inmóvil, que demostró cómo la falta de movimiento facial puede generar incomodidad y desconfianza.

Deberíamos haber reconocido este efecto desde el principio, pero ahora estamos tomando más conciencia de cómo las señales no verbales se traducen (o, a veces, no se traducen) en las interacciones virtuales.

Incluso elementos sutiles, como el fondo que nos rodea, pueden influir en la percepción. Algo tan simple como tener una planta verde en el encuadre puede hacer que parezcamos más accesibles y confiables. Estas sutilezas son importantes porque, a pesar de los avances tecnológicos, no podemos anular 2.5 millones de años de evolución que se remontan al Australopithecus afarensis, cuyo legado genético aún llevamos. A lo largo de ese vasto período de tiempo, la comunicación no verbal ha sido nuestro principal medio de interacción. No es algo secundario y seguirá siendo esencial sin importar cuánto cambie la tecnología.

Gracias por tu pregunta, es un tema fascinante con mucho más por explorar.

AUTORA: **LORENA BAJO**

~~EL ARTE DE~~ GESTIONAR CONFLICTOS: INTELIGENCIA EMOCIONAL Y COMUNICACIÓN NO VERBAL PARA FIDELIZAR

Un cliente satisfecho tiende a verbalizar su satisfacción a tres o más personas, mientras que el insatisfecho comparte su descontento con nueve personas o más (TARP, 1986).

POR **MARISA VERA**

Es por eso que uno de los objetivos que debemos alcanzar en nuestra empresa está dirigido a articular acciones de fidelización que mejoren la experiencia de nuestros clientes. Para conseguirlo, nuestros primeros planes de acción deben enfocarse en mejorar las interacciones que generan mayor insatisfacción en el cliente.

Sin embargo, en nuestras empresas contamos con innumerables procedimientos, nuevas campañas, contingencias, imprevistos o errores humanos, por lo que no siempre seremos capaces de anticiparnos para evitar la insatisfacción del cliente. Por eso, disponer de herramientas y protocolos para gestionar este tipo de situaciones se convierte en una labor que todo profesional debería dominar.

En este artículo, ahondaremos en un protocolo de cuatro pasos que nos permitirá gestionar conflictos de manera efectiva. Abordaremos qué pasos dar y cómo debe ser nuestra comunicación no verbal en estos momentos tan críticos.

Lo primero que debemos tener presente es que estas situaciones ocurren cuando existe un estímulo que genera una emoción de valencia negativa en el cliente. Esto se traduce en una activación interna y externa, normalmente de intensidad elevada, que etiquetamos como enfado o ira.

Esta emoción y su activación la identificamos en el cliente cuando aumenta el volumen y la velocidad de su voz, frunce el ceño, enseña los dientes, acelera la respiración o, incluso, sin mostrarse muy enérgico aprieta dientes o puños, verbaliza palabras que manifiestan descontento... Algunos estudios como el de Bart et al., (2006) concluyen que sólo necesitamos 39 milisegundos para percibir una emoción de ira en la expresión facial de la otra persona, por lo que resulta muy evidente su detección.

Esta emoción tendrá un pico máximo de intensidad en los primeros segundos tras el estímulo, este periodo de intensidad máxima se denomina "periodo refractario" y, cuando el cliente se encuentre en este período, es clave saber que será imposible razonar con él.

Paso 1

Por tanto, **el primer paso** para gestionar a un cliente molesto será dejar espacio para que se desahogue sin intentar razonar con él y, muy importante, poner en práctica nuestro autocontrol emocional, evitando ponernos a la defensiva u ofendernos por lo que nos dice o por cómo nos lo dice.

Seamos conscientes de que, en ese momento, el cliente no es capaz de controlar su reacción. Desde esta perspectiva de pensamiento, será más sencillo para nosotros percibir la situación de manera objetiva y sin involucrarnos hasta el punto de perder el control o tomarnos su reacción y sus palabras como algo personal.

¿Cómo queremos afrontar una interacción complicada? ¿Ofendidos? ¿Con miedo o ansiedad porque nos están gritando? En esos momentos, necesitamos controlar nuestros pensamientos y no hay nada mejor que percibir la situación como una oportunidad para mejorar la relación que tenemos con el cliente y, por extensión, el negocio de nuestra empresa.

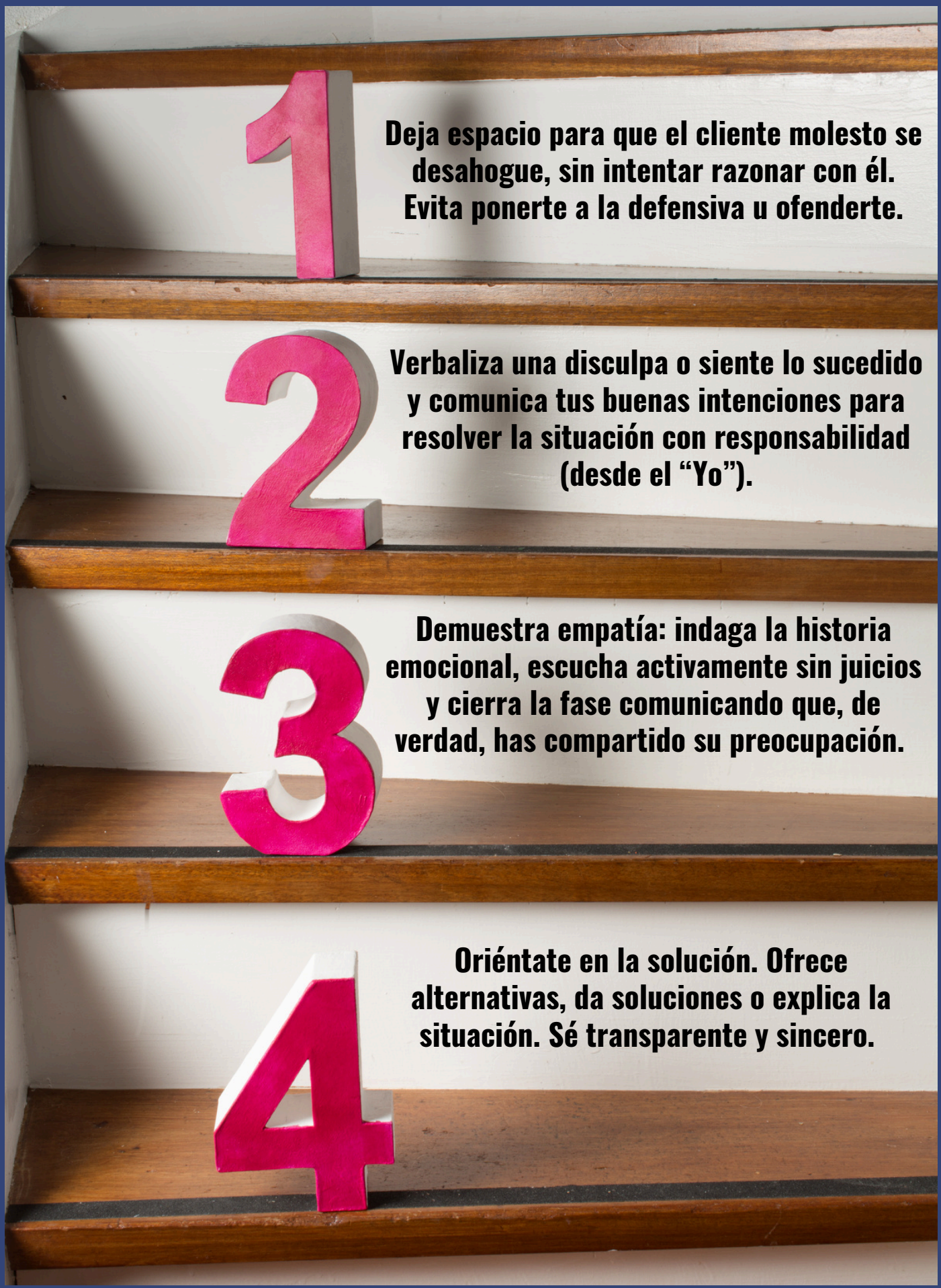
Gracias a este control de la situación, podremos avanzar en el protocolo e iniciar la gestión emocional del cliente.

Paso 2

El **segundo paso** será utilizar palancas para que el cliente entienda que somos aliados, que no existen bandos y que nuestra máxima es resolver la situación. Por tanto, verbalizaremos una disculpa o sentiremos lo sucedido, comunicándole además nuestras buenas intenciones para resolver la situación con responsabilidad (desde el "Yo").

Estos mensajes son muy importantes y deberíamos repetirlos en los espacios que nos conceda el cliente mientras se desahoga hasta que se pueda razonar con él. Una vez esté calmado, es muy importante garantizar que ha comprendido nuestra postura frente al conflicto.

Para ello, debemos apoyarnos en una comunicación no verbal que nos ayude a conseguir el impacto deseado en el cliente, utilizar gestos que ilustran nuestras palabras, orientar hombros, caderas y pies e inclinar nuestro torso hacia el cliente (sin llegar nunca a invadir su espacio), dándole todo el protagonismo, mirarle a los ojos al verbalizar para dejarle claro que todo lo que decimos es sincero, utilizar un tono grave, pausado, aprovechar los silencios antes de pronunciar frases clave de ayuda o de disculpa…


1
Deja espacio para que el cliente molesto se desahogue, sin intentar razonar con él. Evita ponerte a la defensiva u ofenderte.
2
Verbaliza una disculpa o siente lo sucedido y comunica tus buenas intenciones para resolver la situación con responsabilidad (desde el “Yo”).
3
Demuestra empatía: indaga la historia emocional, escucha activamente sin juicios y cierra la fase comunicando que, de verdad, has compartido su preocupación.
4
Oriéntate en la solución. Ofrece alternativas, da soluciones o explica la situación. Sé transparente y sincero.

Debemos ser congruentes entre lo que decimos y cómo lo decimos con nuestra voz y nuestro cuerpo puesto que, de otro modo, no alcanzaremos el objetivo ni generaremos la cercanía y confianza que se requiere en este momento tan crucial.

Tras mostrarnos cercanos y confiables, llegará el momento de demostrar empatía. Esta fase frente a un conflicto es crucial y solemos obviarla pasando directamente a hablar de las posibles soluciones, pero el cliente necesita saber que ha sido escuchado, sentir este alivio le ubicará en un lugar y en un pensamiento mucho más generoso frente a la situación y, sobre todo, frente a nosotros.

Paso 3

Por tanto, el **tercer paso** será demostrarle nuestra empatía. Para ello, debemos tener en cuenta tres acciones muy concretas: sondear la historia emocional que hay detrás del estímulo, escuchar activamente sin juicios y cerrar la fase comunicando que, de verdad, hemos compartido su preocupación.

¿Cómo podemos hacerlo? Preguntemos qué es lo que le ha generado la mayor insatisfacción sobre la historia ocurrida a nivel emocional. Fomentemos que nos cuente por qué se ha sentido así, qué es lo que más le ha dolido y escuchemos de verdad, sin juicio, para comprender.

Cuando el cliente haya trasladado toda su historia emocional será el momento de compartir su preocupación contando o parafraseando esta historia. Es importante contarla desde la interpretación, indicando cómo creemos que se debe de haber sentido. Un punto a nuestro favor será introducir en nuestro discurso palabras clave que éste haya pronunciado con mayor connotación emocional y aprovechar para reforzar las disculpas y las buenas intenciones que ya verbalizamos en el paso previo.

Por ejemplo: *"Entiendo que ha debido sentirse muy frustrado al escuchar que mi mensaje no era el que esperaba, sobre todo, después de habernos consultado en varias ocasiones el procedimiento, como usted me decía… siento mucho la situación y, de verdad, que nuestra intención jamás ha sido la de molestarle u ocasionar una insatisfacción de este nivel."*

En este punto tan decisivo, la correcta ejecución de nuestra comunicación no verbal es clave para demostrar empatía genuina, observando al cliente atentamente cuando se desahoga y mirando a sus ojos cuando le hablamos, asintiendo con la cabeza al escucharle, orientándonos con hombros, caderas y pies hacia éste, con nuestro torso inclinado hacia él, ofreciéndole todo nuestro interés. Será muy importante sintonizar y crear *rapport*, intentado simular sus propios gestos al escucharle para que se sienta acompañado. Aprovecharemos así el sesgo de comparación (tendencia a sentirnos mejor con personas que percibimos similares a nosotros) que se genera en el cliente y podremos demostrar mayor comprensión frente a lo que nos cuenta.

Al escucharle también podemos verbalizar o apostillar con sonidos como "ajá", "vaya", "lo siento", "umm" para demostrar que mantenemos una escucha activa y, cuando llegue el momento de decirle que le hemos comprendido sin juicios, todo nuestro cuerpo debe apoyar el mensaje que expresamos.

No olvidemos que observar la comunicación no verbal del cliente cuando estemos compartiendo preocupación nos permitirá medir si hemos sido capaces de gestionar la situación tal y como necesitaba nuestro cliente.

Revisemos si su cuerpo se relaja o sigue contraído, cómo son sus expresiones faciales, si frunce el ceño ante alguna palabra, si tensa los labios o si ahora su expresión es más amigable; revisemos sus miradas, si su postura se orienta hacia nosotros o si su torso se inclina o se aleja, si da pasos hacia atrás dejando claro que sigue rechazando la situación frente a alguna frase concreta. Si detectamos que hay palabras que le provocan reacciones negativas, evitémoslas en el discurso y vayamos modulando según la observación y análisis del cliente.

Paso 4

El **cuarto y último paso** será orientarnos en la solución. En este punto podemos ofrecer alternativas, dar soluciones a lo ocurrido o, incluso, si no existen soluciones que puedan ser favorables para el cliente, explicar la situación y dejar claro que no hay otras opciones. Seamos transparentes y sinceros.

Tengamos en cuenta que hemos realizado un gran esfuerzo por escuchar al cliente sin juicios, permitiendo que se desahogue y responsabilizándonos frente al problema Esta generosidad permitirá que el cliente se encuentre en un estado más positivo y receptivo, la relación no se habrá visto perjudicada e, incluso, es posible que nos agradezca la gestión o se disculpe por haber perdido el control, si así fuera.

Estas situaciones evidencian nuestros valores e incrementan o perjudican la reputación de nuestra marca personal y empresarial en función de cómo hayamos afrontado la interacción. La gestión de conflictos pone en evidencia nuestras habilidades en inteligencia emocional y en comunicación no verbal, por lo que no cabe duda que, a pesar de ser considerada un arte en el que unos brillan y otros acaban sobrepasados por la situación, realmente se trata de una habilidad poderosa que todos podemos aprender y practicar hasta su dominio.

No olvidemos que todas las interacciones son una oportunidad para dejar un recuerdo positivo en nuestros clientes. Así lo expresó la poetisa y escritora Maya Angelou: “Las personas olvidarán lo que hiciste, olvidarán lo que dijiste; pero nunca olvidarán cómo les hiciste sentir”. Aprovechemos cada interacción para demostrar a nuestros clientes que son nuestra razón de ser.

Referencias bibliográficas y bibliografía complementaria

- Bart, P., De Gelder, B., & Vandenbulcke, M. (2006). Rapid detection of angry faces in visual scenes: The role of the amygdala and other subcortical structures. NeuroImage, 30(3), 871–879.
- Burgoon, J. K., & Hoobler, G. (2002). Nonverbal communication. In M. L. Knapp, J. A. Daly, & G. R. Miller (Eds.), Handbook of interpersonal communication (pp. 469–506). Sage Publications.
- Damasio, A. R. (1994). Descartes' error: Emotion, reason, and the human brain. Putnam.
- Ekman, P. (1992). Facial expressions of emotion: An old controversy and new findings. Philosophical Transactions of the Royal Society of London. Series B: Biological Sciences, 335(1273), 63–69.
- El Hakim López, S. (2021). Código No Verbal. Editorial Alienta.
- Gross, J. J. (2002). Emotion regulation: Affective, cognitive, and social consequences. Psychophysiology, 39(3), 281-291
- Mehrabian, A. (1967). Inference of attitudes from nonverbal communication in two channels. Journal of Consulting Psychology, 31(3), 248–252.
- Mehrabian, A. (1972). Nonverbal communication. Aldine-Atherton.
- Mehrabian, A., & Wiener, M. (1967). Decoding of inconsistent communications. Journal of Personality and Social Psychology, 6(1), 109–114.
- Sánchez Aneas, A. (2009). El valor de la inteligencia emocional. Formación Alcalá.
- TARP. (1986). Customer satisfaction: The key to business success. Washington, D.C.: Technical Assistance Research Programs.
- Voss, C. (2016). Rompe la barrera del NO. Barcelona: Conecta.

AUTORA: MARISA VERA

Webinar en directo

LA MENTIRA Y SU DETECCIÓN: 20 AÑOS DE INVESTIGACIÓN

Ponente:

DR. JOSÉ MARÍA MARTÍNEZ SELVA

Catedrático de Psicobiología en la Universidad de Murcia

Jueves 15/05/25 a las 20.00h
(Hora peninsular española)

Inscríbete cuanto antes.
¡Plazas limitadas!

Público general: 10 € **Socios: 5 €**

Organiza:

ASENOVE
Asociación Española de Comunicación No Verbal

Patrocinan:

CHIRINGUITO Sicsu

BFV_ INFORMÁTICA

Inscripciones:

www.asenove.es

PSICOPATÍA Y COMUNICACIÓN NO VERBAL

Cada vez que escuchamos la palabra 'psicopatía', nos vienen a la cabeza las imágenes de asesinos en serie como Jack el Destripador, Charles Manson, Hitler... Pero la realidad es otra muy distinta. Y es que la mayor parte de los psicópatas no son asesinos, sino personas con una forma de ser, pensar y sentir diferentes al resto de los humanos. Son personas perfectamente integradas en nuestra sociedad y con unos rasgos de la personalidad muy característicos.

POR **SILVIA PANADEIROS**

En este artículo, me gustaría hacer especial mención a la facilidad con la que se emplea la palabra 'psicópata' en nuestro día a día para calificar a aquellas personas que no cumplen las expectativas de los demás. Pero la psicopatía va mucho más allá; es un tema más complejo de lo que parece. La verdad es que ninguno de nosotros, ni siquiera el mayor experto en psicopatía, podría distinguir a un psicópata a primera vista, puesto que son muchos los factores que hay que tener en cuenta.

El psicópata es un ser con apariencia humana pero que no posee ningún tipo de humanidad dentro de él, carece de compasión, amor, altruismo, respeto, calidez humana o empatía; es decir, carece de valores y posee una enorme incapacidad para sentir numerosas emociones.

Sin embargo, podemos prestar atención a su comunicación no verbal, puesto que hay determinadas señales que pueden hacernos sospechar y mantenernos en alerta.

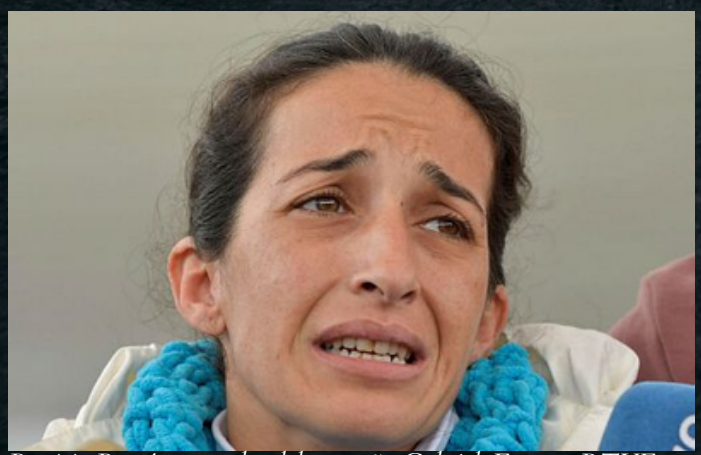
Uno de los canales de comunicación no verbal que mejor manejan los psicópatas es el de la apariencia. El psicópata es un gran maestro en el manejo de la primera impresión. Usará todo lo que esté en su mano para ganarse la confianza de los demás y conseguir así sus objetivos. Son tremendamente materialistas y muy amables (que no buenas personas). Cuidan mucho su aspecto físico.

En relación con el canal de la proxémica son muy invasivos y dominantes, suelen invadir el espacio personal de sus presas con el objetivo de controlarlos o manipularlos.

En muchas ocasiones, su expresividad facial es incongruente con la emoción que expresan. Es decir, hay una incoherencia entre el rostro y la emoción en un contexto determinado. Un buen ejemplo es la expresión facial de supuesta tristeza que Ana Julia Quezada intentó simular durante la desaparición y búsqueda del pequeño Gabriel en 2018.

Ana Julia Quezada. Fuente: El Mundo

En la foto de arriba, podemos observar cómo Ana Julia intenta simular una expresión facial de tristeza. Sin embargo, lo que muestra es una enorme incapacidad para expresar completamente dicha emoción: hay una clara ausencia de la triangulación en el entrecejo, típico de la emoción de tristeza. Por el contrario, dicha triangulación sí podemos observarla claramente en el rostro de la madre del desaparecido (foto de abajo).



Patricia Ramírez, madre del pequeño Gabriel. Fuente: RTVE

El canal de la oculésica también es muy representativo en el mundo psicopático. Los psicópatas usan mucho la mirada y el contacto visual para seducir o controlar a sus víctimas. La mirada del psicópata es fría, vacía e inexpresiva, no transmite nada. Esta definición de la mirada de un psicópata viene muy bien representada en la siguiente imagen de Charles Manson:

Charles Manson. Fuente: Wikipedia

Además, los psicópatas gesticulan más a menudo y más rápido con sus manos que el resto de los seres humanos. Al igual que sucede con el canal de la proxémica, el psicópata hace un gran uso del tacto para controlar y dominar a sus víctimas y conseguir así sus fines. En este sentido el canal de la háptica es otro gran aliado del psicópata.

En definitiva, toda esta información debe servirnos para mantenernos en alerta, para que observemos y nos demos cuenta de que no todo el mundo que viene con aparentes buenas intenciones quiere decir que realmente las tenga. Debemos cuidar nuestro entorno y aprender a rodearnos de las personas adecuadas que nos proporcionen tranquilidad y serenidad en nuestras vidas.

AUTORA:
SILVIA PANADEIROS

La importancia de la primera impresión

¿Te has preguntado qué imagen das cuando alguien te ve por primera vez? Antes de que abras la boca, en décimas de segundo, las personas generan una primera impresión sobre ti. Aspectos como tu postura, expresión facial, tono de voz y hasta tu apariencia cuentan una historia sobre ti que impacta y define cómo te perciben los demás y, a pesar de que pueda parecernos injusto, esos momentos iniciales, en muchas ocasiones, pueden afectar y marcar la diferencia en cómo se desarrollarán tus relaciones personales y profesionales.

POR **PILAR PAPIOL**

¿Pero de verdad es tan importante?

Pues lo cierto es que diversos estudios parece que así lo indican, la primera impresión influye mucho más de lo que creemos. Por ejemplo, Willis y Todorov (2006) demostraron que mirar el rostro de alguien durante una fracción de segundo es tiempo suficiente para formarnos una opinión sobre su personalidad. Desde una perspectiva evolutiva, este juicio rápido tiene sentido, dado que es una forma de evaluar si la persona que tenemos delante es una posible amenaza o un aliado.

Lo interesante es que no es fácil cambiar esa primera impresión. Esto se debe al "efecto de primacía" que identificó Asch (1946), según el cual, lo que percibimos primero siempre pesa más que lo que viene después.

Por eso, los primeros momentos en cualquier interacción son clave. Como puedes comprobar, la primera impresión influye mucho más de lo que seguramente creías.

Lo que comunica tu cuerpo

Tus posturas y gestos hablan por ti, incluso cuando no dices nada. La comunicación no verbal te puede ayudar, por ejemplo, a generar confianza a través de un buen contacto visual, una sonrisa sincera y una postura relajada. En cambio, cruzar los brazos o no mirar a los ojos puede dar la sensación de incomodidad o inaccesibilidad.

Ya en la década de los 70, Albert Mehrabian (1971) llegó a la conclusión de que las señales no verbales tienen un gran peso en la comunicación, sobre todo en situaciones emocionales.

Esto no significa que las palabras no importen, pero sí que tu forma de moverte, gesticular o mirar (entre otras señales no verbales) pueden, como hemos comentado, tener mayor impacto del que crees.

Además, otros estudios como los de Ambady y Rosenthal (1993) mostraron posteriormente que observando el comportamiento de una persona sólo unos segundos, podemos tener una idea bastante acertada de su personalidad.

> **“Antes de que abras la boca, en décimas de segundo, las personas generan una primera impresión sobre ti**

El papel de la voz

La voz no sólo sirve para hablar, también es una herramienta que influye mucho en cómo los demás te perciben. Emma Rodero, experta en comunicación auditiva, demostró que un tono variado y modulaciones adecuadas pueden transmitir confianza y dinamismo, mientras que hablar siempre con el mismo tono puede sonar aburrido y hacer que nuestro interlocutor pierda interés en lo que decimos (Rodero, 2012).

Incluso una sola palabra, puede marcar la diferencia. Según McAleer et al. (2014), al escuchar algo tan simple como un "hola", ya nos podemos formar una impresión sobre la persona que lo dijo. Las voces graves, por ejemplo, suelen relacionarse con autoridad, mientras que las más agudas tienden a interpretarse como menos seguras.

Otro detalle importante es el ritmo al hablar. Si vas demasiado rápido, puedes parecer nervioso. En cambio, un ritmo pausado y bien equilibrado transmite calma y seguridad (Rodero, 2013).

En el mundo virtual

Con tantas reuniones por videollamada, la primera impresión sigue siendo igual de relevante, solo que ahora también influyen otros factores, como la iluminación o el fondo que tengas detrás.

Estudios recientes como el de Cook et al. (2023) concluyen que un fondo ordenado, con elementos naturales como plantas o libros, genera una percepción de confianza y profesionalidad. Además, cuidar la calidad del audio es fundamental. Un sonido claro y un tono bien modulado pueden marcar una gran diferencia en cómo te perciben (Ward et al., 2021).

Cómo mejorar tu primera impresión

1. **Cuida tu imagen:**
   Viste según la ocasión. Los colores como el azul generan confianza, mientras que el rojo transmite energía y dominancia.
2. **Presta atención a tu postura y expresiones:**
   Para proyectar confianza y amabilidad, mantén una posición relajada y abierta. Sonreír siempre ayuda.
3. **Habla con intención:**
   Varía el tono, haz pausas y evita sonar monótono/a si quieres contribuir a que te perciban como más competente y seguro/a.
4. **Revisa tu entorno:**
   En videollamadas, asegúrate de tener un fondo limpio, con elementos naturales como plantas, o estanterías con libros, así como una buena iluminación y un sonido claro.
5. **Mira a los ojos:**
   Tanto en persona como si es a través de la cámara, el contacto visual genera cercanía y confianza; mantenlo de forma natural, en torno al 60% del tiempo.

Conclusión

Como has visto, causar una buena primera impresión no significa disfrazarte ni ser perfecto, sino trabajar el estar presente y ser consciente, además de cuidar aquellos detalles que te pueden ayudar a proyectar la mejor versión de lo que eres.

Esos primeros segundos son una oportunidad para conectar y causar un impacto positivo en las otras personas y proyectar confianza, seguridad y profesionalidad. No lo dejes en manos de la suerte. Y recuerda que si algo no sale como esperabas, siempre puedes demostrar más con el tiempo.

Referencias bibliográficas y bibliografía complementaria

- Ambady, N., & Rosenthal, R. (1993). Half a minute: predicting teacher evaluations from thin slices of Nonverbal Behavior and physical attractiveness. Journal of Personality and Social Psychology, 64(3), 431-441.
- Argyle, M., & Dean, J. (1965). Eye-contact, distance and affiliation. Sociometry, 28(3), 289-304.
- Asch, S. E. (1946). Forming impressions of personality. Journal of Abnormal and Social Psychology, 41(3), 258-290.
- Bailenson, J. N., Yee, N., Blascovich, J., & Guadagno, R. E. (2020). Transformed social interaction in virtual reality., Journal of Applied Social Psychology 50(5), 276-289.
- Bar, M., Neta, M., & Linz, H. (2006). Very first impressions. Emotion, 6(2), 269-278. Cook, A., Thompson, M., & Ross, P. (2023). Virtual first impressions: backgrounds in Zoom affect judgments of Trust and competence. PLOS ONE, 18(9), e0291444.
- Ekman, P., & Friesen, W. V. (1971). Constants across cultures in the face and emotion. Journal of Personality and Social Psychology, 17(2), 124-129.
- Goldstein, E. (1942). Color and physiological reactions. Journal of Experimental Psychology, 31(1), 26-41.
- McAleer, P., Todorov, A., & Belin, P. (2014). How do you say 'Hello'? Personality Impressions from Brief Novel Voices. PLOS ONE, 9(3), e90779.
- Mehrabian, A. (1971). Silent messages: implicit communication of emotions and attitudes. Wadsworth.
- Rodero, E. (2012). Intonation and speech comprehension: the influence of variations in tonal span and pitch level. Journal of Voice, 26(5), 676.e11-676.e22.
- Rodero, E. (2013). The influence of speech rate and information density on recognition: A study of speech comprehension. Journal of Communication, 63(4), 699-719.
- Rodero, E. (2022). La importancia de la voz en las videollamadas. Estudios de Comunicación, 48(2), 142-150.
- Ward, M. K., & Carlson, J. (2021). The impact of audio quality on perceptions of speaker credibility and competence in virtual meetings. Journal of Applied Social Psychology, 51(3), 233-245.

AUTORA: **PILAR PAPIOL**

La apariencia: pilar esencial en el éxito del K-POP

POR **ANNA MORROS**

En el K-pop, la apariencia es clave: desde la imagen física hasta la vestimenta y accesorios, todo está diseñado para impactar y conectar emocionalmente con los fans. Exploramos cómo la estética y los ideales de belleza influyen en el éxito de los idols.

Nuestra apariencia comunica y todos somos conscientes de su importancia. En la sociedad actual (y más en la sociedad de consumo) e independientemente del contexto, la imagen que proyectamos tiene relevancia.

Si pensamos en los grupos musicales de algunos estilos (rock, country, hip-hop, rap, pop…) que realizan conciertos, graban vídeos de sus canciones, se publicitan en diferentes canales y conectan con su público en las redes sociales… la apariencia importa y mucho.

La apariencia es un pilar en el éxito de los idols del K-pop o celebridades del K-pop (Siswanti, 2014)

Analizamos cómo contribuye al éxito del K-pop el canal no verbal de la apariencia, tanto las características físicas (cuerpo y rostro) como la apariencia (vestimenta, accesorios y estética).

El K-pop es la abreviación de Korean pop (literalmente música popular coreana, específicamente de Corea del Sur) y más que un género musical es una manera de producir y promocionar los artistas desde Corea del Sur. Los grupos de K-pop, dirigidos mayoritariamente a preadolescentes y adolescentes, combinan diferentes estilos musicales: pop, hip-hop, dance, electrónica, rock, R&B…

Los grupos de K-pop son grupos totalmente «fabricados» con un método específico que llevan a cabo las diferentes empresas de entretenimiento y la perfección, incluyendo la apariencia, es una de sus características definitorias.

El K-pop está en constante evolución, sobre todo en la imagen global de los grupos: novedad, creatividad, impacto son algunas de sus particularidades.

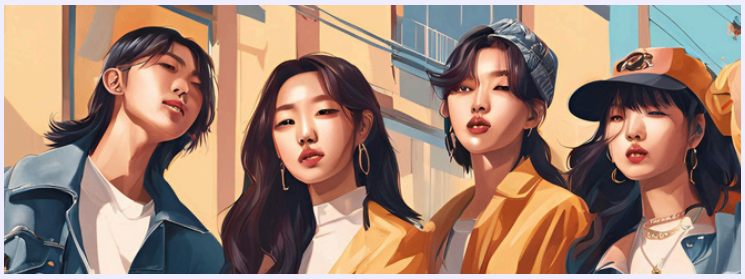
Canal no verbal: la apariencia

Los grupos de K-pop construyen una identidad visual potente a través de una cuidadosa imagen y gestión de su comunicación no verbal, que permite conectar con sus fans a un nivel más profundo y crear una relación emocional duradera. La importancia del atractivo físico en la música pop no es una novedad (North et al 1997) es una parte fundamental de su identidad artística.

"Uno de los factores principales de la expansión del K-pop se debe a la apariencia atractiva de sus artistas. En la cultura del consumo, el cuerpo se ve como un vehículo de deseo y autoexpresión." (Siswanti, 2014).

¿Por qué la belleza es un factor tan importante? Las personas físicamente más atractivas se ven con rasgos de personalidad socialmente más deseables (tales como responsabilidad y afabilidad) (Dion, Berscheid y Walster, 1972) y son percibidas como más sociables, dominantes, activas sexualmente, inteligentes, sanas mentalmente y hábiles socialmente (Feingold, 1992).

Ser atractivo actúa como un imán para la interacción con los demás y, por lo tanto, para los grupos de K-pop, con más posibilidades para conectar con los seguidores.



¿Qué es ser atractivo en el K-pop?

Los integrantes del K-pop deben cumplir con los **ideales de belleza coreanos**, que fomentan una **apariencia juvenil**:

- **Piel clara, cuidada, blanca** (piel de cristal o de bebé), sin imperfecciones, simbolizando pureza y juventud. Es la base de la belleza coreana, ya que es percibida como más atractiva y saludable (Swami et al. 2008).
- **Rostro en forma de V**: rostro ovalado, mandíbulas delgadas o con la barbilla puntiaguda.
- **Ojos grandes y "doble párpado"**: Los ojos grandes son considerados más atractivos.
- **Nariz recta y pequeña**: Nariz con puente recto, punta pequeña y redondeada.
- **Cejas suaves y rectas** para dar al rostro una inocencia infantil.
- **Dientes perfectos**: Perfectamente alineados y blancos para mostrar una hermosa sonrisa.

- **Altura:** Importante en los hombres. Se les pide una altura promedio similar a la de los modelos de pasarela. Las personas de mayor estatura tienden a ser percibidas con un estatus más alto, tanto en términos de dominancia como de prestigio (Blaker y Van Vugt, 2014).
- **Cuerpo delgado y esbelto**: Cuerpo delgado (en general, más bajo que el promedio) y con formas proporcionadas. En la mujer, la apariencia debe ser femenina, hermosa, delgada e incluso pequeña. La figura delgada en Corea del Sur está asociada a la salud, la juventud y también al autocontrol y el esfuerzo personal. Las personas que mantienen un cuerpo delgado son vistas como más disciplinadas, cualidades que son altamente valoradas en la sociedad coreana.

Foto: Han Myung-Gu

Para cumplir este ideal de belleza, en los cantantes del K-pop:

- Son comunes el realizar dietas extremas y regímenes de ejercicio intensos para alcanzar la delgadez deseada. En etapas de formación, el peso y ejercicio están estrictamente controlados diariamente.
- Se le añade una gran presión de la industria y de los fans para mantener una imagen impecable: los idols son un producto en sí mismo, son, literalmente, activos comerciales.
- Si la "apariencia de juventud" es un valor funda-mental en el K-pop, la edad, importa. Aunque ésta la establece cada agencia, puede oscilar entre los 13 y los 23 años.

Vestimenta, accesorios y estética

Vestimenta

"La vestimenta y la moda son fundamentales para la construcción de la identidad del grupo en la música pop: es una forma de autoexpresión y de desafío de las convenciones sociales (Hawkins, 2002).

Les permite expresar su identidad y estilo personal; les ayuda a conectar con su audiencia y a transmitir mensajes a través de su apariencia (moda); un vestuario llamativopuede mejorar la presencia escénica y hacer que las actuaciones sean más memorables (Hawkins, 2002).

La vestimenta es, por lo tanto, un instrumento poderoso que moldea la percepción y conexión con el público que observa y absorbe la esencia del artista a través de su imagen.

¿Qué relevancia tiene el vestuario?

Los idols de K-pop son conocidos por su estilo único y vanguardista en el vestuario y complementos que utilizan y por ser un gran escaparate para la venta de cualquier prenda o complemento que utilicen. Cualquier detalle es minuciosamente observado (y a veces analizado) por los fans, que imitan su vestuario y convierten su vestimenta y complementos (incluyendo belleza) en tendencia mundial.

- Se valora la individualidad de cada miembro del grupo y, generalmente, la vestimenta difiere entre ellos/ellas para marcar sus diferentes personalidades y roles en el grupo.
- En grupos femeninos, si algo destaca en el vestuario y toda su apariencia es la extrema feminidad ("look sexy") independientemente del estilo que representen. La prenda más utilizada es la minifalda o short muy corto.
- Tanto en grupos femeninos como en masculinos coexisten diferentes estilos de moda.

Foto: Nicole Voon

Accesorios

Los accesorios complementan y a la vez potencian la vestimenta, dando coherencia al estilo y a lo que se quiere expresar en la canción, vídeo, álbum…

Lo importante es sorprender, impactar con el doble objetivo: belleza y coherencia artística.

- El calzado además de ayudar a potenciar una cierta imagen cumple, muchas veces el objetivo de igualar las alturas de las integrantes (con elevaciones, plataformas, tacones), para dar la imagen de perfección visual.
- Lentes de contacto. Se utilizan lentes de contacto de colores y también lentes para simular ojos más grandes. La mirada es fundamental para conectar con los demás, con los fans.
- Cualquier complemento de ropa o de adorno es utilizado para potenciar el mensaje visual: pa-ñuelos, gorras, corbatas, pajaritas, guantes, pen-dientes, correas, collares, gafas, broches para el pelo, diademas y también decoraciones militares.

Estética

Cabello

- El peinado es crucial en la imagen de los idols de K-pop, y destaca por su versatilidad y creatividad y se utiliza para realzar las características faciales de un idol y hacerlos más atractivos. Además, les ayuda a destacar su individualidad dentro del grupo.
- Es habitual el cambio de color del pelo y el uso de extensiones.

Facial

El maquillaje permite a los grupos mejorar su apariencia física, destacar y expresar diferentes conceptos visuales y transmitir emociones de manera más efectiva.

- Muy preciso y simétrico para contribuir a una apariencia perfecta: piel impecable, delineado de ojos dramático y labios llamativos.
- Para destacar el contacto visual se utilizan delineadores y pestañas postizas y sombras brillantes e iluminadores para que los ojos brillen más en cámara. Y se resalta la parte inferior de los ojos, para dar una apariencia más juvenil, amigable y accesible.

Corporal

Operaciones estéticas

Muchos de los idols al sentirse presionados por el estándar de belleza coreano y también por la industria (aunque las agencias lo niegan) se someten a operaciones estéticas (rinoplastia, blefaroplastia, cirugía de la mandíbula…).

Se afirma que la cirugía plástica se ha convertido en una verdadera obsesión en la cultura K-pop (Henley, D; Porath,N. 2021).

Implicaciones de la Apariencia

En los apartados anteriores hemos podido comprobar la gran cantidad de variables que conforman el canal no verbal de la apariencia en los grupos de K-pop: desde la apariencia física personal al vestuario y complementos, donde cada pequeño detalle cuenta para esa imagen “pseudo-perfecta”.

En un mundo visual y en una sociedad de consumo actual, la apariencia es más que un “envoltorio” o reflejo del ser, de la persona; en algunos casos se equipara al mismo ser y esto puede tener consecuencias relevantes cuando además se dirige a un público adolescente.

Dos ejemplos de ello son:

El K-pop ha ayudado a redefinir la masculinidad tradicional

El K-pop es música y belleza y no se puede disociar la una de la otra. Como fenómeno global y promovido por los medios de comunicación, los idols juegan un importante papel en la ruptura de las normas de género ya que promueven una expresión de género más flexible, desafiando la masculinidad tradicional, mezclando elementos femeninos y masculinos y promoviendo una imagen más accesible y sensible (Stolze, K. 2021). El K-pop ha impulsado un nuevo estereotipo de belleza masculina, más femenino y estilizado, promovido por los medios de comunicación y las redes sociales (Ramírez, 2023).

Consecuencias de la apariencia en sus seguidores

Los fans quieren parecerse físicamente a ese ideal de belleza que promocionan sus ídolos y la industria del K-pop.

Y es importante tener en cuenta que en la adolescencia tiene una gran influencia la aceptación grupal y la necesidad de sentirse admirado y valorado en el grupo al que se pertenece, por lo tanto, este objetivo cobra aún más importancia si cabe.

En la mente del adolescente esta presión por la apariencia puede llegar a tener consecuencias en la salud física y psíquica:

- A nivel físico, el ajustarse a este ideal puede conllevar prácticas nada saludables como, por ejemplo, practicar dietas restrictivas, realización de ejercicio físico extenuante y en casos extremos, recurrir a cirugías en edades no recomendables.
- A nivel psíquico y emocional, conseguir esa imagen de perfección es un objetivo prácticamente inalcanzable y esto puede tener consecuencias en la autoestima personal, generando insatisfacción, frustración e infelicidad por no lograr dicho objetivo.

La apariencia importa y mucho.

Foto: Mcjoun

POR **ANNA MORROS**

ENTREVISTA A Ximo Rovira

POR **SILVIA PANADEIROS**

"Sencillez y naturalidad. Es fácil decirlo, pero más complicado de ejecutar cuando estamos frente a la cámara o el público."

Con una trayectoria que abarca décadas en la televisión y la radio, Ximo Rovira es un referente en el mundo de la comunicación. Conocido por su estilo cercano y auténtico, ha estado al frente de programas emblemáticos y ha demostrado su versatilidad en distintos formatos, desde el entretenimiento hasta la información. Su capacidad para conectar con la audiencia va más allá de las palabras: domina la comunicación no verbal con naturalidad y precisión, convirtiéndola en una herramienta clave para transmitir credibilidad y emoción en cada aparición. En esta entrevista, comparte su visión sobre el papel del gesto, la mirada y la postura en la televisión, así como su experiencia en los momentos más exigentes de su carrera.

Silvia Panadeiros: ¿Cómo maneja el contacto visual con la cámara para generar cercanía con el espectador?

Ximo Rovira: Delante de las cámaras no soy para nada estático. Me gusta acompañarme de las manos de manera natural. No utilizo los gestos de manera premeditada, intento que todo fluya según el tono de lo que estoy diciendo.

Por lo general, tanto sentado como de pie, las manos son para mí fundamentales para subrayar lo que estoy diciendo.

Tanto cuando estoy leyendo el teleprompter como cuando estoy improvisando procuro que el gesto acompañe el contenido de la información o el comentario.

Es importante, en mi opinión, evitar el parpadeo excesivo, sobre todo cuando estoy realizando entrevista en dúplex.

Hay gestos que surgen de manera espontánea, como acercar el cuerpo cuando lo que me están contando es especialmente emotivo o impactante.

S.P.: ¿Cuáles considera que son los gestos o expresiones que transmiten más credibilidad y confianza en pantalla?

X.R.: En mi caso es fundamental estar sereno, tranquilo y con seguridad ante la cámara, sobre todo cuando se está transmitiendo información o datos relevantes. Como he comentado, utilizo las manos de manera natural para afirmar o enfatizar determinados aspectos de lo que digo.

Sentado, es primordial mantenerse erguido, pero no distante, sino atento.

De pie, las manos juntas o cruzadas delante es lo habitual, en algún momento determinado (los menos) puedo cruzar los brazos, y si la situación es distendida podría poner alguna mano en un bolsillo.

Vigilo en monitor que los gestos faciales no sean exagerados y atiendan al contexto de la conversación, entrevista o relato. Procuro que la gesticulación facial sea en todo momento natural y acorde a la situación.

S.P.: ¿Cómo maneja los nervios o la tensión en directo sin que se note en su comunicación no verbal?

X.R.: Hay gestos innatos difíciles de corregir si la situación te llega a condicionar por los nervios.

Si es la emoción la que surge como en momentos que han sucedido en directo durante la reciente y dramática DANA dejo que fluyan de manera natural. Ha sido de esta manera como ha surgido pero pienso que en estos casos la emoción del presentador genera empatía y cercanía.

S.P.: En su opinión, ¿qué errores comunes en comunicación no verbal pueden restar profesionalidad a un presentador de televisión?

X.R.: Los tics personales son difíciles de corregir cuando no tienes el control del todo debido a los nervios.

Foto: À Punt

Es importante conocerse y saber cuáles son esos movimientos de carácter nervioso que denotan que la situación nos puede estar sobrepasando. No son fáciles de corregir porque creo que son automáticos, al menos en mi caso, y es importante controlar el cuerpo para que no se noten esos nervios cuando llegan.

S.P.: ¿Recuerda algún momento en el que la comunicación no verbal haya jugado un papel clave en directo?

X.R.: Durante los días más dramáticos de la reciente DANA los presentadores y reporteros estuvimos sometidos a una presión extra debido al alud de acontecimientos que estábamos compartiendo y a las emociones de rabia, dolor, frustración y miedo de muchos de los testimonios.

En esos momentos las emociones se contagiaban y lo mejor era dejar que salieran y fluyeran. No era extraño vernos llorar ante las cámaras recogiendo un testimonio o hablando con algún afectado. Pienso que esa manera auténtica de estar ahí como comunicadores genera empatía y cercanía con el espectador.

S.P.: ¿Qué consejos les daría a quienes quieren mejorar su comunicación no verbal frente a una cámara?

X.R.: Sencillez y naturalidad. Es fácil decirlo pero más complicado de ejecutar cuando estamos frente a la cámara o el público.

Si el contenido es apto, una media sonrisa o una sonrisa más amplia mientras estamos hablando es síntoma de confianza y de buena conexión.

La mirada es muy importante. Si es un auditorio variar la orientación de la misma como si estuvieras mirando a un interlocutor o unos pocos. Si es ante la cámara, evitar el parpadeo excesivo y que la mirada transmita emoción. Si, ya sé, parece fácil. Nadie dijo que lo fuera, es cuestión de practicar.

EL TACTO EN LA ESCUELA
El dilema de los docentes

En una época donde el contacto físico en la educación está en entredicho, la ciencia es clara: el tacto afectivo es esencial para el desarrollo infantil. ¿Qué consecuencias puede tener su prohibición en las escuelas?

POR DRA. SONIA EL HAKIM

Los artículos científicos sobre el tacto afectivo en la infancia concluyen sobre los enormes beneficios que tiene este tacto para los niños, tanto en su desarrollo motor como cognitivo y emocional (Blackwell, 2000; Cascio et al., 2019; Cekaite y Holm, 2017; Suvilehto et al., 2023). La necesidad de tacto afectivo, ya sean abrazos, caricias, coger de la mano… (bueno, lo que entendemos todos como "mimos") es esencial para nuestra supervivencia. De hecho, la deprivación del tacto afectivo en los primeros años de vida causa daños en el desarrollo cognitivo de bebés y niños pequeños (Field, 2014, Ardiel y Rankin, 2010).

> **"El tacto afectivo adopta diferentes formas como las caricias, los besos, los abrazos o cargar a los niños en brazos.**

Hay una historia de la segunda década del siglo XX; es la historia de la vieja Anna. En un informe de 1915, el Dr. Henry Dwight Chapin, que era un distinguido pediatra de Nueva York, afirmó algo terrible: en todos los orfanatos, excepto en uno, de diez ciudades diferentes de Estados Unidos, el índice de mortalidad de los niños menores de dos años rozaba el 100%. Los niños morían de una enfermedad a la que llamaban "marasmo", que era una debilidad, una atrofia que tenía consecuencias tan graves como la muerte prematura.

Fue entonces cuando el Dr. Fritz Talbot viajó a Alemania y visitó la clínica infantil de Dusseldorf. Allí, el director del centro le estaba mostrando las instalaciones, que al Dr. Talbot le parecieron muy pulcras y ordenadas. Pero fue una anciana gruesa que se paseaba con un bebé en la cadera quien realmente llamó su atención. Le preguntó al director del centro "¿quién es esa señora?", y éste le contestó: "Oh, ella, es **la vieja Anna**. Cuando hemos hecho todo lo médicamente posible por un bebé y sigue sin mejorar, recurrimos a la Vieja Anna, que nunca falla". Y ¿qué hacía la vieja Anna? Pues darle mimos. Y lo que ellos vivían como un milagro, no era otra cosa que el proporcionar tacto afectivo a los bebés (caricias, abrazos, besos…). Y es que un niño puede sobrevivir privado de otros sentidos, pero no del sentido del tacto.

> **"El tacto afectivo en la infancia tiene enormes beneficios en el desarrollo cognitivo, motor y emocional de los niños.**

Esta historia real la recoge el antropólogo **Ashley Montagu** (1971/1986) en su fantástico libro sobre el tacto, que cuenta con miles de citaciones en la investigación científica. En este mismo libro, Montagu argumenta, desde todos los puntos de vista posibles, la importancia que tiene el tacto en las relaciones humanas en general y en los primeros años de vida en particular.

Ashley Montagu. Fuente: Universidad de Southampton

Pues bien, a pesar de que la importancia del tacto afectivo en los niños está más que demostrada (Field, 2010; 2014), nos encontramos con que, en el lugar en el que más tiempo pasan nuestros hijos después del hogar, que es la escuela, se están estableciendo políticas de "cero contacto" con los menores por parte de los docentes. Estas políticas se están instalando sobre todo en los países anglosajones, con Estados Unidos a la cabeza (allí, de hecho, están ya en su situación de pánico respecto al tacto en cualquier ámbito personal, profesional o social), a raíz de casos de abusos sexuales por parte de docentes a menores (Johansson et al., 2021; Jones, 2003, 2004; Owen y Gillentine, 2011).

Es decir, las direcciones de los colegios e institutos, así como las instituciones educativas de algunos países están implantando políticas en las que los docentes (incluidos los de niveles preescolares) no pueden tocar a los menores bajo ningún concepto (en el caso de guarderías, sólo pueden tocarles para cambiarles el pañal u otro tacto puramente funcional). En Suecia, por ejemplo, las autoridades educativas han difundido entre los profesores una serie de consignas sobre cómo tocar a los alumnos para evitar denuncias por abusos (El Hakim, 2024).

¿Y qué opinan los docentes sobre este problema?

Los docentes se encuentran en un dilema en el que sienten que, en determinados momentos (por ejemplo, cuando un niño llora o cuando está nervioso) deberían realizar tacto afectivo con los niños y, sin embargo, no les está permitido. Y, además, ellos mismos sienten temor de que se malinterprete esa conducta táctil afectiva y deban enfrentarse a una denuncia por abuso (Johansson et al., 2021).

La cuestión es que, si tenemos en cuenta lo que nos dice la organización de derechos infantiles Save the Children (2021), la mitad de los casos de abuso sexual infantil en España (un 49´5%) se producen en el entorno familiar de los menores. Y, sin embargo, en esos contextos no se han implantado normas de distanciamiento para evitar el riesgo para los menores. En cuanto a los casos de abuso sexual de menores por parte de los docentes, estos representan un 6% del total.

Si bien no es un 0%, que obviamente sería lo deseable, la escuela no es ni de lejos el entorno más peligroso para los menores, pero sí el único en el que se han implantado medidas de distanciamiento entre docentes y menores.

Esta polémica la recogí, junto a mi colega, el Dr. Danyal Farsani, con el asesoramiento del Dr. David Matsumoto, en un artículo publicado en abril de 2024 en la revista científica más citada de Psicología, Frontiers in Psychology (El Hakim y Farsani, 2024).

Foto: Mikhail Nilov

Aunque en España aún no se han implantado oficialmente medidas de distanciamiento entre menores y docentes, es posible que la tendencia sea la de imitar las conductas de otros países.

Queda pues sobre la mesa el dilema: ¿deben las autoridades limitar el tacto afectivo que pueden hacer los docentes para evitar denuncias por abuso, o bien el riesgo es tan bajo y los beneficios del tacto afectivo tan altos que las autoridades no deberían limitar el tacto entre estudiantes y docentes?

Foto: Suzy Hazelwood

Referencias bibliográficas

Ardiel, E.L., & Rankin, C. H. (2010). The importance of touch in development. Paedriatics & Child Health, 15(3), 153-156.

Blackwell, P.L. (2002). The influence of touch on child development: Implications for intervention. Infants & Young Children, 13(1).

Cascio, C.J., Morre, D., & McGlone, F. (2019). Social touch and human development. Developmental Cognitive Neuroscience, 35, 5-11.

Cekaite, A., & Holm, M. K. (2017). The comforting touch: tactile intimacy and talk in managing children's distress. Research on Language and Social Interaction, 50(20), 109-127

El Hakim, S. (2024). La comunicación no verbal en el encuentro de servicio. [Doctoral dissertation]. Universitat de València. DOI: 10.13140/RG.2.2.20878.78402

El Hakim, S. & Farsani. D. (2024). From contact to connection: A comprehensive examination of affective touch in educational settings. Frontiers in Psychology, 15, 1230796.

Field, T. (2010). Touch for socioemotional and physical well-being: A review. Developmental Review, 30 (4), 367-383.

Field, T. (2014). Touch. MIT Press.

Johansson, C., Aberg, M., & Hedlin, M. (2021). Touch the children, or please don't- Preschool teachers' approach to touch. Scandinavian Journal of Educational Research, 65(2), 288-301.

Jones, A. (2003). Primary teacher trainees: Identify formation in an age of anxiety. Asia-Pacific Journal of Teacher Education, 31(3), 181-193.

Jones, A. (2004). Social anxiety, sex, surveillance, and the "safe" teacher. British Journal of Sociology of Education, 25(1), 53-66.

Montagu, A. (2016). El tacto. La importancia de la piel en las relaciones humanas. Paidós; Espasa Libros (Original work publishe 1971).

Owen, P.M., & Gillentine, J. (2010). Please touch the children: appropriate touch in the primary classroom. Early Child Development and Care, 181(6), 857-868.

Save the Children. (2021). Analysis: sexual abuse of children in Spain. Available at: https://www.savethechildren.es/actualidad/analisis-abusos-sexuales-infancia-espana

Suvilehto, J.T., Cekaite, A., & Morrison, I. (2023). The why, who and how of social touch. Nature Reviews Psychology, 2, 606-621.

AUTORA:
DRA. SONIA EL HAKIM

¿Se fijan los criminales en la comunicación no verbal de sus víctimas?

¿Puede tu comportamiento no verbal convertirte en un blanco fácil para los delincuentes? Estudios revelan que la postura, la forma de caminar y ciertos gestos pueden transmitir vulnerabilidad y atraer la atención de agresores. Descubre cómo la comunicación no verbal influye en la elección de las víctimas.

POR **CRISTIAN SALOMONI**

La comunicación no verbal puede ser muy reveladora y útil a la hora de ayudar a la criminología y la criminalística a estudiar si la manera por la que un criminal elige a sus víctimas puede deberse a características propias de la comunicación no verbal de la persona. Por eso, la investigación científica puede ser reveladora a la hora de contestar a este dilema.

Por este motivo, las primeras investigaciones se centraron en preguntar a los criminales cómo elegían a sus víctimas para averiguar si su comunicación no verbal podía ser una variable sensible.

En un estudio realizado a través de encuestas autoinformadas a 61 reclusos por delitos sexuales en módulos de máxima seguridad, se encontró que el 66% de los agresores elegían a sus víctimas al percibirlas como vulnerables o como una "presa fácil" (Stevens, 1994).

Y parece ser que, entre estas variables, a la hora de elegir a la víctima, podemos encontrar que la característica más mencionada por los delincuentes en sus respuestas es la forma de andar (velocidad, energía, acompañamiento, entre otras características). Pero también se fijan en la postura, el espacio físico que ocupan, la forma en que pisan el suelo, la evitación del contacto visual o las expresiones faciales. (Johnson, & Hugenberg, 2024). Incluso los gestos son relevantes: las personas aparentan o demuestran ser vulnerables al utilizar una serie de gestos que la literatura científica llama manipuladores o autoadaptadores. Estos incluyen cualquier movimiento donde una parte del cuerpo toca, rasca, frota, ajusta o manipula otra parte del propio cuerpo o un objeto (Ekman, 2003). Estos gestos pueden ser interpretados por los demás como señales de ansiedad, debilidad o fragilidad.

La apariencia

Existen dos estudios que han sido considerados pioneros y de gran relevancia en este campo, marcando un hito en la investigación sobre este tema, uno de la Universidad de Nueva York (Grayson y Stein, 1981) y otro de la Universidad de Canterbury (Gunns et al., 2002).

En estos estudios, se examinó cómo la apariencia y el comportamiento de las personas pueden influir en la percepción de su vulnerabilidad ante los delincuentes. En estos estudios, se mostró a diversos criminales, autores de robos y atracos, un video en el que aparecían personas caminando por una calle concurrida. Los delincuentes tardaban, en promedio, alrededor de siete segundos en identificar a su potencial víctima, coincidiendo frecuentemente en la misma persona. Lo innovador de estos estudios es que la elección de las víctimas no estaba determinada por su sexo o edad, sino por señales de comunicación no verbal. Además, los delincuentes no podían explicar con claridad las razones de su elección, lo que sugiere que el proceso de selección podría ser inconsciente, basado en si la persona proyecta fortaleza o vulnerabilidad a través de su lenguaje corporal.

Entre las variables estudiadas en relación con la apariencia, se observó que los delincuentes seleccionaban mujeres cuya vestimenta o peinados, como el uso de una coleta, facilitaban el agarre o dificultaban su capacidad de huida.

Incluso factores como la distracción (por ejemplo, hablar por teléfono o usar auriculares) pueden aumentar la vulnerabilidad de una persona al restarles atención a su entorno, haciéndolas más susceptibles a un ataque inesperado.

Las expresiones faciales

Las expresiones faciales constituyen otra señal que los agresores pueden emplear para identificar a potenciales víctimas en función de la vulnerabilidad que perciben por su parte.

Un estudio realizado por James Giannini y sus colaboradores en la Ohio State University (1986) reveló un hallazgo significativo: las mujeres que han sido víctimas de violación presentan, en promedio, una menor capacidad para interpretar señales no verbales faciales, que puede ser una advertencia de intenciones hostiles. Esta dificultad las hace más propensas a encontrarse o mantenerse en situaciones de riesgo. En contraste, el mismo equipo de investigación descubrió que los agresores sexuales tienden a tener una mayor habilidad para descifrar señales faciales, como una mirada baja o una expresión de miedo, lo que les facilita la selección de sus víctimas.

La forma de caminar y la postura

Las variables clave identificadas por Stewart et al. (1981) en su estudio sobre la vulnerabilidad incluyen el tipo de zancada (larga o corta), el movimiento corporal asimétrico y la dirección de la mirada. Las personas que dan pasos más cortos, que realizan cambios de dirección lateral o diagonal en lugar de avanzar de manera lineal, que mueven partes del cuerpo de forma contralateral (como el brazo derecho junto con la pierna izquierda), y que mantienen la cabeza y la mirada hacia abajo, son percibidas como más vulnerables. En definitiva, las personas que caminan descoordinadas y de manera poco fluida son vistas como más vulnerables, y, en consecuencia, más fácilmente atacables.

Por su parte, Prabaharan (2015) señala que los indicios no verbales sobre la forma de andar incluyen pasos cortos, una velocidad de desplazamiento reducida, escaso movimiento y fluidez en los brazos, inclinación de la cabeza hacia abajo, cambios de peso laterales o hacia adelante y atrás, así como una baja energía y alta restricción corporal. Este autor subraya que el reconocimiento consciente de estos patrones de comportamiento podría ayudar a prevenir ataques violentos. Además, destaca que una forma de caminar enérgica, con un balanceo fluido de los brazos, menos restricciones en los movimientos corporales y mayor velocidad, se percibe como un indicativo de poder y fortaleza.

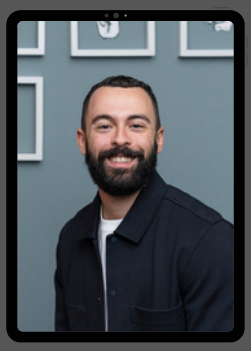
La postura corporal de sumisión, comúnmente observada en mujeres víctimas, se caracteriza por una menor expansión de brazos y piernas, con las extremidades más próximas al cuerpo, así como por una reducción en los movimientos de manos, pies y cabeza. Estas personas tienden a mostrar una mayor rigidez o inmovilidad en presencia de otros.

En contraste, la postura asociada con la dominancia y el poder se manifiesta a través de una mayor expansión corporal, con brazos y piernas más separados, mayor frecuencia de movimientos de manos y piernas, cambios de postura más frecuentes, una proximidad interpersonal reducida, menos sonrisas, expresión facial más intensa, mayor contacto visual y una actitud menos relajada.

En conclusión, al igual que los depredadores en el reino animal, los delincuentes tienden a dirigir sus ataques hacia quienes caminan más lento en la manada, hacia quienes proyectan una mayor vulnerabilidad y parecen ser presas fáciles, lo que sugiere que pueden ser atacados con menor resistencia.

Referencias bibliográficas

- Ekman, P. (2003). Emotions Revealed: Recognizing Faces and Feelings to Improve Communication and Emotional Life. Times Books.
- Giannini, AJ. Price, WA. Kniepple, JL. (1986). Decreased interpretation of nonverbal cues in rape victims. International Journal of Pschiatry in Medicine. 16(389-394)
- Grayson, B. and Stein, M. I. (1981). Attracting Assault: Victims'Nonverbal Cues. Journal of Communication, 31(68–75). doi: 10.1111/j.1460-2466.1981.tb01206.
- Gunns, R.E., Johnston, L. & Hudson, S.M. (2002). Victim Selection and Kinematics: A Point-Light Investigation of Vulnerability to Attack. Journal of Nonverbal Behavior 26,(129–158)
- Johnson, K., & Hugenberg, K. (2024). Perception of faces and bodies. The Oxford Handbook of Social Cognition, 222.
- Prabaharan, N. (2015). Behavioural Cues for the Perception of Victim Vulnerability. Inkblot, 4(7-11).
- Stevens, D. J. (1994). Predatory rapists and victim selection techniques. The Social Science Journal, 31(4), 421–433.
- Stewart, J., Swanek, J., & Forth, A. (2024). Actions speak: personality, nonverbal behaviors, and self-perceptions of vulnerability in college-aged women. Journal of Criminal Psychology.



Autor:
CRISTIAN SALOMONI

BFV_ INFORMÁTICA

SOMOS TU
SOLUCIÓN DIGITAL

KIT DIGITAL

3000€
GRATIS PARA
TU DIGITALIZACIÓN
CONSÚLTANOS!!

Más info en www.bfvinformatica.com +34 868 18 10 24

La Comunicación No Verbal, herramienta clave para liderar equipos

Por ELIO MARTÍNEZ

En el mundo de la gestión de equipos, las palabras suelen ocupar un papel central. Nos enfocamos en cómo estructurar nuestro discurso y en emitir un mensaje lo más preciso posible, pero olvidamos que en torno al 60% de la comunicación es no verbal (Pennycook, 1985), y este porcentaje puede incluso ser más elevado si existe contradicción entre el mensaje verbal y el no verbal (Burgoon y Bacue, 2003).

Como líderes, nuestra capacidad de influir, motivar y resolver conflictos no depende solo de lo que decimos, sino de cómo lo decimos, cuándo lo decimos, dónde lo decimos... Es decir, nuestra gestión depende no solo de las palabras que decimos, sino del resto de variables que conforman el contexto de la situación.

Por lo tanto, si queremos ejercer un liderazgo efectivo e influyente, deberemos tener en cuenta nuestra comunicación no verbal, pero también la comunicación no verbal de los miembros de nuestro equipo. La influencia del líder aumenta a medida que toma conciencia no sólo del poder de su comunicación no verbal, sino que aprende a observar y a interpretar de manera acertada el de los demás.

¿Qué factores de nuestra comunicación no verbal debemos tener en cuenta?

Para ser un líder influyente, por lo tanto, no solo prestaremos atención en emitir mensajes claros, sino que tendremos que controlar también nuestra comunicación no verbal. Nuestra comunicación, verbal y no verbal, deberá ser coherente y deberá proyectar seguridad y autenticidad si queremos generar confianza en nuestro equipo. Por ejemplo, durante una reunión importante, un líder que mantiene los brazos abiertos y el cuerpo orientado hacia su equipo comunica disposición y empatía. Estas señales sutiles refuerzan la percepción de un liderazgo sólido, ya que refuerzan la congruencia entre las palabras y las acciones (Pease & Pease, 2004).

Pero, además de nuestra postura (orientarse hacia los demás y mostrar brazos abiertos), también puede ayudarnos a generar confianza el contacto visual directo (la oculésica), los movimientos sincronizados, la gesticulación dinámica, mostrar las palmas de las manos, la expresión facial relajada, una sonrisa genuina, asentir ligeramente mientras escuchas o reflejar inconscientemente los gestos de tu interlocutor (Burgoon, Guerrero, & Floyd, 2016).

Por el contrario, una postura encorvada, eludir la mirada, una expresión facial dura o realizar gestos agresivos, pueden generar dudas y rechazo entre los miembros de nuestro equipo.

Los equipos que perciben la coherencia entre las palabras y los gestos del líder tienden a confiar más en su gestión. La clave está en ser consciente de estas señales y asegurarse de que respaldan el mensaje que quieres transmitir.

¿En qué debemos fijarnos cuando observamos a los miembros de nuestro equipo?

Detectar emociones ocultas (o a veces, no tan ocultas) por parte del líder, puede marcar la diferencia en la dinámica del grupo. Emociones, estados de ánimo y actitudes como el estrés, la frustración o la desmotivación, pueden ser observables si prestamos atención.

Por ejemplo, un colaborador con los brazos cruzados y evitando el contacto visual durante una reunión podría estar desconectado o incómodo. Si alguien reacciona echándose hacia atrás en el momento que informamos sobre un cambio, puede hacernos ver que la primera reacción de esta persona a ese cambio no es positiva. Reconocer estas señales y abordarlas de manera adecuada (quizás con una conversación privada y una postura abierta) puede evitar que pequeños problemas se conviertan en grandes conflictos (Ekman, 2007).

Los conflictos son inevitables en cualquier equipo, pero una comunicación no verbal adecuada puede minimizar el impacto de la situación. Un tono de voz calmado, mantener una postura neutra y ofrecer suficiente espacio físico son fundamentales para reducir tensiones (Goleman, 1995).

El estudio de la comunicación no verbal no solo puede ayudarnos a gestionar el conflicto, sino que también nos da pistas de cómo podemos fomentar la colaboración entre los miembros de un equipo.

Así, crear espacios de trabajo donde las barreras físicas sean mínimas (por ejemplo, eliminar las mesas durante un brainstorming) invita a la participación activa, tal y como el estudio de la proxémica ha podido confirmar.

Por lo tanto, la disposición del mobiliario en una sala puede ayudarnos a crear el ambiente que deseamos. Tanto si hablamos de entrevistas individuales o de reuniones colectivas, es clave que antes reflexionemos sobre qué queremos transmitir a nuestros interlocutores. ¿Queremos mostrar un ambiente relajado y de colaboración, o por el contrario queremos transmitir distancia y profesionalidad? Dependiendo de lo que deseemos transmitir, podemos jugar con el entorno para que vaya en consonancia con nuestro mensaje.

Por ejemplo, una disposición frontal en la mesa, esto es, uno sentado enfrente del otro, fomentará menos la colaboración que una disposición circular (es decir, uno sentado al lado del otro). Sin embargo, si lo que queremos no es fomentar la colaboración sino comunicar una sanción, será más coherente una disposición frontal.

En conclusión, no solo las habilidades técnicas son importantes para ejercer el rol de líder. Aprender a usar conscientemente nuestro cuerpo, nuestra voz y nuestras expresiones nos convierte en mejores líderes, creando equipos más unidos y motivados.

El desafío no está en decir más, sino en asegurarte de que lo que dices con el cuerpo esté en sintonía con lo que quieres lograr.

Referencias bibliográficas:

- Burgoon, J. K., & Bacue, A. E: Nonverbal Communication Skills (2003).
- Burgoon, J. K., Guerrero, L. K., & Floyd, K: Nonverbal Communication (2016).
- Ekman, Paul: Emotions Revealed: Recognizing Faces and Feelings to Improve Communication and Emotional Life (2007).
- Goleman, Daniel: Emotional Intelligence: Why It Can Matter More Than IQ (1995).
- Pease, Allan y Barbara: The Definitive Book of Body Language (2004).
- Pennycook, A: Actions Speak Louder than Words: Paralanguage, Communication, and Education (1985).

Autor:
ELIO MARTÍNEZ

ENTREVISTA A VALERY NARANJO

POR **SILVIA PANADEIROS**

"Tecnologías que usan la Inteligencia Artificial están revolucionando el estudio de la Comunicación No Verbal"

La Dra. Valery Naranjo es catedrática del Departamento de Comunicaciones de la Universidad Politécnica de Valencia y una referente en inteligencia artificial, análisis de imágenes y visión por computador. Como directora del grupo de investigación CVBLAB, vinculado al Human-Centered Technology Institute (HUMAN-tech), lidera proyectos innovadores en ingeniería biomédica y biomedicina. Comprometida con la docencia, tiene la vocación de inspirar a nuevas generaciones a seguir carreras tecnológicas.

Ha recibido múltiples reconocimientos, incluyendo el Premio Pioneras IT 2024 del Colegio de Ingenieros de Telecomunicación, o el tercer premio de los galardones +50 Emprende de Endesa por su empresa Artikode Intelligence, especializada en el análisis de imágenes histológicas para diagnóstico médico.

Silvia Panadeiros: ¿Qué tecnologías emergentes están ayudando a mejorar la detección y análisis de la comunicación no verbal?

Valery Naranjo: Actualmente, tecnologías como el re-conocimiento facial avanzado y el análisis de microexpresiones mediante inteligencia artificial están revolucionando el estudio de la comunicación no verbal. Además, el análisis de señales fisiológicas a través de sensores como el electrocardiograma (ECG) y el electroencefalograma (EEG), que permiten captar la actividad cardíaca y neuronal, respectivamente, está emergiendo como una herramienta clave para evaluar estados emocionales. Asimismo, el uso de dispositivos de eye-tracking facilita el análisis de gestos, postura y movimiento ocular con gran precisión, proporcionando una interpretación más profunda de los sentimientos y reacciones.

S.P.: ¿Cómo influye la comunicación no verbal en las interacciones virtuales y telecomunicaciones modernas?

V.N.: Si bien en los entornos virtuales se pierden muchas señales no verbales tradicionales, las tecnologías han evolucionado para compensar esta limitación. Por ejemplo, los avatares animados en reuniones virtuales, el uso de emojis y reacciones en plataformas de mensajería, así como el análisis del tono de voz en asistentes virtuales, permiten transmitir información emocional y mejorar la interacción entre los usuarios.

S.P.: ¿De qué manera los algoritmos de inteligencia artificial pueden interpretar la comunicación no verbal de las personas?

V.N.: La IA es capaz de analizar patrones de compor-tamiento, expresiones faciales, tono de voz y lenguaje corporal para inferir emociones y estados de ánimo. Además, tiene un gran potencial en el análisis de señales fisiológicas, como la actividad cardíaca, la respiración y la sudoración de la piel, proporcionando una visión más objetiva de las respuestas emocionales. No obstante, la precisión de estos modelos aún enfrenta desafíos debido a la variabilidad cultural y el contexto individual, lo que hace necesario seguir perfeccionando los algoritmos y sus interpretaciones.

S.P.: ¿Qué desafíos éticos plantea la utilización de tecnologías de bioingeniería para el análisis y predicción del comportamiento no verbal en humanos?

V.N.: El principal desafío es garantizar el respeto a la privacidad y el consentimiento informado para el uso de los datos personales. También existe el riesgo de sesgos algorítmicos que pueden llevar a interpretaciones erróneas y, en algunos casos, a la manipulación de estas tecnologías con fines de control o discriminación. Es fundamental establecer regulaciones claras y mecanismos de auditoría para asegurar un uso responsable y equitativo, que priorice la protección de los derechos humanos.

S.P.: Recientemente entraron en vigor las primeras prohibiciones de la ley de IA. ¿Cuál es su opinión al respecto?

V.N.: La regulación de la IA es un paso necesario para garantizar su uso ético y seguro. Aunque algunas prohibiciones pueden parecer restrictivas, son fundamentales para prevenir abusos y fomentar la transparencia en el desarrollo y aplicación de estas tecnologías. Lo ideal es encontrar un equilibrio que permita la innovación sin comprometer derechos fundamentales como la privacidad, la seguridad y la no discriminación.

S.P.: ¿Por qué eligió estudiar telecomunicaciones?

V.N.: Desde pequeña, siempre me han gustado mucho las matemáticas y la física, así como la tecnología. Opté por telecomunicaciones en lugar de matemáticas o física pura porque me parecía una disciplina más aplicada y, en ese momento, me fascinaba el espacio y los satélites de comunicaciones.

Hoy en día, volvería a estudiar esta carrera sin dudarlo. Las telecomunicaciones son un campo en constante evolución que impacta directamente en la forma en que nos comunicamos, trabajamos y vivimos. Además, combina diversas áreas como física, matemáticas, programación y electrónica, lo que brinda una gran versatilidad profesional. En mi opinión, la ingeniería de telecomunicaciones forma profesionales con una gran capacidad de adaptación, capaces de desarrollarse en múltiples sectores.

LA SINERGIA HUMANO-IA EN LAS ENTREVISTAS DE TRABAJO

La Revolución Tecnológica en la Evaluación de Candidatos a través de la Comunicación No Verbal

La inteligencia artificial está revolucionando las entrevistas de trabajo al analizar señales no verbales como microexpresiones y gestos, complementando la evaluación humana. ¿Hasta qué punto estas herramientas mejoran la selección de talento? Descubre sus ventajas, desafíos y el futuro de la sinergia humano-IA.

POR **PAU RODRIGO**

En una época tan marcadamente tecnológica como la actual, las empresas siguen enfrentándose a un reto que condiciona fuertemente sus resultados, su crecimiento o incluso su supervivencia: la **captación del talento adecuado**. Hoy por hoy, el factor humano sigue siendo decisivo en multitud de sectores y niveles organizativos y encontrar **a las personas indicadas** para formar equipos y dirigir organizaciones sigue siendo una tarea capital.

Por ello, los equipos de recursos humanos y los técnicos de selección están constantemente buscando formas de **mejorar sus procesos** de captación de talento.

Dentro de ellos, la **entrevista personal**, ese encuentro cara a cara entre futuro empleado y futuro empleador, sigue siendo especialmente relevante. En una breve entrevista de trabajo se puede descubrir el talento humano que la empresa necesita, o dejarlo pasar. O, peor aún, decidir contratar a quien no va a aportar valor a la organización, o, incluso, restárselo.

Dentro del arsenal de herramientas con los que cuentan los profesionales de la captación del talento, las tecnologías más recientes están aportando novedades que pueden **revolucionar los procesos de selección** tal y como los conocemos. Se trata de herramientas basadas en inteligencia artificial (IA) que, en las manos adecuadas, permiten conocer mejor al candidato y jugar con una ventaja antes desconocida en una entrevista de trabajo (Arakawa & Yakura, 2023). En el ámbito de la comunicación no verbal, gracias a la IA, ahora es posible analizar las señales no verbales que emite el candidato, como microexpresiones, gestos y posturas que, en una entrevista tradicional, podrían pasar inadvertidos para el entrevistador (Arakawa & Yakura, 2019).

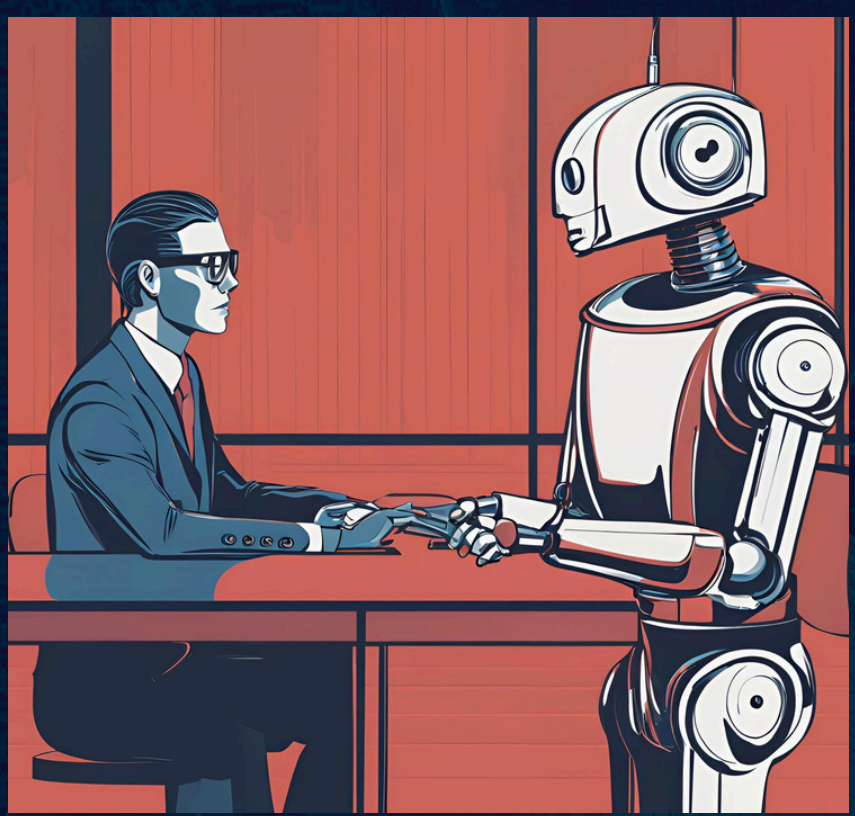
La IA en Comunicación No Verbal durante entrevistas

Como en tantos otros ámbitos en donde han impactado, las herramientas basadas en inteligencia artificial no reemplazan al entrevistador (al menos todavía), pero sí le ayudan a superar más fácilmente las posibles limitaciones del ser humano: sus percepciones subjetivas, sus sesgos, o su falta de conocimiento o habilidad para leer el comportamiento no verbal e interpretarlo adecuadamente en tiempo real (Arakawa & Yakura, 2022).

En este punto, las herramientas de detección basadas en IA pueden añadir a la evaluación del entrevistador humano una valoración precisa, objetiva y basada en datos, que puede facilitar la toma de decisiones del técnico al apoyar su interpretación con la observación de las herramientas IA.

Beneficios y desafíos de los sistemas de IA para evaluación interpersonal

¿Cómo pueden estas herramientas ser útiles? Gracias a sus algoritmos, será posible detectar cambios repentinos en las expresiones faciales, gestos, posturas y tono de voz del candidato, indicando momentos (no siempre evidentes) de estrés, nerviosismo o falta de confianza del candidato en lo que está diciendo (Liu et al., 2023), dando pistas al entrevistador sobre el estado emocional del entrevistado y por dónde puede continuar la entrevista en función del objetivo que tenga: por ejemplo, si un entrevistador detecta que un candidato muestra señales de **dificultad**, tal vez le interese **simplificar las preguntas o proporcionar más contexto** sobre el tema que están tratando para hacer avanzar la entrevista. En el otro lado, si el candidato muestra señales de confianza y fluidez en el encuentro, quizás le interese al entrevistador plantear preguntas **más desafiantes** y evaluar cuál puede ser su verdadero potencial.



Otra ventaja que aporta una herramienta de IA es la **capacidad de registro y cuantificación** de señales, facilitando su interpretación por medio de **algoritmos**. Por ejemplo, en un estudio de análisis y predicción automatizada del desempeño en entrevistas de trabajo (Naim, I., Tanveer, M. I., Gildea, D., & Hoque, M. E., 2016) se encontró que los asentimientos de cabeza durante las entrevistas de trabajo tienen una correlación positiva con la evaluación general de los candidatos, así como comportamientos como el uso adecuado de la sonrisa o la prosodia. Desde una perspectiva observacional, una herramienta puede detectar los asentimientos de cabeza y ayudar a evaluar también el **nivel de atención, receptividad y comprensión** del candidato.

Además, el volumen de datos que estos sistemas pueden manejar en poco tiempo, podría dar a los entrevistadores humanos una visión clara e inmediata sobre el comportamiento del candidato (Muralidhar, 2017).

Pero, ¿hasta qué punto son fiables estas herramientas? Según los estudios, la precisión de los sistemas de inteligencia artificial a la hora de detectar e interpretar señales no verbales es variable en función del tipo de señal.

Por ejemplo, las expresiones faciales básicas se detectan con más precisión que otras más sutiles, o gestos complejos. Pero la evolución de las capacidades de detección y la sofisticación de los algoritmos, puede convertir a los sistemas de IA en el aliado del entrevistador, también en la detección y análisis del comportamiento no verbal.

Sin embargo, a día de hoy existen limitaciones que hacen que la Inteligencia Artificial no pueda emplearse por sí sola a la hora de analizar el comportamiento no verbal de los candidatos. La comunicación no verbal es altamente contextual, y la lectura del contexto es un factor que no es fácilmente incorporable a una interpretación por parte de un algoritmo. Y sin una adecuada lectura del contexto, un análisis no verbal puede quedar invalidado, por muy precisa que haya sido la detección de las señales no verbales. Por otro lado, el sistema hace un tratamiento "universal" de los datos que recaba, sin considerar la línea base de comportamiento del entrevistado, relacionada con su perfil de personalidad. Las individualidades de cada candidato, esenciales para analizar su comportamiento, no son tomadas en cuenta por la Inteligencia Artificial. Esto sería una limitación en el caso de plantear, a día de hoy, un uso autónomo de este tipo de herramientas.

En consecuencia, otro desafío que se pone sobre la mesa es la **detección de falsos positivos**, detección de señales no verbales que, ya sea por falta de precisión o por la ausencia del factor contexto, pueden dar lugar a conclusiones equivocadas. Por ejemplo, la falta de contacto visual por parte del candidato en una entrevista podría interpretarse como falta de implicación o desinterés. Sin embargo, estas señales pueden responder simplemente a manifestaciones de nerviosismo o incomodidad, o ser parte de un comportamiento asociado a la timidez de esa persona o a rasgos culturales. **La evaluación humana** para hacer uso adecuado de estas herramientas sigue siendo necesaria.

Ventajas de la sinergia humano-IA

La cuestión aquí es valorar **qué puede lograr y hacer mejor un evaluador** con la ayuda de la inteligencia artificial, en el estado actual y en el futuro próximo. Es lo que se conoce como el **enfoque híbrido**, como el que realizaron los investigadores Arakawa y Yakura en 2023.

En su estudio, los investigadores desarrollaron un algoritmo centrado en detectar anomalías, señales que indicaban un comportamiento inusual o anómalo en el patrón habitual del candidato, como expresiones faciales, miradas, postura de la cabeza o postura corporal: por ejemplo, expresiones de sorpresa o disgusto en el candidato, evitación del contacto visual, o la inclinación de la cabeza hacia atrás de forma brusca.

En este estudio, el algoritmo detectaba dichas anomalías y proporcionaba la información a los evaluadores, quienes la utilizaban para **complementar su propio juicio y mejorar la calidad de sus evaluaciones**.

A la vista de esto, la sinergia humano-IA proporcionaría varias **ventajas clave**:

1. **Suma de fortalezas**: A la capacidad de la IA de procesar grandes cantidades de datos, **detectar patrones** (también en tiempo real) se uniría la capacidad del humano de interpretar el

comportamiento no verbal dentro del contexto en el que se produce, teniendo en cuenta elementos culturales o personales.

2. **Evaluaciones más precisas y objetivas:** la combinación hombre-máquina puede aumentar la **precisión general** de la evaluación. Los datos recabados de forma más objetiva por la herramienta de IA complementarán la subjetividad y los sesgos de la percepción humana.

3. **Procesos más eficientes**: la IA hace posible la automatización de tareas repetitivas de observación y recogida de datos, como análisis iniciales de vídeos o detecciones de señales, que faciliten que los entrevistadores puedan concentrarse en tareas más complejas.

4. **Retroalimentación más completa:** los entrevistadores podrán comprender mejor el comportamiento de los candidatos gracias a la información que proporcione la IA.

La IA como aliada de los candidatos: Ventajas en entrevistas de trabajo

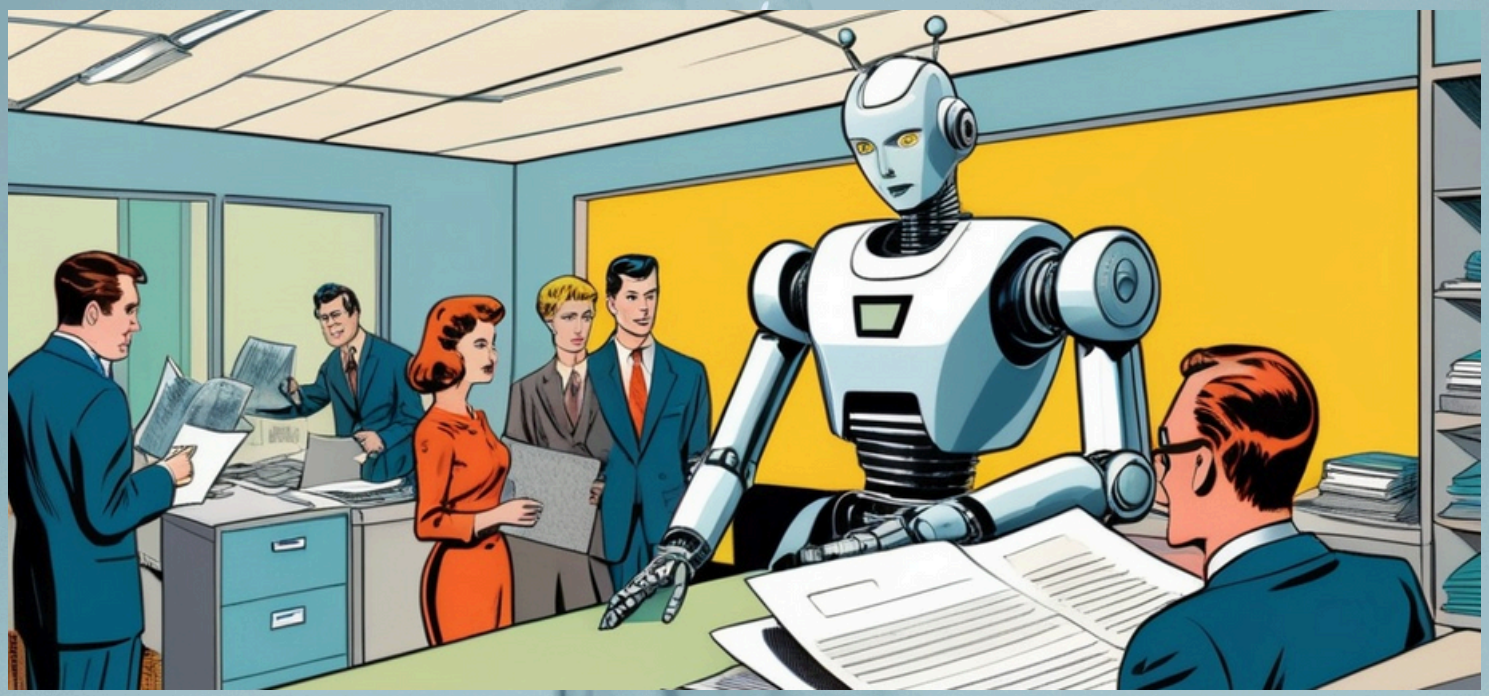
Si bien es cierto que la mayor parte de los estudios se centran en la IA para mejorar procesos de selección desde el desde el punto de vista del reclutador, al otro lado de la mesa también hay ventajas importantes para el entrevistado.

Partiendo de que si el entrevistador tiene mejores herramientas podrá evaluar mejor al candidato, éste se beneficiará de un entorno más justo y objetivo, menos vulnerable ante las limitaciones y sesgos que pueda tener un entrevistador humano por sí solo.

Otro punto interesante es que un candidato puede **prepararse para una futura entrevista** gracias a programas de simulación que le analizan en tiempo real y le pueden proporcionar recomendaciones para mejorar su comunicación verbal y no verbal. Además, la preparación puede ayudar a **mejorar la gestión del estrés** en una entrevista real y a aumentar la confianza del candidato.

Implicaciones Éticas y de Privacidad

La enorme capacidad de recogida de datos por parte de herramientas de inteligencia artificial conlleva una lógica preocupación por su uso ético. Es tal el volumen de información que puede recopilarse que es necesario que las empresas tengan altos estándares de transparencia y cumplimiento con las normativas de protección de datos y la confidencialidad de la información. También, por parte de los candidatos, que deben exigir que se les pida consentimiento y se les informe del uso que se va a hacer de la información que se recabe sobre ellos.



Otro punto a tener en cuenta, más que el de la privacidad, es el de evitar sesgos en la programación y entrenamiento de la IA, de forma que ésta no refleje prejuicios que deriven en evaluaciones con faltas de equidad. En el desarrollo de estas herramientas, es deseable que se procure preservar principios como la diversidad y la inclusión, de forma que los candidatos puedan tener una evaluación justa, sin importar su origen, raza o contexto cultural, por ejemplo. Ahí también tendrán un papel relevante los seres humanos que podrán lograr procesos de selección más precisos, eficientes e inclusivos si hacen prevalecer sus valores en el desarrollo de estas herramientas.

Autor: PAU RODRIGO

Referencias bibliográficas:

Admoni, H., & Scassellati, B. (2015, September). Robot nonverbal communication as an AI problem (and solution). In 2015 AAAI fall symposium series.
Arakawa, R., & Yakura, H. (2019, May). REsCUE: A framework for REal-time feedback on behavioral CUEs using multimodal anomaly detection. In Proceedings of the 2019 CHI conference on human factors in computing systems (pp. 1-13).
Arakawa, R., & Yakura, H. (2022). Human-AI communication for human-human communication: Applying interpretable unsupervised anomaly detection to executive coaching. arXiv preprint arXiv:2206.10987.
Arakawa, R., & Yakura, H. (2023). AI for human assessment: What do professional assessors need? In Extended Abstracts of the 2023 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI EA '23).
Liu, B., Wei, L., Wu, M., & Luo, T. (2023). Speech production under uncertainty: How do job applicants respond? Journal of Computer-Mediated Communication, 28(4), zmad028.
Muralidhar, S. (2017). On job training: Automated interpersonal behavior assessment & real-time feedback. In Proceedings of the 25th ACM International Conference on Multimedia.
Naim, I., Tanveer, M. I., Gildea, D., & Hoque, M. E. (2016). Automated analysis and prediction of job interview performance. IEEE Transactions on Affective Computing, 9(2), 191-204.

ASÓCIATE GRATIS A ASENOVE Y DISFRUTA DE LAS VENTAJAS QUE TE OFRECEMOS

DISFRUTARÁS DE:

- Descuentos en webinars
- Eventos gratuitos exclusivos para socios
- Carnet de socio con número exclusivo
- Acceso a contenidos exclusivos o antes que el resto de seguidores
- Pertenencia a la Asociación de Comunicación No Verbal de referencia en habla hispana (ya somos más de 400 socios)

QUÉ TE PEDIMOS:

- Sólo tendrás que facilitarnos tus datos básicos para poder incluirte como socio
- NO tienes obligación de permanencia (puedes solicitar tu baja cuando quieras)
- En 2025 no cobramos cuota de socio

LA PERCEPCIÓN DE LA COMUNICACIÓN NO VERBAL EN MULTITUDES

Webinar en directo

Ponente:

JULIO PEREIRO

Profesor de Comunicación Social en la Universidad del Centro de la Provincia de Buenos Aires (Argentina)

Miércoles 11/06/25 a las 20.00h
(Hora peninsular española)

Inscríbete cuanto antes.
¡Plazas limitadas!

Público general: 10 € **Socios: 5 €**

Organiza:

ASENOVE
Asociación Española de Comunicación No Verbal

Patrocinan:

CHIRINGUITO Sicsu

BFV_ INFORMÁTICA

Inscripciones:

www.asenove.es

Una expresión eterna

La importancia del contexto en nuestros análisis

POR XIÁN DE LEÓN

Una fotografía captada en el momento preciso. Una imagen congelada. Una expresión que nos cuenta una historia...

Y es que no olvidemos que la fotografía nos puede conducir al lugar exacto en que se tomó, nos aviva recuerdos, nos transmite emociones y nos relata una historia a través de la comunicación no verbal.

Es vital, en todo trabajo de comunicación no verbal, conocer el contexto en el cual vamos a realizar nuestro análisis. Sin este contexto, lo más probable es que nuestro análisis sea incorrecto o, al menos, incompleto. Por ello, nos vamos a trasladar al año 1960, un mundo en profunda transforma-ción. Fue el año en el que se comenzó a construir la gigantesca presa de Asuán que marcó un antes y un después en Egipto. Fue también el año en el que Fidel Castro nacionalizó todas las empresas en el marco de la Revolución Cubana y el año en el que los soviéticos derribaron un avión estadounidense, provocando una crisis diplomática en el marco de la Guerra Fría. Ese mismo año fue elegido presidente de los Estados Unidos John F. Kennedy y la Unión Soviética lanzó al espacio el satélite artificial Sputnik 6. En Europa, se creó la Asociación Europea de Libre Comercio mientras la España franquista se desangraba en el ámbito rural y urbano. Los ciudadanos buscaban salidas que los condujeran a una calidad de vida que no tenían y, mientras el mundo avanzaba a trompicones, el puerto de A Coruña recibió, ese mismo año, a miles de personas que buscaban en él un lugar de salida de sus miserias.

Hablamos del fenómeno de la emigración, el mayor trasvase de población española a América donde A Coruña destacó como uno de los puertos desde donde embarcaron grandes cantidades de ciudadanos.

Hablar del puerto coruñés es conocer la intrahistoria en busca de la supervivencia.

La emigración ha sido estudiada desde la memoria escrita, oral, cinematográfica o audiovisual. Pero demos un paso más y descubramos, a partir de la memoria fotográfica y la comunicación no verbal, las emociones que se nos transmiten.

Los hermanos Antonio y Jesús. Fuente: La voz de Galicia

Antonio y Jesús son los protagonistas de esta imagen; dos hermanos con una historia que contar a través de una fotografía, de sus rostros y de las emociones que en ellos se reflejan.

En el siglo XX, América representaba el paraíso, donde todo el que trabajara podría llegar a hacerse rico, motivo suficiente para que los más valientes y los más desesperados se subieran a un barco y cruzasen el océano Atlántico. Esto es lo que habían hecho cinco años atrás José y Agustín Manuel, padre y hermano mayor de estos dos muchachos.

Ahora le tocaba reencontrarse con ellos al siguiente hermano, Antonio, que debía viajar solo, sin familia, en un barco acompañado de 830 pasajeros rumbo a Venezuela, donde le esperaban sus familiares. Fue el 5 de marzo de 1960 cuando estos dos hermanos, acompañados por su madre, salieron de Barcia, en Val do Dubra, un pequeño pueblo a 64 km de A Coruña.

El viaje por carretera estuvo lleno de imprevistos: los baúles con una carga excesiva, un coche que no cumplió su palabra para traerlos a A Coruña y un camión con cargamento de madera que se ofreció a llevarlos, con la mala suerte de que un inoportuno pinchazo les retrasó la llegada al puerto. Cuando, por fin, pisaron la ciudad coruñesa, vieron cómo el buque ya salía de la bahía. Llegaban tarde. Tuvieron que buscar soluciones; el conductor de una lancha se ofreció para acercarlos al barco, aunque, con un baúl tan pesado, tuvieron que regresar a puerto. María, la madre de los muchachos se marchó en busca de ayuda. El poco dinero que tenían tan sólo les llegaba para regresar a casa, pero no para trasladarse a Vigo, el siguiente puerto donde el barco iba a hacer escala antes de la travesía por el océano.

Y ése es el momento que captura la foto: ahí están Antonio y su hermano pequeño Jesús, aguardando la llegada de su madre, sentados en una pequeña maleta de cartón y apoyados en un enorme baúl.

Por delante de ellos, pasó un destacado fotógrafo, Alberto Martí, que había estado tomando imágenes de la partida del barco. Gracias a él, la historia de Antonio y Jesús es eterna.

Una historia que puede entenderse también a través de sus gestos, posturas y expresiones. Antonio estaba a punto de cambiar su vida para siempre. Su rostro, congelado en esta imagen, en la que se le ha indicado que mire a la cámara, nos muestra a un niño que, por su vestimenta, adivinamos de clase humilde y trabajadora, sentado en su maleta de cartón.

Se ha examinado la expresión corporal asociada a la tristeza (e.g., Fernández-Abascal, 2021; Coulson, 2004). Los hombros caídos y parte superior del cuerpo ligeramente colapsada, los brazos delante del cuerpo y baja tensión corporal son indicadores de la tristeza. Aun siendo una fotografía antigua y no un video, si nos fijamos en su expresión facial, esta apoya la emoción de tristeza indicada por su expresión corporal.

Su descenso de las cejas con una ligera elevación interna (Zarins, 2017), es ejemplo de una expresión facial de tristeza. Tristeza que debe estar sintiendo en este momento Antonio por diferentes motivos; primero dejar a su madre y hermano pequeño sin saber si volverá a verlos y segundo, el no lograr embarcar hacia un futuro mejor con su padre y su hermano mayor.

Lo que sí es cierto es que, viendo la fotografía desde el enfoque de la comunicación no verbal, podemos empatizar más con Antonio y comprender mejor las emociones por las que tiene que estar pasando en este singular momento de su vida. Una visión que, sin conocer el contexto, podría llevarnos a una interpretación errónea de sus expresiones.

¿Pero consiguió finalmente embarcar?

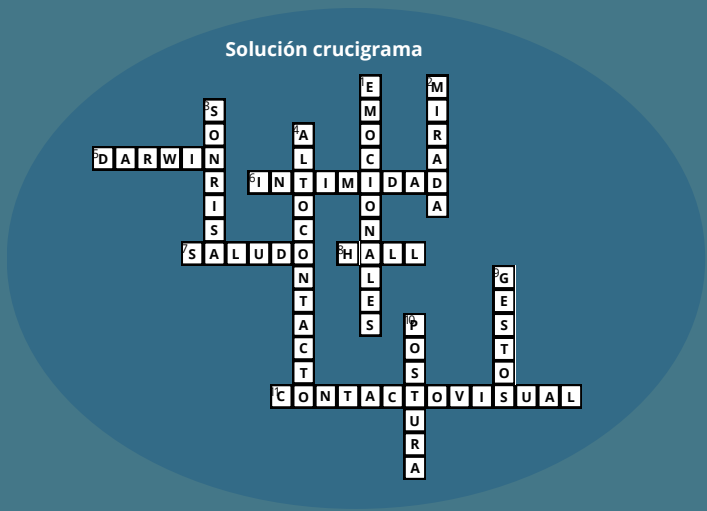
Antonio se subió a ese barco en Vigo. Y sí, también embarcó ese enorme baúl, no podía dejarlo aquí, era su seguro. Nos preguntamos qué llevaba en el baúl. He aquí la respuesta: 96 botellas, casi todas de coñac colocadas en un fondo de paja y de ropa. La idea era venderlas allí y recuperar el dinero del costoso pasaje.

Permítame el lector que acabe esta historia de Antonio con una foto tomada 55 años después en el mismo sitio y con los 3 protagonistas de esta bonita historia que pretende acercar la comunicación no verbal a nuestra historia más reciente.

Los hermanos Jesús y Antonio Mallón con el fotógrafo Alberto Martí 55 años después (Fuente: La Voz de Galicia)

Referencias bibliográficas:

Coulson, M. (2004). Attributing emotion to static body postures: Recognition accuracy, confusions, and viewpoint dependence. *Journal of Nonverbal Behavior, 28*(2), 117-139.
Fernández-Abascal, E.G. (2021). *Psicología de la emoción* (1st ed.). Editorial Universitaria Ramón Areces.
Zarins, U. (2017). *Anatomy of facial expression* (1st ed.). Anatomy next.



PATROCINADORES DE ASENOVE

BFV_
INFORMÁTICA

Soporte informático para empresas

- GESTIÓN DE AYUDAS A LA DIGITALIZACIÓN PARA AUTÓNOMOS Y EMPRESAS
- SERVICIOS EN LA NUBE
- SOFTWARE DE GESTIÓN
- CIBERSEGURIDAD INTEGRAL
- HARDWARE PARA NEGOCIOS Y EMPRESAS
- DESARROLLO A MEDIDA DE APLICACIONES
- SOLUCIONES WEB Y PRESENCIA DIGITAL
- SOPORTE TÉCNICO

bfvinformatica.com **(+34) 868 181 024**