



Facultad de Ciencias Sociales, Derecho y Bienestar

CARRERA DE COMUNICACIÓN

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE GRADO DE
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

MENCIÓN:

Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas

TRABAJO DE TITULACIÓN

MODALIDAD:

Ensayo Académico

TEMA:

La Comunicación no Verbal en el Discurso Político

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Comunicación, opinión pública y democracia

AUTORA:

María Lucía Obando Reyna

TUTORA:

Dra. Roxana Almeida Macías, PHD.

Manta – Manabí – Ecuador
2025-1

TEMA:

La comunicación no verbal en el Discurso Político

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHO DEL AUTOR

Yo, MARÍA LUCÍA OBANDO REYNA, portador de la cédula de ciudadanía No. 1313599910, declaro que el presente trabajo de investigación y criterios emitidos, respetan rigurosamente en todo momento las normas éticas, previstas en la Ley de Propiedad Intelectual, asumo responsabilidad en lo referente a criterios, doctrinas, que contenga el trabajo de investigación, titulado: “LA COMUNICACIÓN NO VERBAL EN EL DISCURSO POLÍTICO”, son de mi autoría, y autorizo a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, para que haga de la investigación o parte de ella, documento disponible para, consultas de investigación, según las normas de la Institución, cediendo y aprobando la reproducción de los derechos patrimoniales del trabajo, con fines de difusión pública, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción, no suponga ganancia económica, y realice los derechos que como autor me corresponden, con excepción de la presente autorización, seguirán vigentes a mi favor, de conformidad con lo establecido en los artículos 5, 6, 8, 19 de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento, en concordancia, con el Art. 144 de la Ley de Educación Superior.

Para constancia firmo a continuación.



María Lucía Obando Reyna
C.I. 1313599910

CERTIFICADO DEL TUTOR

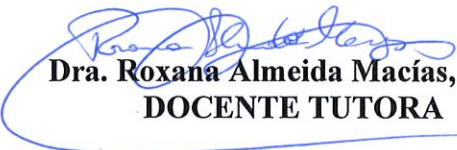
En calidad de docente tutora de la carrera de **Comunicación** de la **Facultad de Ciencias Sociales, Derecho y Bienestar** de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, certifico:

Haber dirigido y revisado el trabajo de titulación de la alumna MARÍA LUCÍA OBANDO REYNA, estudiante de la carrera de Comunicación, período académico 2025(1); cumpliendo el total de 400 horas, bajo la modalidad de **Ensayo Académico**, cuyo tema es “LA COMUNICACIÓN NO VERBAL EN EL DISCURSO POLÍTICO”. Dicho trabajo ha sido desarrollado de acuerdo con los lineamientos internos de la modalidad en mención y en apego al cumplimiento de los requisitos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico, razón por la cual reúne los méritos académicos, científicos y formales suficientes para ser sometido a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente. En consecuencia, la estudiante en mención se encuentra apta para la sustentación de su trabajo de titulación.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 26 de agosto de 2025

Lo certifico,


Dra. Roxana Almeida Macías, PHD.
DOCENTE TUTORA

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, en especial a la Carrera de Comunicación liderada por el Dr. Juan Pablo Trampuz, PHD., personal docente y administrativo por su contribución a mi formación profesional.

Mi más sincero agradecimiento a mi tutora Dra. Roxana Almeida Macías PHD., por su dedicación, apoyo y guía en este proceso. Su profesionalismo y experiencia fueron fundamentales para la culminación del presente trabajo de titulación.

DEDICATORIA

A mis padres Norge y Lucía por ser mi inspiración y pilar fundamental para ser mejor cada día. Gracias por su ejemplo, son sus valores y principios los que han guiado mi vida, con amor este trabajo es para ustedes por siempre confiar en mí.

A mis hermanos Fabián, Karina y Paul, por estar en cada momento de mi vida, gracias por siempre cuidarme y estar cuando más los he necesitado, sin duda los llevo por siempre en mi corazón.

A la familia que escogí Lenin, tu esfuerzo y perseverancia han marcado un antes y después en mi vida, gracias por tu apoyo incondicional, por ayudarme con tus alas a volar más alto, por ser luz en mi vida; pero, sobre todo gracias por tu amor.

TABLA DE CONTENIDO

Resumen.....	8
Abstract.....	9
Introducción.....	10
Desarrollo temático.....	12
Definición y Teoría Comunicación No Verbal.....	12
Sistemas de la Comunicación No Verbal.....	14
Importancia de la Comunicación No Verbal en la Comunicación Política.....	18
Uso del Cuerpo en Debates, Campañas, Ruedas de Prensa.....	19
La Comunicación Política y la Imagen del Líder.....	21
Comunicación Política.....	21
El papel de la Imagen en la Era de los Medios Visuales.....	22
Análisis Discurso Javier Milei en Expoefi 2025.....	25
Biografía y Contexto de la Expo EFI.....	25
Reseña del Discurso de Javier Milei.....	26
Análisis de la Comunicación No Verbal de Javier Milei en la Expo EFI.....	27
Frases de Mayor Impacto No Verbal.....	30
Incongruencia Entre lo Verbal y No Verbal de Javier Milei.....	31
Conclusiones.....	34
Referencias.....	36

Resumen

La comunicación no verbal se considera un subsistema que acompaña de manera intrínseca al lenguaje verbal, en el ámbito político resulta un elemento clave porque permite a la audiencia identificar incongruencias que se contraponen al discurso de un personaje político, al mismo tiempo es esencial para generar de manera intencional percepciones positivas en los votantes y posicionar una imagen de liderazgo y capacidad. Considerando lo anterior, este trabajo tuvo como fin analizar la influencia de la comunicación no verbal en el discurso político y consecuentemente en la percepción del mensaje por parte de la audiencia. Para esto se utilizó una metodología de enfoque cualitativo, como técnica se empleó el análisis documental y el análisis del discurso de Javier Milei en el marco de la Expo EFI 2025. A través de esto se pudo conocer que, la comunicación no verbal influye considerablemente en el discurso político porque ayuda a crear cercanía con la audiencia, dentro del análisis del discurso de este estudio se observó con mayor frecuencia el uso de paralingüística en las variaciones del tono de la voz y gestualidad con las manos y rostro, aunque también se identificaron incongruencias como movimientos pendulares, contacto con la vestimenta, tono de voz alterado y gestos asociados al miedo o sorpresa. Se concluye que el estudio de la comunicación no verbal permite identificar incongruencias entre lo verbal y no verbal conllevando a interpretar la sinceridad del político y el refuerzo de su imagen.

Palabras claves: Comunicación no verbal, gestualidad, paralingüística, discurso político.

Abstract

Nonverbal communication is considered a subsystem that intrinsically accompanies verbal language. In the political sphere, it is a key element because it allows the audience to identify inconsistencies that contradict a politician's discourse. At the same time, it is essential for intentionally generating positive perceptions among voters and positioning an image of leadership and competence. Considering the above, this study aimed to analyze the influence of nonverbal communication on political discourse and, consequently, on the audience's perception of the message. To this end, a qualitative approach was used, employing documentary analysis and discourse analysis of Javier Milei's speech at the EFI 2025 Expo. Through this, it was found that nonverbal communication significantly influences political discourse because it helps to create closeness with the audience. Within the discourse analysis of this study, the use of paralinguistics in variations in tone of voice and gestures with the hands and face was observed most frequently, although inconsistencies were also identified, such as pendular movements, contact with clothing, altered tone of voice, and gestures associated with fear or surprise. It is concluded that the study of nonverbal communication allows for the identification of inconsistencies between verbal and nonverbal communication, leading to an interpretation of the politician's sincerity and the reinforcement of his image.

Keywords: Nonverbal communication, gestures, paralinguistics, political discourse.

Introducción

La comunicación no verbal (CNV) es un componente intrínseco y fundamental dentro de la interacción humana, constituyéndose como una manera efectiva de transmitir mensajes por medio de gestos, expresiones faciales, posturas, uso del espacio y de los sonidos (Almeida *et al.*, 2025). No se considera como una forma de comunicación nueva, sino correcta, pues ha estado desde siempre presente en diferentes culturas, llegándose a entender como un subsistema elemental que enriquece las relaciones interpersonales a la vez que complementa -o contradice- a la comunicación verbal (Bravo y Moreno, 2022).

En el ámbito político, la CNV resulta un tema de especial interés y abordaje, debido a que afecta el modo en que los ciudadanos reaccionan ante los acontecimientos, evalúan a los políticos y participan en la vida política. Además, se considera que este subsistema de comunicación puede funcionar como forma de argumentación retórica al provocar estímulos que evocan un razonamiento generado cognitivamente por el receptor (Kjeldsen y Gelang, 2024). A pesar de que parece ser omnipresente en el contenido político, se sabe relativamente poco sobre su influencia en la opinión pública, aunque en las dos últimas décadas, la investigación ha avanzado considerablemente en el descubrimiento de cómo se construye el entorno político no verbal y cómo afecta a las actitudes y el comportamiento de los votantes [CITATION Dum25 \l 3082].

Con base en lo anterior, se debe añadir que, es importante estudiar con mayor minuciosidad el funcionamiento de la comunicación no verbal dentro del ámbito político, esto, porque ayuda a comprender cómo se percibe el mensaje, cómo se interpreta la sinceridad del político y cómo se refuerza la imagen del orador, para ello se parte desde la premisa de que el lenguaje corporal, la mirada y la sonrisa

pueden influir en cómo la audiencia interpreta las palabras y la imagen del político. De igual modo, con este trabajo se busca aportar al conocimiento científico acerca de la temática tratada, sirviendo como base para futuras investigaciones que busquen profundizar en los ejes previamente descritos.

Para responder a estas inquietudes, el presente artículo se desarrolla bajo los lineamientos de la interrogante: ¿Cómo influye la comunicación no verbal en el discurso político y consecuentemente en la percepción del mensaje en la audiencia?, es por ello por lo que se desarrolla un análisis a profundidad sobre este subsistema de comunicación, buscando alcanzar un entendimiento de su impacto en la política moderna, en específico sobre cómo se configura, se trasmite y percibe el discurso desde la opinión pública.

En ese orden de ideas, este trabajo busca como fin principal analizar la influencia de la comunicación no verbal en el discurso político y consecuentemente en la percepción del mensaje por parte de la audiencia. Para esto se abordan tópicos estrictamente ligados a la temática, tales como: la definición y teoría de la comunicación no verbal, elementos de la comunicación no verbal (gestos, posturas, expresiones faciales, tono de voz), importancia de la comunicación no verbal en la comunicación política, uso del cuerpo en contextos políticos (debates, campañas, ruedas de prensa), la comunicación política y la imagen del líder, y como último punto, se realiza un análisis del discurso de una figura política determinando incongruencias entre lo verbal y no verbal.

Cada uno de estos ejes temáticos sirven para realizar un acercamiento a los dilemas que rodean a la CNV en el ámbito político, abordando los diferentes aspectos relacionados con el discurso, así como la capacidad del líder político para transmitir emociones y mensajes que complementan o contradicen el mensaje verbal.

Desarrollo temático

Definición y Teoría Comunicación No Verbal

En la comunicación y el entendimiento mutuo entre las personas, se le asigna un papel importante a la comunicación no verbal, es decir, el lenguaje de los gestos y los movimientos corporales. Este tipo de comunicación, considerada la más amplia y fiable de todas, comenzó a estudiarse a principios de la década de 1960, aunque no fue sino hasta 1970 cuando se le prestó especial interés, cuando Julius Fast publicó su libro «Body Language», en el que resumía las investigaciones sobre los aspectos no verbales de la comunicación, llevadas a cabo por científicos del comportamiento (Kelmaganbetova *et al.*, 2023); a partir de entonces han surgido varios enfoques y conceptos que acercan a un mejor entendimiento sobre esta, mismos que se abordan a detalle en los siguientes enunciados.

Desde un sentido amplio, Belío [CITATION Bel21 \n \t \l 3082] menciona que esta se trata de un sistema de comunicación, al cual define como “el conjunto de signos que conforman los sistemas paralingüísticos (cualidades fónicas, signos sonoros fisiológicos o emocionales, pausas y silencios), kinésico (gestos, maneras y posturas), proxémico (espacio y contacto físico) y cronémico (concepción y estructuración del tiempo)” (p. 2). En ese sentido, el autor realiza un análisis general sobre cada aspecto que conforma la CNV, resaltando que esta consiste en un sistema de cuatro grandes elementos que facilitan la comprensión del mensaje dentro de un proceso de comunicación.

Por otra parte, y de modo más específico, Castro y Oseda [CITATION Cas215 \n \t \l 3082] han concebido a la CNV como “el conjunto de mensajes transmitidos y recibidos por personas que no implica la lengua; expresa estados emocionales, intenciones, temperamento, educación y el nivel inconsciente” (p.

5734). En este caso se hace énfasis en mensajes alternativos de comunicación, donde la lengua ejerce un papel secundario, pues como describen los autores, en muchas ocasiones la posición del cuerpo, las expresiones, el tono de voz y el contacto visual pueden llegar a sugerir más que las palabras.

Desde un punto de vista similar, Pizarro y Oseda [CITATION Piz21 \n \t \l 3082] han descrito que la CNV se manifiesta en una serie de elementos referentes a “la forma de mirar, al cómo manifestar los gestos, el ritmo de voz, la tonalidad y la posición del cuerpo” (p. 1885), es decir que, de acuerdo con los autores, esta forma de comunicación ofrece una serie de elementos esenciales que acompañan el lenguaje verbal y son importantes principalmente al momento de expresar emociones en un contexto de intercambio constante de mensajes.

Desde una perspectiva histórica, Buitrago [CITATION Bui21 \n \t \l 3082] aborda el sentido etimológico de la CNV, mencionando que esta se relacionaba antiguamente a “las voces del cuerpo o a lo que los griegos llamaban la *schêmata-schêmata*. La *schêmata* contempla esos sonidos del cuerpo que funcionan como vehículo, recipiente y mensaje en sí mismos; a su vez, estos manifiestan, expresan, gritan y callan.” (p. 58). Este ha sido un concepto fundamental para el estudio y la comprensión histórica de la CNV, siendo el precursor de este pensamiento Aristóteles, para quien el ser humano adecuaba su *schêmata* conforme con la intención de su discurso.

Asimismo, es importante entender su significado antropológico, dentro del cual se considera como una disciplina que guarda relación con el ser humano y su cultura dentro de un universo complejo de comportamientos del que se ha estudiado muy poco, en el que además se le ha dado mayor énfasis al lenguaje verbal, pero esto no significa que lo que se comunica a través del comportamiento no tenga la misma

importancia. También, esta se asocia con dos dimensiones: biológica y social. La biológica es intrínseca del hombre, mientras que la social se aprende y abarca lo formal (conceptos); informal (imitación) y técnico (científico); de este modo se constituye como la base cultural que vincula al ser humano con su pasado y hacia su evolución, la que ha servido para que aprenda a vivir en sociedad y se acople a su entorno sociocultural (Castro y Oseda, 2021).

Sistemas de la Comunicación No Verbal

Tal como se ha conocido previamente, la literatura describe cuatro grandes sistemas de CNV como son: paralingüísticos, kinésico, proxémico y cronémico. Cada uno de estos merece un análisis particular dentro de esta investigación, poniendo especial énfasis en elementos como gestos, posturas, expresiones faciales y tono de voz; ayudando a un mejor entendimiento de dichos sistemas y cómo intervienen en la transmisión de un mensaje a la audiencia.

El primer elemento de análisis corresponde a los gestos, entendidos como acciones utilizadas con la intención de comunicar y suelen expresarse con los dedos, las manos y los brazos. Generalmente esto se utilizan para para ilustrar, enfatizar, indicar, explicar o interrumpir, lo que significa que no pueden aislarse de la comunicación verbal. Es por esto que se considera como un componente de la forma más natural de comunicación conocida por los seres humanos, pues como se ha dado a conocer, se encuentran presentes en más del 75% de las conversaciones cara a cara (Kelmaganbetova *et al.*, 2023).

Su estudio ha generado interés a lo largo de la historia, así en 1969 se dieron las primeras investigaciones relacionadas con la gestualidad, siendo Ekman y Friesen los referentes de mayor representatividad en este aspecto, aunque su estudio se centró en los gestos de las manos, concluyeron que existen cinco tipos o categorías

de señales no verbales como son: emblemas, ilustradores, reguladores, señales de afecto y adaptadores [CITATION Sán221 \l 3082]; las que se explican a continuación:

- Emblemas: estos se aprenden del proceso de socialización y es conocido por todos quienes conforman un grupo cultural en específico. A diferencia de otros tipos de gestos, los emblemas no requieren del apoyo del lenguaje verbal. Tienen carácter de ser icónicos, simbólicos y arbitrarios. Estos pueden sustituir las palabras, y aunque generalmente se manifiestan con las manos, también pueden realizarse con el rostro. Un ejemplo puede ser el uso de las manos para indicar estar de acuerdo, en el que suele utilizarse el dedo pulgar hacia arriba y el resto de los dedos apretados.
- Ilustradores: estos suelen confundirse con los emblemas, aunque su diferencia radica en que pueden cambiar su significado de una cultura a otra. Son especialmente utilizados para reforzar lo que se está diciendo mediante el habla, por lo que van unidos al discurso simultáneamente. Un ejemplo de gesto ilustrador es cuando se realiza un semicírculo con los dedos para señalar el tamaño de un objeto.
- Reguladores: estos sirven como elemento para mantener la interacción verbal entre dos o más personas. Ayudan a regular la conversación y la escucha permitiendo identificar cuál de los interlocutores ejerce el control sobre la misma. Generalmente se aprenden desde el nacimiento debido a la observación y repetición. Ejemplo de estos son las señales de asentimiento o negación que se realizan con la cabeza para indicar acuerdo o desacuerdo.
- Señales de Afecto: Estos guardan relación con el estado de ánimo, que, aunque generalmente suelen expresarse con el rostro, también existen gestos

corporales que cumplen esta función. Se añade que la ansiedad y la tensión producen cambios perceptibles en los movimientos corporales, de este modo una señal típica de la rabia se manifiesta cerrando y apretando el puño de la mano.

- Adaptadores: corresponden a gestos no intencionales e inconscientes que se realizan para autorregularse en diferentes circunstancias de la vida cotidiana. De estos se depreden los gestos auto-adaptadores que consiste en movimientos de manipulación del cuerpo sobre todo del rostro; los adaptadores externos que se orientan a estrategias de interacción como el cortejo o el cruce de los brazos; y adaptadores dirigidos a objetos con los que se manipula algún objeto como jugar con un lapicero.

Como se observa en el análisis anterior, existen diferentes categorías de gestos que refuerzan, acompañan o sustituyen a la comunicación verbal, cada una de estas con características particulares que permiten identificar reacciones, intenciones y hasta emociones dentro de un proceso de interacción. En ese sentido, su estudio brinda una comprensión amplia sobre el efecto que estos pueden tener en la audiencia o el receptor conforme con su intencionalidad.

El segundo sistema de análisis corresponde a las posturas, que indican un estado estático y no deben confundirse con los movimientos corporales. Las posturas incluyen estar tumbado, sentado, de pie, encorvado, con los brazos cruzados, entre otras [CITATION Öne20 \l 3082]. De igual modo se menciona que estas son representativas del afecto bruto y reflejan dimensiones como la amabilidad y la hostilidad. Las posturas corporales pueden afectar la forma en que una persona percibe, reacciona e interpreta la información. Adoptar posturas específicas puede influir en la probabilidad de que se produzcan ciertos pensamientos y servir como

indicio de cómo las personas se ven a sí mismas y a los estímulos externos (Zloteanu *et al.*, 2021).

En torno a este aspecto se han distinguido varios tipos de posturas, así está la postura abierta en que la persona está de pie con el pecho y el abdomen expuestos y los brazos relajados y ligeramente separados del cuerpo. La postura cerrada, por otro lado, se identifica por una persona con los brazos cruzados y los hombros encorvados. Al ocupar más espacio y estar relajada en una postura abierta, una persona parece más segura y dispuesta a comunicarse. La postura relajada en la que la persona se encuentra físicamente cómoda y no está ejerciendo ningún esfuerzo sobre su cuerpo. La postura tensa se produce cuando los músculos de una persona se contraen debido al estrés físico o emocional. La postura erguida que indica atención e interés en la situación, y por último la postura encorvada, que sugiere que la persona está desinteresada o carece de atención (Almeida *et al.*, 2025).

Como tercer sistema de análisis se encuentran las expresiones faciales, las que transmiten información sobre el estado emocional de una persona y son una de las formas más importantes de comunicación no verbal. Asimismo, representan un factor poderoso que afecta al afecto, la cognición y el comportamiento de otras personas (Sagliano *et al.*, 2022). A diferencia de otros tipos de comunicación no verbal, son universales y aunque si bien se espera que los sentimientos de alegría, tristeza, miedo, ira y sorpresa se comuniquen de manera similar en todo el mundo, la frecuencia y el contexto en que se utilizan estas expresiones faciales difieren de una cultura a otra (Dahlan *et al.*, 2024).

El cuarto y último sistema de análisis corresponde al tono de voz que se encuentra dentro del campo del paralenguaje o paralingüística, que permite analizar los diferentes matices de la voz. Dicho esto, el paralenguaje es un componente

consciente o inconsciente de la metacomunicación que puede modificar el significado, aportar matices o transmitir emociones mediante el uso de técnicas como la prosodia, el tono, el volumen, la entonación, entre otros. Por ende, la voz puede ser una poderosa fuente de información, puesto que a menudo proporciona información valiosa sobre los estados emocionales y cognitivos del comunicador (Guyer *et al.*, 2021).

En concordancia con lo anterior se debe añadir que, “el ritmo, tono, prosodia, volumen y también de las pausas o silencios es determinante a la hora de poner contexto y sacar conclusiones tanto cognitivas como emocionales del conjunto de la intervención” (Gordo, 2023, p. 41). En ese sentido la autora considera que, la forma en que se habla o se expresan palabras tiene igual o mayor importancia que las palabras en sí, dando de este modo un realce considerable a la forma de comunicar y el potencial que tiene el paralenguaje al momento de dirigirse a la audiencia (Guyer *et al.*, 2021).

Importancia de la Comunicación No Verbal en la Comunicación Política

La política es uno de los campos con mayor uso de la palabra, aunque también es donde más impacto tienen los gestos. Por ello en los últimos años ha trascendido la importancia de estudiar no sólo lo que un político dice sino cómo lo dice, lo cual ha servido para contrastar la coherencia entre lo verbal y lo no verbal. Históricamente la gestualidad ha tenido un uso representativo en la política, ejemplo de ello fueron los emperadores bizantinos para quienes la ausencia de gestos y la actitud indiferente reforzaban su atributo imperial y su posición de poder; y es que como señala Gordo [CITATION Gor25 \n \t \l 3082] “un solo gesto puede influir para siempre en la reputación de un político” (p. 3), por tal razón la CNV es clave para construir su figura, construir su estatus y darle posicionamiento en la sociedad.

Se debe argumentar además que, la CNV es especialmente importante en la transmisión del mensaje político, esto se debe a que la figura del líder se ha convertido en el eje principal y el tramitador de la identidad de su partido. Por ende, el éxito del mensaje radica en la manera en que se personalizan los códigos emisores y su masiva difusión. En ese cometido la CNV se viene utilizando como una herramienta de espectacularización con la que se busca realzar la figura de los líderes político, quienes “son entrenados para controlar los factores que determinan la correcta ejecución de su lenguaje no verbal, en su ánimo por seducir y dominar las emociones del telespectador” (Rodríguez y Hernández, 2024, p. 440.)

En dicho sentido se entiende que la CNV en el ámbito político surge como “una herramienta poderosa para confrontar y manipular la percepción pública. (...) la cual puede ser utilizada para reforzar la autoridad, así como la imagen de los líderes” (Medina, 2024, p. 54). Por ese motivo los líderes deben conocer cómo los gestos, las posturas y las expresiones inciden en la percepción de la audiencia, a la vez que los adapta como elementos claves para fortalecer su posición política. Y es que resulta pertinente mencionar que los sistemas de CNV son una herramienta clave para transmitir emociones y conectar con el electorado, conllevando a su vez a afianzar la autoridad y liderazgo del personaje político.

Uso del Cuerpo en Debates, Campañas, Ruedas de Prensa

Tal Como se ha venido mencionando, la CNV y sus elementos son piezas claves durante en el ámbito político, por lo cual suele emplearse en las distintas etapas y actividades de una campaña. Por ejemplo, se ha descrito que “la gestión del lenguaje no verbal es crucial en un debate. Las posturas firmes, el contacto visual directo y una entonación segura proyectan confianza y seguridad. También es importante evitar gestos que puedan ser percibidos como agresivos o defensivos”

(Quiroga, 2024, p. 8), esto último porque puede tener influencia en la credibilidad del personaje político.

Por otro lado, se ha afirmado que la actitud es crucial en las campañas electorales, donde se toma en cuenta no solo el discurso sino también la manera en que los gestos y expresión paraverbal pueden generar un impacto en la audiencia. En torno a esto se explica que “en los debates electorales se hace especialmente relevante el impacto de todos los elementos no verbales, desde la imagen a la gestualidad, por la relevancia que tiene en las audiencias de los medios de comunicación” (Gordo, 2023, p. 5). Y esto tiene un punto cumbre que sucede en los debates televisivos previo a las elecciones, dado principalmente porque permite analizar detenidamente al candidato, conllevando a identificar incoherencias entre el lenguaje verbal y paraverbal desde el punto de vista de la audiencia.

Uno de los ejemplos más destacables corresponde al primer debate televisado de EE. UU., que tuvo lugar un 26 septiembre de 1960 y cuyos protagonistas fueron Richard Nixon y John F. Kennedy. El segundo les dio importancia a los aspectos visuales, mostrándose maquillado, bronceado y vestido de chaqueta negra, resaltando frente al traje gris de Nixon. Como resultado, la audiencia lo percibió más apuesto y decidido, dándolo como ganador. Un aspecto que llamó la atención fue que para los oyentes de radio Nixon había sido superior, siendo esto una muestra clara de que los elementos de la CNV tienen el potencial de generar percepciones en la audiencia y afianzar el liderazgo de un personaje político (Holgado, 2021; Kjeldsen y Gelang, 2024).

Ante esto es importante añadir que, en diversas ocasiones los líderes más elocuentes con discursos bien elaborados no logran convencer a la audiencia debido a su presentación poco creíble, mientras que, por otro lado, líderes con cualidades

menos elocuentes son capaces de cautivar al electorado y ganarse su apoyo a través de su carisma y la integración de elementos no verbales. Esto se debe a que, en el caso de algunos líderes con discursos muy preparados, puede resultar evidente que a veces existe una incongruencia entre el mensaje verbal transmitido y las señales no verbales que lo acompañan. Es decir que, cuando se trata de liderazgo y persuasión, los políticos deben ser conscientes de lo que dicen, cómo lo dicen y a quién dirigen su mensaje (Senior *et al.*, 2022).

La Comunicación Política y la Imagen del Líder

Comunicación Política

Dentro de este trabajo resulta pertinente y esencial abordar la comunicación política para entender de mejor manera cómo se interrelaciona con la CNV y sus elementos. De este modo se lograron identificar una serie de definiciones con similitudes importantes, por ejemplo, se la ha entendido como una actividad en la que intervienen personas y entidades “en la que, como resultado de la interacción, se produce un intercambio de mensajes con los que se articula la toma de decisiones políticas, así como la aplicación de estas en la comunidad” (Ríspolo, 2020, p. 106); esta definición destaca la participación de los líderes, electores y medios de comunicación en un marco en que interactúan constantemente afectando las decisiones políticas.

En concordancia con lo anterior se la ha concebido como “una serie de actos comunicativos que afectan al funcionamiento de un sistema político”. (Baltezarević y Baltezarević, 2024). Para otros en cambio “es un quehacer orientado a la generación de creencias y opiniones sobre los asuntos políticos. En tal sentido, el destinatario principal de la comunicación política es la ciudadanía y los emisores

principales de información son los propios políticos” (Barandiarán *et al.*, 2020, p. 270). Criterios que más allá de diferir, coinciden en su aspecto transformativo en el que los medios toman el protagonismo para influir en las opiniones de la audiencia y en las decisiones políticas.

Cabe indicar que el avance de las tecnologías digitales ha afectado a muchos aspectos de la vida contemporánea, incluida la comunicación política (Baltezarević y Baltezarević, 2024). Esto ha dado paso a lo que se denomina el gobierno representativo, en el que se ha democratizado la comunicación de lo político, dando importancia a la imagen del líder por sobre las ideas, y el sitio del candidato por sobre el partido político. Por ende, se puede argumentar que “la política ha quedado capturada por el espacio de los medios de comunicación y las redes sociales, fuera de la esfera de estos medios sólo hay marginalidad” (Ríscolo, 2020, p. 102), es decir que la atención comunicacional se ha reorientado hacia la opinión pública acerca del candidato y sus cualidades personales.

El papel de la Imagen en la Era de los Medios Visuales

Como se ha venido mencionando con anterioridad, la figura del político ha cobrado mayor fuerza en el electorado, destacando incluso más que el partido político al que pertenece. En ese sentido, el político actual se ha convertido en un producto en el que su imagen se encuentra directamente ligada a los medios de comunicación. Y al ser parte inherente de la comunicación, este cumple un proceso al momento de emitir un mensaje, en dicho proceso “el político es el emisor, el receptor es la ciudadanía y los públicos involucrados y el mensaje dependerá de su estrategia de posicionamiento” (Sevilla, 2021, p. 95), de esto se debe destacar que el

impacto dependerá de los estímulos verbales y no verbales de los que se haga uso para generar una percepción en la audiencia.

En consonancia con lo anterior se debe destacar que esta importancia que ha venido alcanzando el líder político se torna aún más fuerte “cuando existen medios de comunicación, que permiten que la imagen llegue a miles de espectadores, los cuales se encuentran pendiente de los mensajes en los que refuerzan acciones de poder y liderazgo” (Álvarez, 2022, p. 29). Esto refuerza más la premisa de que la imagen del líder se ha masificado y los medios juegan un rol especialmente relevante en su posicionamiento, sobre todo en un contexto donde la viralidad de los contenidos audiovisuales está a la orden del día.

En ese orden de ideas es preciso destacar que los elementos visuales que circulan en los medios de comunicación juegan un papel relevante en la percepción ciudadana sobre un político, a este fenómeno se le ha denominado “guerra de imágenes”, en el que todas las campañas buscan realzar – o poner en duda – la capacidad del líder, aprovechando la facilidad y rapidez en que se difunde contenido, en torno se ha mencionado que existen “algunas formas iconográficas que perviven en los media contemporáneos y, por el otro, se abren nuevas perspectivas iconográficas en lo que concierne a las formas de representación del poder” (Salvadó *et al.*, 2020, p. 195), es decir que los medios visuales se han convertido en una herramienta para democratizar y representar el poder.

Según se indica, la llegada de los medios masivos generó una primera transformación en la comunicación política, facilitando la amplificación de la imagen del personaje político y fueron por mucho tiempo una herramienta clave para potenciar su influencia en la sociedad y establecer la agenda política en un país. A

pesar de ello, “con la digitalización de la comunicación y el desarrollo de la web se ha modificado nuevamente la relación de los ciudadanos con la política. Los medios masivos han dejado espacio para que se instalen formas de comunicación digital” (Luzuriaga y Baquerizo, 2022, p.3), esto ha permitido que se dejen atrás formas de comunicación unidireccionales y se dé paso a métodos más descentralizados e interactivos que generan cercanía con la población.

En esta nueva configuración, la CNV ha alcanzado también mayor trascendencia, puesto que las normas sociales que rodean la expresión emocional han evolucionado como resultado de la adopción de emojis, stickers y otras expresiones digitales como nueva herramienta de comunicación no verbal (Baltezarević y Baltezarević, 2024). Esto fortalece aún más la relación entre el político y sus electores puesto que “la digitalización del mundo de lo político moviliza diferentes tipos de vínculo entre los candidatos y la ciudadanía, del mismo modo que discursos políticos de los internautas” [CITATION SLi23 \l 3082], de igual manera han consolidado espectacularización de la política, donde la imagen del líder suele resaltarse conforme con tendencias personales y profesionales (Egea y Zamora, 2023).

Una técnica comunicacional que ha sido clave para realzar la imagen del personaje político ha sido el *storydoing*, definido dentro del ámbito de la comunicación política como “una técnica narrativa que, a través de la visualización de acciones o experiencias, moviliza el sentido social y, al mismo tiempo, incrementa la credibilidad y legitimidad del líder político” (Sarasqueta, 2021, p. 78), es decir que, la masificación de la imagen del político se encuentra acompañada de elementos visuales representativos de su labor que comunican más allá de lo verbal y permiten generar emociones y conclusiones cognitivas en la audiencia.

Análisis Discurso Javier Milei en Expoefi 2025

Biografía y Contexto de la Expo EFI

Javier Milei de 54 años y actual presidente de la República Argentina, es un líder que ha revolucionado la política argentina y probablemente la regional debido a su discurso disruptivo acerca de las prácticas tradicionales sobre el manejo económico del Estado. Es un economista de profesión nacido el 22 de octubre de 1970, además ha publicado una serie de libros en torno al ámbito económico y al movimiento “libertario”, tales como: “Política económica contrarreloj (2014), El retorno al sendero de la decadencia argentina (2015), Libertad, libertad, libertad (2019), Pandemonics (2020) y El camino del libertario (2022)” (Aranda *et al.*, 2022, p. 2).

Ha sido posicionado en una línea política de extrema derecha conservadora, aunque se autodefine como un “libertario-anarquista” o “anarcocapitalista”, llegó a la presidencia tras su victoria en segunda vuelta de noviembre de 2023, consiguiendo más de 14 millones de votos, esto de la mano del partido político “La Libertad Avanza”, convirtiéndose en el primer líder liberal-libertario de su país. Su premisa como líder responde a la doctrina de esta ideología, que considera la reducción mínima del Estado y el libre mercado como medios de desarrollo económico de un País, lo cual ha traído controversias en un contexto político cada vez más polarizado (del Pino, 2024).

El discurso de Javier Milei llegó al poder con un discurso disruptivo, centrado en el uso de calificativos peyorativos contra el kirchnerismo y la izquierda en general a quienes denomina la “casta”, en alusión a los últimos gobernantes que según él han causado la mayor crisis económica que venía golpeando a la nación

argentina. Su frase emblema “Viva la libertad carajo” le dio notoriedad entre el electorado, viendo en este una alternativa a la política tradicional que había gobernado el país por alrededor de 24 años (Suazo, 2024).

EL presidente Milei habló en el marco de desarrollo de la Expo EFI el 30 de abril de 2025, en un discurso que duró más de una hora, tiempo en el que se refirió no solo a la oposición sino también a los logros económicos de su gobierno, así como los planes a futuro en su gestión. La Exposición Argentina de Economía, Finanzas e Inversiones (Expo EFI) es un evento que se celebra anualmente y tiene una duración de dos días, se compone de conferencias, workshops, seminarios sectoriales, espacio literario y stands de contenido Económico, Financiero y de Inversiones. A esta se dan cita los principales economista y analistas, quienes debaten sobre perspectivas de la economía nacional e internacional [CITATION Exp25 \l 3082].

Reseña del Discurso de Javier Milei

El discurso de Javier Milei en la Expo EFI 2025 tuvo una duración aproximada de una hora y media, en su apertura comienza agradeciendo a los organizadores del evento y enfatiza que el tema a tratar es “La hora del crecimiento económico”. Como parte inicial comienza hablando sobre la situación de la economía argentina al inicio de su mandato, dentro una línea discursiva propia de éste, basada en el ataque y descalificación de la oposición. Realiza un recorrido por las extremas medidas económicas que debió tomar junto a su equipo para controlar el déficit fiscal que había causado una grave crisis económica en Argentina.

Luego de esto mencionó a detalle los logros alcanzados desde que asumió la presidencia, entre las que destacó principalmente la reducción de la inflación y de los

índices de pobreza en dicha nación. Seguidamente y conforme con el marco de la Expo EFI, abrió espacio a una sección del debate para hablar de temas técnicos relacionados teórica económica ejemplificando siempre en su gestión y los avances obtenidos por la aplicación de las medidas de reducción de estado, tasas de cambio y libre mercado.

Análisis de la Comunicación No Verbal de Javier Milei en la Expo EFI

En este contexto se realizó un análisis de la comunicación no verbal de este personaje político durante su discurso, identificando un conjunto de signos relacionadas con cada sistema de CNV. Por ejemplo, en lo paralingüístico se observó el uso de signos sonoros fisiológicos, emocionales, pausas y silencios, regulando el tono de voz conforme con cada momento, así para resaltar los logros de su gestión empleaba una voz más clamada y serena, reflejando seguridad ante la audiencia, mientras que cuando se refería a la oposición utilizaba un tono de voz más enérgico con el que transmitía estados emocionales como rabia y frustración.

Por otro lado, se analiza el sistema kinésico que contempla el uso de gestos, maneras y posturas, este fue el de mayor observación durante el discurso, siendo frecuente el uso de gestos ilustrativos con las manos para reafirmar logros o en explicaciones puntuales a lo largo del evento. También se observó el uso continuo de gestos adaptadores como llevarse el dedo a la frente, a la nariz, contacto de la vestimenta con la mano, y apoyo en manos y cuerpo en el atril. Por otro lado, se identificó una postura abierta, generalmente erguida que transmitía seguridad en el uso del lenguaje hablado y pleno conocimiento sobre el tema tratado.

En torno a lo proxémico, el discurso dentro de esta categoría responde al contexto en el que se desarrolla, que para este caso fue en un salón de amplio

espacio, donde el exponente se situó en el atril y se dirigió desde una distancia considerable a la audiencia. Durante el tiempo que duró la exposición se mantuvo en el atril y la interacción con los asistentes se dio a modo de conversatorio utilizando gestos de asentimiento y señalando la asistencia de personajes importantes en su gestión.

Con respecto a lo cronémico, este líder político realizó un uso adecuado del tiempo al momento de transmitir mensajes, por ejemplo, se tomaba el tiempo propicio para acentuar sobre logros puntuales en su gestión con voz pausada, tratando de generar una reacción en la audiencia. Para este fin también hizo uso de un libreto el cual le ayudó a marcar los temas y tiempos conforme con la duración de su intervención. De este modo pudo extenderse a detalle en temas como las medidas empleadas, los logros alcanzados en su gestión y las previsiones para los años venideros.

Cabe indicar que, la CNV se observó con mayor frecuencia en momentos clave, principalmente cuando el líder político se dirigía a la oposición (políticos, periodistas y profesionales) con insultos peyorativos, empleando un tono de voz enérgico, acentuando la gestualidad con las manos y empleando gestos reguladores como el quitarse y ponerse los anteojos constantemente. En otras ocasiones el uso característico de la CNV fue más notorio cuando se contenía de mencionar agravios hacia sus oponentes, o los decía parcialmente, pero sus gestos llevaban a la audiencia a interpretar lo que quería expresar con el lenguaje hablado, causando reacciones como risas y aplausos entre los asistentes.

Otro aspecto por resaltar es que, en este discurso prevaleció lo paralingüístico y lo kinésico, signos de CNV que fueron mayormente notorios hacia la mitad de la

exposición, específicamente en la sección técnica sobre teoría económica abordada por Milei, mostrando mayor variación en el tono de la voz y la gestualidad, observándose una comunicación más entusiasta y enérgica.

En la tabla a continuación se describen los principales hallazgos del análisis del discurso motivado de estudio conforme con cada categoría de CNV:

Tabla 1

Análisis de la CNV en el discurso de Javier Milei en Expoefi 2025

Sistemas de CNV	Hallazgos
Expresiones faciales	A lo largo del debate mantuvo una expresión facial mayormente estática, mantuvo mirada fija a la audiencia, realizaba gestos de frustración y desagrado con el rostro al mencionar a sus opositores, y Levantaba las cejas cuando quería conectar con los asistentes en determinados temas, sobre todo en los de teoría económica.
Gestos	Se observaron gestos emblemas e ilustradores con las manos al momento de mencionar logros y calificativos hacia los opositores. Gestos adaptadores sobre todo al inicio del discurso en el que se mostró visiblemente nervioso y a lo largo de la exposición llevaba su mano o dedo hacia la frente, la nariz y vestimenta.
Posturas	Mantuvo una postura abierta y erguida a lo largo del discurso evidenciando seriedad y seguridad, aunque por momentos apoyaba las manos y el cuerpo al atril, mostrando una postura más relajada.
Apariencia	Vistió un traje clásico y tradicional color negro, camisa celeste en alusión a la bandera de su país y corbata negra, reflejando seriedad en consonancia con el contexto del discurso.
Háptica	Debido a que el discurso se realizó desde un atril no hubo contacto físico para afianzar la comunicación hablada
Proxémica	En cuanto al uso del espacio el discurso se dio desde un atril bajo una distancia social y pública, en la que la interacción con la audiencia se dio a través de asentimientos, gestos faciales y de las manos.
Paralenguaje	Se empleó variaciones de la voz para transmitir mensajes en momentos claves, por ejemplo, una voz más clamada para mencionar medidas y logros, mientras que empleaba una voz más

Sistemas de CNV	Hallazgos
	enérgica al referirse a sus oponentes y detractores.

Fuente: elaboración propia

Frases de Mayor Impacto No Verbal

Continuando con el análisis es preciso citar las frases con mayor impacto no verbal y que más comunican a la audiencia, describiendo a su vez los elementos de CNV observados en cada frase, tal como se indica en la siguiente tabla:

Tabla 2

Frases con mayor impacto no verbal y que más comunican

Frases	Aspectos de CNV
“es la hora del crecimiento económico”	Apretura del discurso, tono de voz calmado y mirada directa a la audiencia para transmitir confianza y seguridad.
“estábamos al borde de un colapso comercial externo, un colapso financiero interno”	Uso de gestos ilustrativos con las manos.
“[el presupuesto] tiene que entrar por la cámara de diputados porque son los representantes del pueblo (supongamos)”	Usa tono de voz irónico y burlesco, realiza gestos faciales y genera risas entre el público.
“no saben dibujar un cero ni con un vaso, claro, por eso sistemáticamente tuvimos déficit fiscal y desastre que tuvimos”	Uso de la voz para comunicar con énfasis y gestos faciales para transmitir sentimientos de frustración con este organismo.
“[la pobreza] cayó 22 puntos porcentuales, es decir que los liberales desalmados que no quieren a la gente sacaron de la pobreza a 10 millones de seres humanos”	Uso de tono irónico de la voz y acentuación de este logro, gestos faciales, causando reacción de aplausos entre la audiencia.
“los laboratorios que venden Adermicina están felices, con tanto dolor en los mandriles (opositores)”	Emplea tono irónico y burlesco de la voz, uso de gestos faciales para causar reacción en la audiencia.
“la inflación tiene fecha de defunción y es a mitad del año que viene”	Uso acentuado de la voz, uso de gestos ilustrativos con el dedo.
“no vamos a ceder, no vamos a parar hasta que Argentina sea el país más libre del mundo”	Gestos ilustrativos con las manos, tono de voz calmado pero convincente, mirada fija al público.
“[al socialismo] les daría igual hacer una	Uso de gestos ilustrativos con las manos, tono

Frases	Aspectos de CNV
ruta o un puente de oro, o de cristal o de cemento, total no hay precio, total paga otro”	enérgico e irónico de la voz.
“y lo único que podía sacarnos de todo esto es una revolución que no es solamente económica, sino que es esencialmente y sobre todas las cosas, una revolución moral”	Aumenta el volumen de la voz, tonalidad eufórica y convincente, intensifica los gestos ilustrativos de las manos.
“viva la libertad carajo”	Frase de cierre con tono de voz alto y eufórico que le caracteriza a su discurso.

Fuente: elaboración propia

Incongruencia Entre lo Verbal y No Verbal de Javier Milei

En torno a lo analizado se debe indicar que conforme con el discurso de Javier Milei en el marco de la Expo EFI 2025 se identificaron una serie de incongruencias entre lo verbal y lo no verbal, principalmente en el lenguaje corporal y el tono de voz, y a pesar de que su tono de voz se mostraba desafiante en determinados momentos, su comunicación no verbal dejaba ver elementos disonantes, tales como:

- Movimientos pendulares e inestables: se observaron gestos de balanceo que podrían indicar rechazo o tensión, sobre todo en momentos cuando se salía del guion del discurso.
- Contacto con la vestimenta y partes del cuerpo: estos gestos adaptadores que son indicativos de nerviosismo y vulnerabilidad se dieron en afirmaciones contundentes sobre todo cuando se refería a sus detractores (la casta) y a reformas efectuadas en su manda.
- Tono de voz alterado: en ocasiones Javier Milei tornaba su voz aguda conocida como *baby talk*, que es una estrategia inconsciente cuando se

busca generar empatía y confianza en la audiencia, se hizo presente en frases que buscaban convencer al público sobre reformas y logros.

- Gestos relacionados con el miedo o sorpresa: Se observaron gestos faciales frecuentes, arrugaba la nariz, levantaba las cejas y sonreía horizontalmente, lo que se contraponía por momentos a su discurso agresivo, sugiriendo tensión, rechazo interior o miedo subyacente.

Habiendo detallado lo anterior, en la siguiente tabla se muestran a modo de resumen las incongruencias clave observadas en el análisis del discurso:

Tabla 3

Incongruencias clave entre lo verbal y lo no verbal

Comunicación verbal (qué dice)	Comunicación no verbal (cómo lo dice)
Sugiere firmeza y control en su discurso	Presentó gestos de nerviosismo, inestabilidad del estado de ánimo, sobre todo al inicio.
Se muestra impetuoso y dominante	Se observaron señales de vulnerabilidad emocional.
Manejó un humor agresivo y confrontativo con sus detractores	Presentó variaciones en la voz con tono aflautado y gestos de miedo o necesidad.
Ideología ultraliberal y libre mercado	Se observó tensión cuando habló de temas controversiales, como el recorte de presupuesto, medidas económicas críticas y reformas laborales.

Fuente: elaboración propia

Conforme con lo anterior se puede deducir que, si bien Javier Milei se destaca por manejar una línea discursiva enérgica y dura principalmente cuando se refiere a sus opositores, su paralenguaje y kinésica usualmente revelan una carga emocional intensa, contrario a la seguridad que proyecta. Esta agresividad podría representar una fachada retórica detrás de la cual puede existir vulnerabilidad y ansiedad, aspectos que se hacen más evidentes cuando habla de temas controversiales en torno a su mandato como las reformas económicas y laborales

efectuadas para frenar el déficit fiscal que mantenía a la República Argentina en una crisis económica sin precedentes.

Conclusiones

Una vez que se ha cumplido con el proceso de investigación del presente ensayo, es importante destacar los hallazgos más significativos encontrados en cada uno de los apartados, los que se mencionan a detalle en los siguientes enunciados:

- En lo que respecta al análisis teórico de la comunicación no verbal se ha podido conocer que, su abordaje científico inicio en la década de los sesenta, aunque en el ámbito político generó mayor interés en las últimas dos décadas. Como parte de dicho abordaje se han identificado cuatro categorías que responden a lo paralingüístico, lo kinésico, proxémico y cronémico; estas refuerzan la comunicación y permiten identificar incongruencias entre lo verbal y lo no verbal.
- En el ámbito político la CNV representa un aspecto de esencial importancia porque permite posicionar la imagen del líder ante la percepción de los electores, sobre todo porque es un campo donde más allá de lo que se dice, importa más el cómo se lo dice, por ende, se puede argumentar que el paralenguaje y la gestualidad se han vuelto indispensables en un contexto donde el personaje político es el eje principal de su partido y las campañas se han reorientado hacia una mayor proximidad entre el líder y la ciudadanía.
- Dentro de estos preceptos se ha encontrado que la comunicación política desempeña un papel clave en la formación de la imagen de un líder político ante la audiencia, sobre todo en la era de los medios visuales en la que los contenidos se difunden con mayor facilidad y rapidez, aportando en unos casos a la espectacularización de la política y en otros a la democratización del poder, independientemente de uno de estos fines, se ha podido comprobar

que la comunicación política facilita la amplificación de la imagen del líder, influye en la sociedad e incluso conlleva a establecer agendas políticas.

- Por último, en lo concerniente al análisis del discurso de Javier Milei en la Expo EFI 2025, se observó el uso de diferentes sistemas de CNV. El de más destacado en este caso correspondió a la gestualidad empleada mayormente con gestos emblema e ilustrativos con las manos, expresiones fáciles y gestos corporales adaptadores. Lo paralingüístico también se hizo presente mediante variaciones en el tono de voz, pausas y acentuaciones en determinadas palabras y frases, principalmente en las referidas a sus detractores políticos. Se identificaron incongruencias entre lo verbal y no verbal tales como movimientos pendulares, contacto con la vestimenta, tono de voz alterado y gestos asociados al miedo o sorpresa, contrapuestos a su discurso agresivo.

Referencias

- Almeida, R., Cedeño a, C., Cevallos, N., Bailón, N., & Vergara, A. (2025). *Manual de comunicación no verbal para el comunicador*. Manta, Ecuador: Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. <https://goo.su/cEhYP7>
- Álvarez, R. E. (2022). Análisis de la imagen política de Guillermo Lasso durante la campaña electoral a Presidente del Ecuador. Caso: Facebook y Twitter, periodo Noviembre 2020 – Abril 2021. 111. Riobamba, Ecuador: Universidad Nacional de Chimborazo. <https://goo.su/HhcO>
- Aranda, I., Neil, M. D., & Santín, M. V. (2022). Un avance voraz: el veloz posicionamiento de Javier Milei. *Política y Comunicación*(1), e010-e010. <https://goo.su/78Txoj>
- Baltezarević, I., & Baltezarević, R. (2024). La utilidad de la comunicación no verbal en las campañas políticas. *Bilsel International Sumela Scientific Researches Congress*, 898-905. <https://goo.su/hntptfG>
- Barandiarán, X., Unceta, A., & Peña, S. (2020). Comunicación Política en tiempos de Nueva Cultura Política. *Icono 14*, 18(1), 256-282. <https://doi.org/10.7195/ri14.v18i1.1382>
- Belío, H. S. (2021). La comunicación no verbal en ELE: progresión didáctica para los gestos emblemáticos. *Revista de Didáctica Español Lengua Extranjera*(32), 1-21. <https://doi.org/https://acortar.link/xsWVAi>
- Bravo, E. R., & Moreno, D. (2022). Comunicación no verbal de emociones: variables sociodemográficas y ventaja endogrupal. *Revista iberoamericana de psicología*, 15(2), 97-107. <https://doi.org/10.33881/2027-1786.rip.15209>

- Buitrago, E. G. (2021). Comunicación no verbal: las voces del cuerpo detrás de los cristales. *Enunciación*, 6(1), 57-73.
<https://doi.org/https://acortar.link/mnUB6I>
- Castro, R. d., & Oseda, D. (2021). Influencia de la comunicación no verbal en el liderazgo transformacional de docentes en instituciones educativas. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(4), 5728-5756.
https://doi.org/https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i4.720
- Dahlan, S., Wulandari, S., & Ramdani, A. (2024). Facial expressions: nonverbal communication in Eastern Indonesia. *Proceedings of ICoLT-Hybrid Conference*, 1(1), 202–211. <https://acortar.link/ZlMhxn>
- del Pino, D. (2024). Javier Milei y el populismo empresarial en Argentina: “el empresario exitoso es un benefactor social”. *Revista de Comunicación de la SEECI*(57), 1-21. <https://acortar.link/WRpkoN>
- Dumitrescu, D. (2025). Comunicación política no verbal. En A. Nai, M. Grömping, & D. Wirz, *Elgar Encyclopedia of Political Communication*. Northampton, Estados Unidos: Edward Elgar Publishing. <https://acortar.link/vLIT6l>
- Egea, M., & Zamora, R. (2023). La personalización política como estrategia digital: análisis de los marcos visuales que definen el liderazgo político de Isabel Díaz Ayuso en Instagram. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 29(3), 567-579. <https://doi.org/10.5209/esmp.84824>
- Expo EFI. (2025). ¿Qué es? <https://expoefi.com/preguntas-frecuentes/>
- Gordo, M. C. (2023). Comunicación no verbal en Pandemia. Cuando la vida nos obligó a mirarnos a los ojos. *Revista de Comunicación y Salud*(13), 37-52.
<https://doi.org/https://doi.org/10.35669/rcys.2023.13.e321>

- Gordo, M. C. (2025). La comunicación no verbal al servicio de la imagen: Análisis de Barack Obama. *European Public & Social Innovation Review*, 10, 1-21.
<https://doi.org/10.31637/epsir-2025-1506>
- Guyer, J. J., Briñol, P., Vaughan, T. I., Fabrigar, L. R., Moreno, L., & Petty, R. E. (2021). Paralinguistic Features Communicated through Voice can Affect Appraisals of Confidence and Evaluative Judgments. *Journal of Nonverbal Behavior*, 45(4), 479–504. <https://doi.org/https://acortar.link/lyk4Pr>
- Holgado, I. J. (2021). Lenguaje corporal en los políticos españoles de la última década a través de los debates electorales. 44. Sevilla, España: Universidad de Sevilla. Obtenido de <https://acortar.link/NSsLc8>
- Kelmaganbetova, A., Mazhitayeva, S., Ayazbayeva, B., Khamzina, G., Ramazanova, Z., Rahymberlina, S., & Kadyrov, Z. (2023). The Role of Gestures in Communication. *Theory and Practice in Language Studies*, 13(10), 2506-2513. <https://doi.org/https://doi.org/10.17507/tpls.1310.09>
- Kjeldsen, J. E., & Gelang, M. (2024). La comunicación no verbal como argumentación: el caso de los debates políticos televisivos. *Argumentation and Advocacy*, 60(1), 18-37. <https://doi.org/10.1080/10511431.2023.2294236>
- Luzuriaga, E., & Baquerizo, G. (2022). Caracterización del liderazgo político: usabilidad y dinámicas de interacción en Twitter: Estudio de casos múltiples en Ecuador. *VISUAL REVIEW. International Visual Culture Review / Revista Internacional de Cultura Visual*, 9(4), 1-14.
<https://doi.org/10.37467/revvisual.v9.3538>
- Medina, A. J. (2024). Concepción de la comunicación no verbal presente en los líderes gubernamentales venezolanos. *REDHECS: Revista electrónica de*

- Humanidades, Educación y Comunicación Social*, 32(25), 44-60.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=10161603>
- Öneri, G. (2020). A Review of Communication, Body Language and Communication Conflict. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*, 24(9), 2833-2844. <https://acortar.link/A971Qu>
- Pizarro, M. S., & Oseda, D. (2021). Influencia de la comunicación no verbal en las relaciones interpersonales. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(4), 1881-1894. <https://doi.org/https://acortar.link/3gPPOT>
- Quiroga, L. (2024). Claves de la comunicación política: cómo armar un discurso potente, persuasivo e inclusivo. *Revista digital CEMCI*(64), 3-50.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=10019289>
- Ríspolo, F. (2020). El campo de la comunicación política: el lugar de la comunicación de gobierno. *Postdata*, 25(1), 99-135.
<https://acortar.link/kdudtv>
- Rodríguez, I., & Hernández, M. (2024). Análisis de la comunicación no verbal de José Luis Rodríguez Zapatero. *Revista Latina de Comunicación Social*(65), 436-450. <https://doi.org/10.4185/rlcs-2010-1090>
- Sagliano, L., Ponari, M., Conson, M., & Trojano, L. (2022). Editorial: The interpersonal effects of emotions: The influence of facial expressions on social interactions. *Frontiers in Psychology*, 8(13), 1-3. <https://doi.org/https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1074216>
- Salvadó, A., Fernández, A. A., & Tedesco, B. (2020). De Lincoln a Putin: el motivo visual del líder político caminando en los media españoles. *VII Congreso Internacional de la Asociación Española de Investigación de la*

- Comunicación* (págs. 193-204). Valencia: Comunicación y diversidad.
<https://acortar.link/HFU6FN>
- Sánchez, I. (2022). Los Gestos Icónicos como Comunicación No Verbal y su Influencia en el Procesamiento del Lenguaje. 204. La Laguna, España: Universidad de La Laguna. <https://acortar.link/vn37B5>
- Sarasqueta, G. (2021). Técnicas de la comunicación política ante la era de la infoxicación y la interrupción: del storytelling al storydoing. *Comunicación y Hombre*(17), 73-84. <https://doi.org/10.32466/eufv-cyh.2021.17.648.73-84>
- Senior, C., Stewart, P. A., & Dumitrescu, D. (2022). Editorial: Comprender el papel de las expresiones no verbales en la política. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.892103>
- Sevilla, C. (2021). Imagen Política: la estrategia que llegó para quedarse. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*(97), 91-101. <https://doi.org/10.18682/cdc.vi97.3936>
- Slimovich, A. (2023). *Redes sociales, televisión y elecciones argentinas: La mediatización política en la "era K"*. Buenos Aires, Argentina: EUDEBA. <https://goo.su/XhMEG>
- Suazo, J. F. (2024). El camino del libertario de Javier Milei. *TEKNÉ Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 2(1), 20-22. <https://doi.org/10.69845/tekn.v2i1.346>
- Zloteanu, M., Krumhuber, E. G., & Richardson, D. C. (2021). Sitting in Judgment: How Body Posture Influences Deception Detection and Gazing Behavior. *Behav Sci (Basel)*, 11(85), 1-17. <https://doi.org/https://acortar.link/pb35vs>