



Facultad de Ciencias Humanas y Sociales
Doble Grado en Traducción e Interpretación y Global Communication

Trabajo Fin de Grado de Global Communication

Estudio comparativo de la comunicación no verbal en el debate presidencial Trump-Harris 2024

Estudiante: Laura Marini Calvo

Directora: Prof.^a M.^a Dolores Rodríguez Melchor

Madrid, marzo de 2025

*Al inagotable amor por el estudio cultivado en estos años
y a los profesores que lo alimentáis cada día,
en especial, a mis tutores de los Trabajos Fin de Grado*

*A todas las personas que siguen buscando
la historia que llevan dentro*

A Álvaro, que es el desenlace más bonito

Índice de contenidos

1	INTRODUCCIÓN	1
1.1	Justificación y motivos.....	1
2	ESTADO DE LA CUESTIÓN	4
2.1	La comunicación no verbal	4
2.1.1	Definición de comunicación no verbal	4
2.1.2	Elementos de la comunicación no verbal.....	5
2.1.3	La relevancia de la comunicación no verbal en las interacciones humanas	7
2.2	Los debates políticos presidenciales	7
2.2.1	Origen, evolución e impacto de los debates políticos presidenciales	7
2.3	La comunicación no verbal en los debates políticos presidenciales	11
2.3.1	El rol de la comunicación no verbal en los debates políticos presidenciales.....	11
2.3.2	Componentes no verbales en los debates políticos presidenciales	11
2.4	La comunicación no verbal en el debate presidencial Trump-Harris 2024	13
3	MARCO TEÓRICO	15
3.1	Polarización y medios de información	15
3.2	Cinésica	16
3.2.1	Gestos.....	17
3.2.2	Emociones Universales y Microexpresiones	18
3.3	Oculésica	19
4	OBJETIVOS, PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN E HIPÓTESIS	21
4.1	Preguntas de Investigación	21
4.2	Hipótesis	21
5	METODOLOGÍA	22
5.1	La retransmisión televisada	22
5.2	La cobertura mediática	22
5.3	La encuesta	22
5.3.1	Diseño de la encuesta.....	23
5.3.2	Población objeto de estudio	23
5.3.3	Técnicas de obtención de información utilizadas	23
5.3.4	Análisis de datos	24
5.3.5	Descripción de la muestra.....	25
6	ANÁLISIS Y DISCUSIÓN	26
6.1	Análisis personal de la comunicación no verbal del debate a partir de la retransmisión televisada	26
6.2	Análisis de la comunicación no verbal del debate a partir de la encuesta	29
6.2.1	Valoración de la comunicación no verbal.....	30
6.2.2	Polarización de las respuestas.....	33
6.2.3	Edad y medios de comunicación.....	35
6.2.4	Género y aspectos estéticos.....	36
7	CONCLUSIONES	39
8	BIBLIOGRAFÍA	42
9	ANEXOS	45

9.1	Encuesta realizada	45
9.2	Tabla para el análisis de comunicación no verbal en el debate presidencial.....	47

Índice de gráficos

<i>Gráfico 1: Distribución por género.</i>	25
<i>Gráfico 2: Distribución por edad.</i>	25
<i>Gráfico 3: Valoraciones positivas en la franja de 17 a 26 años.</i>	30
<i>Gráfico 4: Valoraciones positivas en la franja de 26 a 35 años.</i>	31
<i>Gráfico 5: Valoraciones positivas en la franja de 35 a 50 años.</i>	31
<i>Gráfico 6: Valoraciones positivas en la franja de mayores de 50 años.</i>	32
<i>Gráfico 7: Distribución de respuestas polarizadas por grupo.</i>	34
<i>Gráfico 8: Apariciones de medios en los que se ha obtenido información sobre el debate según las franjas de edad analizadas.</i>	36
<i>Gráfico 9: Diferencias de valoración entre los géneros del peinado.</i>	36
<i>Gráfico 10: Diferencias de valoración entre los géneros del maquillaje.</i>	37
<i>Gráfico 11: Diferencias de valoración entre los géneros de los accesorios.</i>	37
<i>Gráfico 12: Diferencias de valoración entre los géneros de la vestimenta.</i>	37

Índice de tablas

<i>Tabla 1: Tabla para el análisis de comunicación no verbal en el debate presidencial</i>	<i>47</i>
--	-----------

1 INTRODUCCIÓN

1.1 Justificación y motivos

La comunicación política constituye uno de los pilares fundamentales de las democracias modernas, en las que el debate presidencial es una de las manifestaciones más representativas y determinantes en la configuración de las preferencias ciudadanas. En particular, en Estados Unidos, epicentro de decisiones políticas, el estudio de las dinámicas comunicativas adquiere una gran relevancia para comprender la complejidad de las interacciones entre candidatos y ciudadanos.

En este contexto, la comunicación no verbal se configura como un elemento de especial importancia: más allá de las palabras pronunciadas por los candidatos, la forma en la que gesticulan, sus expresiones faciales o incluso su postura tienen un impacto en cómo la audiencia recibe sus mensajes.

Kamala Harris y Donald Trump representan figuras contrastantes tanto en términos de visión política como de estilos comunicativos, lo que convierte sus interacciones en un escenario perfecto para explorar las consecuencias de la comunicación no verbal en las interpretaciones del electorado.

El presente trabajo surge de un interés personal por entender cómo las personas construyen sus percepciones en contextos de exposición mediática, un fenómeno relevante debido a su influencia en el ámbito político y social. Desde el campo de la comunicación, se reconoce que los debates presidenciales son un escaparate para analizar los mensajes políticos, que van más allá del discurso verbal. En particular, resulta interesante explorar los elementos de la comunicación no verbal, muchas veces percibidos de forma subconsciente y la interpretación que hace la ciudadanía, especialmente cuando están condicionados por las narrativas de los medios y redes sociales. Además, la elección del debate presidencial de 2024 de Trump y Harris responde, por una parte, a su relevancia política y mediática y, por la otra, a un deseo personal de aportar un estudio a un tema de gran actualidad, con implicaciones tanto académicas como prácticas en la esfera democrática.

El debate presidencial entre Trump y Harris en 2024 se desarrolla en un contexto excepcional, puesto que, inicialmente, el candidato demócrata designado para las elecciones era el entonces presidente Joe Biden, quien había sido el rival de Trump en las elecciones de 2020.

Sin embargo, tras el desempeño de Biden en el primer debate contra Trump, comenzaron a surgir dudas dentro del Partido Demócrata, situación que precipitó una serie de decisiones estratégicas que culminaron en la sustitución de Biden por la entonces vicepresidenta Kamala Harris como candidata presidencial.

Este contexto es fundamental para entender la importancia del análisis de la comunicación no verbal en este debate. Dada la atención mediática y la expectativa generada por el cambio de candidato, la comunicación no verbal (CNV) adquirió un peso significativo en la percepción pública y en la construcción de la narrativa posdebate.

El objetivo principal de este trabajo es analizar la percepción del significado de la comunicación no verbal de los candidatos durante el debate presidencial entre Trump y Harris de las elecciones estadounidenses de 2024. En este sentido, se pretenden determinar las interpretaciones más comunes que los espectadores atribuyen a elementos de la comunicación no verbal de cada candidato y considerar la posible influencia de comentarios externos (redes sociales y medios de comunicación) en dichas interpretaciones. Para ello, se han planteado dos preguntas de investigación que guían el estudio:

1. ¿Qué interpretaciones atribuyen los espectadores a elementos específicos de la comunicación no verbal de Harris y Trump en los fragmentos seleccionados del debate?
2. ¿En qué medida las interpretaciones de los encuestados están influenciadas por los comentarios previos que han leído en redes sociales o medios de comunicación sobre los gestos de los candidatos?

A partir de estas preguntas, se formula la hipótesis de que los encuestados que fueron expuestos a comentarios sobre los elementos de la CNV de los candidatos en redes sociales y medios de comunicación interpretan estos elementos de manera más polarizada (con respuestas más extremas) respecto a aquellos que no vieron ningún comentario en estos espacios.

Para abordar estos objetivos, el trabajo se estructura en diferentes apartados.

Para comenzar, se presenta un estado de la cuestión, en el que se revisa la literatura sobre la comunicación no verbal, su papel en la política y su impacto en los debates presidenciales. A continuación, se desarrolla el marco teórico, donde se analizan las principales teorías y enfoques sobre la CNV, con especial énfasis en aspectos como la cinésica o la oculésica.

A continuación, en el apartado de metodología, se expone el diseño de la investigación, que combina un análisis de la cobertura mediática y del vídeo del debate con una encuesta dirigida a los espectadores. Se detalla la población objeto de estudio, las técnicas de obtención de información utilizadas y el proceso de análisis de los datos.

En la sección de análisis y discusión, se presentan los resultados obtenidos y se contrastan con los planteamientos teóricos previos; se examinan las valoraciones de la CNV de ambos candidatos, el grado de polarización de las respuestas y la influencia de factores como la edad, el género y el medio de información de los encuestados.

Por último, en las conclusiones, se reflexiona sobre los hallazgos del estudio, se analiza si se confirma o refuta la hipótesis inicial y se señalan las principales aportaciones y limitaciones de la investigación. Además, se plantean posibles líneas de estudio futuras que podrían enriquecer el análisis de la comunicación no verbal en contextos políticos.

En resumen, en un mundo donde las elecciones se disputan no sólo en los platós de televisión, sino también en los algoritmos de redes sociales y de las agendas mediáticas, comprender cómo se forman y transforman las interpretaciones ciudadanas a través de todos los elementos de la comunicación es crucial para fortalecer la democracia y la participación ciudadana.

2 ESTADO DE LA CUESTIÓN

2.1 La comunicación no verbal

2.1.1 Definición de comunicación no verbal

Para comprender la comunicación no verbal en su totalidad, es necesario conocer cuáles son sus orígenes teóricos y analizar cómo diversos autores la han estudiado a lo largo del tiempo.

En un primer momento, se podría definir la CNV como el intercambio de un mensaje entre emisor y receptor a través de medios que no implican el uso de palabras, sino el uso de expresiones faciales, gestos, tono de voz, contacto visual, postura y uso del espacio. Uno de los pioneros en el estudio de la CNV fue Charles Darwin, que sentó las bases para el análisis de las expresiones faciales. Según el autor, humanos y animales compartimos ciertas expresiones faciales que nos ayudan a comunicarnos sin la necesidad de palabras (Darwin, 1872). Tras este estudio, fueron muchas las disciplinas que se interesaron por el análisis e investigación de la CNV. Ray L. Birdwhistell (1970) introdujo el concepto de cinésica, es decir, el estudio de los movimientos corporales como formas de comunicación. Birdwhistell retomó las ideas de Darwin y sugirió que, a pesar de que el científico hiciese un buen trabajo a la hora de observar y describir el comportamiento no verbal de los animales, ciertos vacíos teóricos no permitieron saber si ese comportamiento estaba más influenciado por la cultura que por la biología y no tuvo en cuenta que el modo en que usamos nuestro cuerpo (gestos, expresiones, postura) cuando interactuamos con los demás no es sólo algo biológico, sino que también está influenciado por la sociedad y la cultura.

However, for certain problems with which the human sciences are concerned today, it makes a great deal of difference whether or not vocal and body motion systems ultimately derive their order from the biological base or are exclusively a product of social experience (p. 37).¹

¹ Sin embargo, para determinados problemas de los que se ocupan hoy las ciencias humanas, es muy diferente si los sistemas vocales y de movimiento corporal derivan o no en última instancia de la base biológica o son exclusivamente un producto de la experiencia social (traducción propia).

A la teoría de Birdwhistell, se sumaron contribuciones importantes como el estudio de la proxemia de Edward T. Hall, que profundizó en el uso del espacio en las interacciones sociales (1972). Ekman y Friesen (1969) complementaron este enfoque con sus estudios sobre los gestos; clasificaron y analizaron las expresiones faciales y los movimientos del cuerpo que comunican emociones. Ambos conceptos se explicarán con mayor detalle a lo largo de este trabajo.

Asimismo, es importante mencionar a Albert Mehrabian, que realizó grandes avances en los signos no verbales y en su relevancia en la comunicación. De hecho, Mehrabian concluyó que el 93 % del significado de un mensaje se transmite a través de los canales no verbales y que, por lo tanto, sólo el 7 % del aporte comunicativo llega a través de los signos del sistema lingüístico. Su trabajo fue crucial para enfatizar que, en situaciones de ambigüedad o cuando las palabras no coinciden con los gestos, las personas tienden a confiar más en las señales no verbales que en las verbales (Mehrabian, 1972).

En la misma línea de pensamiento, Flora Davis destacó cómo la capacidad de interpretar y emplear adecuadamente la CNV es esencial en las interacciones cotidianas. Davis argumenta que, en muchos casos, el significado de lo que se dice está más determinado por las señales no verbales que por las palabras en sí. Asimismo, la autora retoma teorías y puntos de vista de sus compañeros de campo y examina las diferentes formas, funciones e influencias en la CNV (Davis, 2010).

Se puede concluir, por tanto, que el punto en común de todas estas teorías es la importancia del cuerpo como medio de expresión para complementar, reforzar o incluso contradecir el mensaje verbal. La CNV es una parte central del proceso comunicativo y tiene una gran capacidad para transmitir significados y emociones que son indispensables para la interacción humana.

2.1.2 Elementos de la comunicación no verbal

La CNV está compuesta por elementos que, aunque no implican el uso de palabras, transmiten significados esenciales en las interacciones humanas. Según Knapp, los elementos de la CNV se pueden clasificar en varias categorías (1982):

1. Comportamiento cinésico

Se refiere a los movimientos corporales, incluidos los gestos, la postura y las expresiones faciales. Knapp destaca que los movimientos corporales no sólo acompañan al lenguaje verbal, sino que también son capaces de transmitir información por sí mismos.

2. Proxemia

El concepto de proxemia se refiere al uso del espacio en la comunicación. La proxemia estudia cómo las personas manejan las distancias físicas en sus interacciones y cómo estas distancias varían según la relación entre los interlocutores, las normas culturales y el contexto situacional.

3. Paralenguaje

El paralenguaje se refiere a los aspectos relativos a la voz que acompañan el habla, como el tono de voz, el volumen, el ritmo, la entonación y las pausas. El paralenguaje se considera un componente fundamental de la CNV debido a su impacto en la interpretación emocional de los mensajes.

4. Apariencia física

Otro componente de la CNV es la apariencia física. Knapp resalta que el aspecto físico de una persona, como la vestimenta o el peinado, puede tener un fuerte impacto en la percepción de los demás, pues la apariencia física a menudo actúa como una primera impresión que condiciona cómo se interpretará el comportamiento posterior del orador.

5. Háptica

La háptica se refiere al uso del tacto y es una de las formas más básicas de la CNV, ya que tiene un impacto emocional muy profundo. Sin embargo, el uso del tacto varía mucho según las normas culturales y el contexto social.

6. Oculésica

El contacto visual es otro de los elementos clave en la CNV. La oculésica estudia el comportamiento ocular en las interacciones y cómo la dirección, duración y frecuencia del contacto visual pueden influir en la interpretación del mensaje. Por ejemplo, el contacto visual puede transmitir atención, interés y sinceridad, pero también puede ser utilizado para expresar poder o dominancia.

7. Factores del entorno

En esta categoría se engloban todos los elementos que interfieren en el interlocutor pero que no son parte directa de él, como muebles, luz, olores etc.

Todos estos elementos tienen un valor incalculable a la hora, no sólo de interactuar en cualquier entorno, sino también de traer determinadas conclusiones sobre la intención del mensaje del emisor.

2.1.3 La relevancia de la comunicación no verbal en las interacciones humanas

Como ya se ha podido comprobar, aparte de reforzar lo que se dice con palabras, la CNV también puede desvelar información oculta o inconsciente sobre las intenciones y emociones de los interlocutores. En el ámbito de la CNV, es interesante considerar las aportaciones de Sonia El Hakim López y Teresa Baró. Aunque sus trabajos se enfocan más en la divulgación que en la investigación científica, sus perspectivas ofrecen un marco interesante sobre cómo los elementos no verbales influyen en las interacciones humanas.

Sonia El Hakim López subraya que la CNV es una herramienta fundamental para establecer y mantener vínculos sociales. Según El Hakim (2021), nos ayuda a saber cómo se siente alguien emocionalmente y, además, podemos usarla para entender otros aspectos de la persona, como su personalidad, lo que piensa hacer, sus actitudes o motivaciones, e incluso cómo está procesando información en su mente.

Similar al pensamiento de Sonia El Hakim es el de Baró (2012), que argumenta que el dominio de la CNV permite a las personas transmitir una imagen positiva, auténtica y confiable, lo que es decisivo en casi todos los ámbitos de la vida.

En resumen, la CNV es un elemento central en las interacciones humanas que va más allá de complementar el lenguaje verbal. La CNV tiene la capacidad de fortalecer las relaciones, mejorar la comprensión mutua, gestionar los conflictos y proyectar una imagen de confianza y autenticidad. El dominio de esta forma de comunicación es muy importante no sólo para el éxito profesional, sino también para lograr relaciones personales más profundas y significativas.

Sin embargo, la CNV se puede ampliar, como ya se ha mencionado, a muchas disciplinas y a muchos ámbitos de la vida y de las relaciones personales, por lo que se considera oportuno estudiar ahora la influencia de la CNV en la política y, en específico, en los debates políticos presidenciales.

2.2 Los debates políticos presidenciales

2.2.1 Origen, evolución e impacto de los debates políticos presidenciales

Los debates presidenciales son una de las herramientas más importantes de la comunicación política. A través de estos encuentros, los candidatos no sólo presentan sus

propuestas políticas, sino que también revelan su personalidad, su habilidad para enfrentar la presión y, en muchos casos, su capacidad para conectar con el público, lo que les puede valer la victoria o la derrota en los comicios. No obstante, el concepto de debate presidencial es relativamente reciente y ha pasado por diversas transformaciones desde sus orígenes hasta la actualidad.

La llegada de la televisión y la importancia de los debates presidenciales van de la mano, dado que es gracias al desarrollo de los medios de comunicación que los debates se consolidan como un componente esencial de las campañas electorales. Tal y como explica J. Jeffrey Auer los debates tienen cinco características clave (1962):

1. Los candidatos deben enfrentarse entre sí.
2. Ambos deben tener el mismo tiempo para hablar.
3. Deben ser candidatos con habilidades comparables.
4. Deben debatir sobre un tema claro.
5. El objetivo debe ser convencer al público.

Estas características ayudan a que los debates reflejen principios democráticos y fomenten la participación del público.

Uno de los hitos de los debates televisados fue, sin lugar a duda, el debate de Kennedy y Nixon en 1960. Alan Schroeder (2016) subraya que el debate entre John F. Kennedy y Richard Nixon marcó el inicio de una nueva manera de hacer campañas políticas a nivel global, donde la apariencia y la forma de comunicarse en televisión se volvieron clave para atraer a los votantes. Mientras que Kennedy, con su apariencia juvenil y confiada, supo aprovechar el medio televisivo, Nixon, a primera vista cansado y sudoroso, no pudo proyectar la misma seguridad, lo que afectó su percepción pública: «The meeting of John F. Kennedy and Richard Nixon in a Chicago television studio in September 1960 begat a campaign tradition that reconfigured the electoral landscape— not only in the United States but around the world» (p. 339)².

Este evento demostró, por una parte, la importancia de las habilidades oratorias y, por otra parte, la relevancia de la CNV, que se estaba volviendo aún más poderosa en la era de la televisión.

² El encuentro de John F. Kennedy y Richard Nixon en un estudio de televisión de Chicago en septiembre de 1960 dio origen a una tradición de campaña que reconfiguró el panorama electoral, no sólo en Estados Unidos, sino también en todo el mundo (traducción propia).

La evolución de los debates presidenciales y su impacto en la comunicación política puede analizarse también desde la perspectiva de las etapas propuestas por Jeffrey K. Tulis (1987). En su obra, el autor describe cómo la comunicación presidencial en Estados Unidos ha pasado por tres etapas distintas que cambian el papel y la relación que tiene el presidente con los ciudadanos. En primer lugar, durante la llamada Old Way, desde finales del 1700 hasta principios del 1900, los presidentes se centraban en un enfoque institucional, puesto que se comunicaban, en gran parte, a través de las acciones que realizaban en el Congreso, para evitar dirigirse a las masas. Esta etapa se caracterizaba por un respeto al equilibrio de poderes y por un distanciamiento deliberado entre el Ejecutivo y el pueblo. En segundo lugar, en la Middle Way, a principios del 1900, presidentes como Roosevelt comenzaron a utilizar el discurso público de una manera más estratégica, al reconocer la creciente importancia de la opinión pública como un recurso político. Por último, la New Way marcó un cambio drástico con la llegada en el siglo XX de los medios de comunicación masiva, como la radio y la televisión. En esta etapa, los presidentes empiezan a ser líderes retóricos y a dirigir sus discursos al público para moldear la opinión popular y ejercer presión política. Gracias a este cambio, se redefinió la comunicación presidencial y, además, se sentaron las bases de los debates políticos de hoy en día, que ya son considerados como factores clave para conectar con los votantes y consolidar estrategias de campaña.

Además de la evolución en la comunicación presidencial descrita por Tulis, es importante considerar cómo el discurso político en los debates actúa como un instrumento de poder. Según Teun A. van Dijk (2008), el discurso refleja, construye y reproduce las relaciones de poder que existen en la sociedad. Para van Dijk, el discurso político, por una parte, es una forma de comunicación, pero, por otra parte, es una herramienta que se utiliza para influir en la opinión pública, legitimar poder de los líderes políticos y manipular la percepción social. Por lo tanto, la manera en que los presidentes o candidatos estructuran sus mensajes, seleccionan qué temas abordar y cómo interactúan con sus oponentes tiene un impacto directo en la construcción de su autoridad política.

A través de la experiencia, los políticos y sus equipos de comunicación se dieron cuenta de que el éxito de los candidatos no dependía simplemente de las propuestas políticas, sino sobre todo de cómo la audiencia les percibía. Por consecuencia, los debates presidenciales se han ido convirtiendo en una tradición consolidada en la política estadounidense, además de en muchos otros países democráticos. No obstante, de igual manera que los debates pueden ser una herramienta para el triunfo del político, lo pueden

ser también para la derrota del político puesto que conllevan riesgos y un sólo desliz o error puede influir de manera negativa en la imagen del partido.

Con el tiempo, los debates han evolucionado en términos de formato, estructura y participación. Aunque en un principio se centraban sobre todo en la interacción entre los dos principales candidatos, hoy en día muchos debates incluyen a moderadores, preguntas del público y temas que abarcan desde la política exterior hasta los asuntos domésticos más urgentes. La evolución tecnológica también ha jugado su papel con la llegada de internet y las redes sociales, que amplifican y multiplican el impacto de los debates, permitiendo que los mensajes, los momentos clave y los errores, también a nivel de la CNV, se difundan de manera viral y lleguen a un público aún mayor, como pasó con el caso concreto de estudio en este TFG.

Desde el primer debate televisado entre John F. Kennedy y Richard Nixon en 1960, estos encuentros han demostrado que la imagen y la comunicación no verbal provocan grandes consecuencias en la percepción pública. En este sentido, Antonio Ruiz (2012) subraya la importancia de adaptar los debates televisados a los nuevos formatos y exigencias del periodismo audiovisual contemporáneo y destaca la necesidad de renovar sus contenidos para ajustarse a un público cada vez más participativo y activo en el entorno digital. Además, el autor resalta la relevancia de la CNV, entre otros aspectos, como elemento que amplifican el impacto de los debates:

La credibilidad, la confianza, la cercanía, las habilidades dialécticas, la dicción, la gestualidad, un cierto grado de armonía, eso que podríamos llamar una telegenia eficaz son valores muy importantes y que es imprescindible cuidar junto con los contenidos que sustentan un discurso político de gobierno (párr. 37).

En este contexto, la comunicación no verbal desempeña un papel crucial en la construcción de la imagen pública de los candidatos, reforzando o debilitando sus mensajes verbales y condicionando la percepción de la audiencia.

2.3 La comunicación no verbal en los debates políticos presidenciales

2.3.1 El rol de la comunicación no verbal en los debates políticos presidenciales

Con todo lo dicho con anterioridad, se puede deducir que la CNV desempeña un papel fundamental en los debates políticos presidenciales, ya que no sólo complementa el discurso verbal, sino que puede llegar a ser decisiva para influir en la percepción pública de los candidatos. En los debates, los políticos están sometidos a un escrutinio constante por parte de los votantes, quienes observan tanto sus palabras, como su comportamiento no verbal.

En relación con el impacto de los debates presidenciales, es necesario mencionar que la CNV durante un debate juega un rol fundamental en la formación de la opinión pública. Óscar Luengo sostiene que es poco probable que los votantes cambien la opinión sobre un candidato si se ha mostrado más seguro y hábil durante el debate y si, además, se destaca y los ciudadanos lo ven como el ganador del debate, los votantes se inclinarán hacia ese candidato en sus decisiones de voto finales (Luengo, 2013).

Según Hernández Herrarte y Rodríguez Escanciano (2009), la CNV no es sólo un complemento del mensaje verbal, sino un recurso persuasivo que puede reforzar, matizar o contradecir el contenido discursivo. Este análisis se basa en cinco funciones principales de la CNV: repetición, contradicción, sustitución, complementariedad y regulación de la conversación, todas ellas esenciales para interpretar la coherencia entre el mensaje verbal y la imagen proyectada. En los debates presidenciales, el comportamiento cinésico de los candidatos se convierte en un elemento estratégico para la construcción de su imagen que influye en la opinión pública. Estos aspectos impactan en la percepción individual de los espectadores y, además, ayudan a construir la narrativa mediática puesto que amplificando determinados momentos a través de la cobertura de prensa y la viralización en redes sociales.

2.3.2 Componentes no verbales en los debates políticos presidenciales

Los debates presidenciales ponen en juego una serie de elementos no verbales que pueden influir decisivamente en cómo los candidatos son percibidos por la audiencia.

Paul Ekman y Friesen (2003) demostraron que existen seis expresiones faciales que son universales y que no difieren de una cultura a otra: la sorpresa, el miedo, el asco,

la ira, la alegría y la tristeza. En un estudio en el que mostraron diferentes expresiones a diferentes culturas, los participantes de distintos países escogieron las mismas palabras para describir la imagen de la emoción que se les estaba mostrando: «The same facial expressions were judged as showing the same emotions in all these countries, regardless of language or culture» (p. 24)³. Además, Ekman estudió las microexpresiones faciales, que son uno de los indicadores no verbales más potentes para transmitir emociones. En los debates, estas microexpresiones, movimientos faciales rápidos y automáticos, pueden revelar emociones que los candidatos intentan ocultar o disimular.

Otro componente clave de la CNV en los debates presidenciales son los gestos y la postura corporal. Según Allan y Barbara Pease (2006), los gestos pueden ser poderosas herramientas de persuasión cuando se utilizan correctamente. Los movimientos de las manos, la inclinación del cuerpo y la orientación de los pies pueden transmitir confianza, apertura y dominio o, por el contrario, nerviosismo, incomodidad y falta de preparación. Por ejemplo, los autores comentan que «girar la palma de la mano de modo que de estar mirando hacia arriba quede mirando hacia abajo altera por completo la percepción que los demás tienen de usted» (p. 37).

El contacto visual es otro de los componentes no verbales, clave durante los debates presidenciales. Pease y Pease destacan que evitar el contacto visual puede interpretarse como una señal de evasión o inseguridad, lo que puede resultar perjudicial para los candidatos que desean parecer confiables y transparentes ante el público. En el contexto de los debates presidenciales, el contacto visual con la audiencia a través de la cámara es especialmente importante, ya que permite que los votantes se sientan conectados con el candidato de manera personal y, de esta manera, se genera una percepción de cercanía y empatía.

En conclusión, en los debates presidenciales, la CNV juega un papel fundamental en la percepción que los votantes tienen de los candidatos y aquellos que logran dominar los aspectos de la CNV tienen mayores probabilidades de ser percibidos de manera favorable por los votantes, lo que puede ser decisivo en el resultado electoral.

³ Se consideró que las mismas expresiones faciales mostraban las mismas emociones en todos los países, independientemente del idioma o la cultura (traducción propia).

2.4 La comunicación no verbal en el debate presidencial Trump-Harris 2024

En el contexto de las elecciones presidenciales de 2024 en Estados Unidos, el debate entre Trump y Harris despertó una importante atención mediática, no sólo por los temas abordados, sino también por los gestos, las posturas y las expresiones faciales que cada candidato proyectaba. La prensa y los analistas políticos y comunicativos no tardaron en señalar estos aspectos como elementos cruciales para entender las dinámicas del debate y su impacto en la audiencia.

Por un lado, son muchas las agencias de noticias que han escrito sobre el tema, no obstante, una gran parte atribuye la victoria a Kamala Harris debido a factores políticos, pero también a factores comunicativos. Varios periódicos y analistas destacaron la postura dominante de Harris durante todo el debate, puesto que mantuvo un mayor contacto visual con la audiencia y emanó señales desafiantes a su oponente en varios momentos, lo que, según varias fuentes, le valió la victoria a Harris (Mason, 2024; Bayoumi, M., Brown, L., Green, L., Davis, B., Mahdawi, A. y Sunkara, B., 2024; 2024; Politi, 2024; Lerer y Epstein, 2024).

Además, muchos de los medios de información analizan cuáles fueron los momentos claves a lo largo del encuentro. Casi todas las fuentes que se han considerado recogen como uno de los momentos clave el famoso apretón de manos que Harris ofreció a Trump nada más comenzar el debate (Baker, 2024). Los medios subrayaron también su uso estratégico del contacto visual con la audiencia y con los moderadores, lo que le sirvió a la candidata demócrata para transmitir confianza y cercanía. De igual manera, los periódicos dieron mucha importancia a las sonrisas e incluso a la risa de Harris, un factor que luego se retomó y se viralizó por las redes sociales (Navarro, 2024).

Por otro lado, el debate ha sido discutido por expertos en la materia de la CNV, quienes ofrecieron sus perspectivas sobre las dinámicas visuales y emocionales que dominaron el escenario y compartieron las opiniones que se discutieron por parte de los medios tradicionales (Coll, 2024; Garrison, 2024).

Sin embargo, es importante resaltar que la opinión pública que se formó del debate presidencial no estuvo sólo marcada por la prensa, de hecho, las redes sociales también jugaron un papel relevante en la difusión de fragmentos visuales del debate, muchos de los cuales se volvieron virales debido a la CNV de ambos candidatos, además de por la cualidad desconcertante que tenían ciertas afirmaciones. En plataformas como X (@DrGJackBrown, 2024; @RikeFranke, 2024; @DGComedy, 2024;

@deutschemomma, 2024), se destacaron momentos en los que las expresiones faciales de los candidatos, como las miradas directas de Harris, captaron la atención de los usuarios, quienes interpretaron estos gestos desde múltiples perspectivas políticas, emocionales, incluso con un tono humorístico y sarcástico.

El debate entre Trump y Harris generó atención tanto por los temas como por la CNV. Analistas y medios señalaron la postura dominante, el contacto visual y sonrisas de Harris, que se viralizaron en redes, como X, que difundieron fragmentos visuales del debate que provocaron diversas interpretaciones y ayudaron a formar la opinión pública.

En definitiva, la comunicación no verbal tiene un valor fundamental en la percepción de los debates presidenciales. Más allá de los discursos y argumentos, los gestos, las posturas y las expresiones faciales influyen en la construcción de la imagen de los candidatos y en la manera en que la opinión pública evalúa su desempeño en el escenario político.

3 MARCO TEÓRICO

3.1 Polarización y medios de información

La mediatización del discurso político, tal como lo describen Fetzer y Weizman (2006), es clave para entender cómo los medios de comunicación y las redes sociales moldean la percepción pública de debates políticos.

En debates como el de Harris y Trump, la mediatización se refleja en la atención que los medios prestan a gestos, tonos y expresiones faciales; según los autores, el discurso político en los medios es una combinación de proceso (el impacto social y contextual) y producto (el mensaje presentado, el resultado tangible). Este dualismo, llevado a nuestro campo de análisis, se potencia en distintas plataformas que sirven como amplificador para viralizar momentos específicos y moldear las percepciones de los votantes.

Además, se debe también tener en cuenta la llamada conversalización de la política, un proceso por el cual los políticos adoptan estilos discursivos más informales y emocionales para conectar con sus audiencias. Fetzer y Weizman subrayan que, aunque el público no puede intervenir directamente, su reacción afecta el discurso general y a la narrativa posdebate.

En este sentido, las redes sociales juegan un papel determinante al actuar como vehículos de amplificación y reinterpretación del discurso político mediatizado. Como explican Rivera Otero, J. M., Lagares Diez, N., Pereira López, M. y Jaráiz Gulías, E. (2021), las redes actúan como «cámaras de eco», donde algoritmos y patrones de uso refuerzan opiniones en lugar de exponer a los usuarios a ideas diversas, mecanismo alimenta la polarización, especialmente en plataformas como X. Por consiguiente, las redes han democratizado el acceso al debate público que facilita la participación de los ciudadanos en la política, aunque con riesgos de extremismo o tensión emocional. Así pues, según el estudio realizado por los autores, emociones como el enfado y el miedo impulsan la interacción y la reafirmación, por una parte, y motivan la búsqueda de perspectivas diversas para reducir incertidumbre, por otra parte.

Siguiendo esta línea de análisis, es esencial considerar cómo el consumo de información a través de diferentes medios afecta la percepción del discurso político y la polarización afectiva de los ciudadanos. Como plantean Crespo Martínez, Melero López, Mora Rodríguez y Rojo Martínez (2024), el nivel de polarización está fuertemente vinculado al tipo de medio que los ciudadanos utilizan para informarse. Según su estudio,

los medios tienen un papel fundamental en la configuración de la polarización afectiva, aunque su impacto varía en función de la plataforma utilizada: «si bien la frecuencia con la que se consumen contenidos informativos en redes sociales y por medio de periódicos digitales influye significativamente en la polarización afectiva (potenciándola), no sucede lo mismo cuando se trata del uso de la televisión» (p. 13).

Por otro lado, Waisbord (2020) destaca que uno de los factores clave en la expansión de la polarización es el factor mediático, en el que la lógica de los algoritmos en redes sociales prioriza contenidos que favorecen la viralización de discursos extremos:

Con el objetivo de sostener el uso constante y generar experiencias placenteras en sus plataformas, los algoritmos no apuntan a mostrar ideas nuevas, desconocidas o ignoradas. Por el contrario, están diseñados para reforzar flujos de información que se ajustan a apetencias personales existentes según selecciones anteriores (p. 262).

Desde esta perspectiva, la cobertura mediática y la viralización de momentos clave en redes sociales durante el debate entre Trump y Harris deben entenderse tanto como un fenómeno de difusión masiva, como una parte de un proceso más amplio en el que las narrativas mediáticas y digitales refuerzan identidades políticas preexistentes. Este marco teórico permite comprender mejor la influencia de la polarización en la percepción de la comunicación no verbal de los candidatos, que es, por una parte, un efecto de la viralización en redes y, por otra parte, un reflejo de cómo la audiencia interpreta estos gestos y expresiones a través del filtro de su identidad política.

Como resultado de haber analizado la literatura general relativa a la comunicación no verbal, se han identificado cuáles son aquellos elementos que tendrán una mayor importancia a la hora de estudiar nuestro caso concreto: el debate presidencial entre Trump y Harris de 2024.

3.2 Cinésica

La cinésica, término acuñado por Ray Birdwhistell, se refiere al estudio de los movimientos del cuerpo como medio de comunicación. Birdwhistell (1970) argumentó que los gestos, posturas y otros movimientos corporales no son simplemente acciones automáticas o reflejos, sino que constituyen un sistema estructurado de comunicación que complementa o, en algunos casos, contradice el mensaje verbal. En el contexto de los

debates presidenciales, el objeto de análisis en este TFG, la cinésica juega un papel crucial, dado que los gestos y el lenguaje corporal de los candidatos puede reforzar o minar su discurso verbal.

Con el propósito de complementar las ideas de Birdwhistell, Knapp (1982) sostiene que el movimiento cinésico:

[...] comprende de modo característico los gestos, los movimientos corporales, los de las extremidades, las manos, la cabeza, los pies y las piernas, las expresiones faciales (sonrisas), la conducta de los ojos (parpadeo, dirección y duración de la mirada y dilatación de la pupila), y también la postura (p. 17).

El estudio de la cinésica englobaría, entonces, el estudio de una gran variedad de elementos y, por consiguiente, es necesario ceñirse al análisis específico de ciertos elementos que serán, en este trabajo, los gestos y las expresiones faciales.

La lectura cinésica de Trump y Harris permitirá observar cómo utilizan sus movimientos corporales para proyectar poder, empatía o inseguridad y cómo la comunicación no verbal complementa o contradice su discurso verbal, afectando la percepción de los espectadores.

3.2.1 Gestos

El análisis cinésico se enriquece con estudios contemporáneos que exploran la función del lenguaje corporal, en específico la función de los gestos. Por ejemplo, Kendon (2004) subraya que los gestos no son meramente adiciones del discurso verbal, sino que, en muchos casos, tienen su propio significado autónomo. El autor argumenta que hay muchas maneras en que los movimientos y acciones del cuerpo se utilizan para expresar ideas o emociones. Estas expresiones corporales pueden cumplir funciones que son parecidas o incluso equivalentes a las que tiene el lenguaje hablado. En otras palabras, los gestos y las acciones físicas pueden comunicar tanto como las palabras (Kendon, 2004). En los debates presidenciales, los gestos pueden ser interpretados como signos de autoridad o apertura, así, el lenguaje gestual de los candidatos en el debate presidencial de Trump y Harris podría ser un indicador de cómo se proyectan ante el público y de cómo sus gestos influyen en la percepción de autoridad, confianza o nerviosismo.

Una vez más, se debería resaltar la labor de Ekman y Friesen (1969) quienes proporcionaron una de las clasificaciones más detalladas de los gestos no verbales y los dividieron en cinco categorías principales: emblemas, ilustradores, reguladores, adaptadores y patógrafos.

1. Emblemas

Gestos que tienen un significado verbal directo y que pueden sustituir por completo una palabra o frase. Por ejemplo, el pulgar hacia arriba suele indicar aprobación.

2. Ilustradores

Gestos que refuerzan y complementan el lenguaje verbal. A diferencia de los emblemas, los ilustradores no pueden sustituir por completo el lenguaje hablado, pero lo amplifican al proporcionar una referencia visual o enfatizar una parte del discurso. Por ejemplo, la palma de la mano hacia arriba y hacia adelante suele mostrar la acción de ofrecer algo.

3. Reguladores

Gestos que ayudan a controlar y coordinar la interacción durante una conversación. Por ejemplo, asentir con la cabeza.

4. Adaptadores

Gestos que se relacionan con la gestión de emociones internas; suelen ser inconscientes, como los tics nerviosos.

5. Patógrafos

Reflejan una emoción o estado emocional de manera directa, como las caricias o los abrazos.

La clasificación de Ekman y Friesen proporciona un marco claro y detallado para el análisis de los gestos en la comunicación no verbal, especialmente en contextos de alta tensión como en los debates presidenciales. El uso de estos gestos por parte de Trump y Harris durante su encuentro puede ofrecer información clave sobre cómo gestionaron sus emociones y proyectaron su imagen ante el público.

3.2.2 Emociones Universales y Microexpresiones

Las emociones universales y las microexpresiones han sido objeto de un amplio estudio en el campo de la comunicación no verbal.

Hay que destacar, como ya se han mencionado previamente, los trabajos pioneros de Paul Ekman, en cuya investigación identificó seis emociones básicas que son reconocidas de manera universal a través de las expresiones faciales: la sorpresa, el miedo, el asco, la ira, la alegría y la tristeza. Según el autor, estas emociones se manifiestan en las expresiones faciales de manera consistente en todas las culturas, lo que sugiere una base común en la comunicación emocional humana. De hecho, a raíz de unas investigaciones, el autor plantea una hipótesis sobre las expresiones faciales y su significado en diferentes culturas y sugiere que, si las expresiones faciales fueran un lenguaje distinto para cada cultura, una expresión que los estadounidenses interpretan como enfado podría ser vista como asco o miedo en Brasil, o incluso no tener ningún significado. Sin embargo, los estudios demostraron que la realidad es diferente: las mismas expresiones faciales transmiten las mismas emociones en todos estos países, sin importar el idioma o la cultura (Ekman y Friesen, 2003).

Un ejemplo más de la teoría de Ekman se encuentra en estudios como el de Matsumoto y Willingham (2009). Este estudio demuestra que las expresiones faciales de las emociones no son adquiridas culturalmente, sino que tienen una base innata. Matsumoto y Willingham observaron que incluso las personas ciegas de nacimiento, que nunca han visto una expresión facial, muestran las mismas expresiones emocionales que las personas que son ciegas no de nacimiento y que las personas que no son ciegas.

En el marco de un análisis de la comunicación no verbal del debate presidencial entre Trump y Harris, el estudio de las microexpresiones proporciona una herramienta para conocer cómo las expresiones de las emociones pueden influir en la percepción pública. A menudo, las microexpresiones ocurren en momentos de tensión, cuando los candidatos son desafiados por sus oponentes o se enfrentan a preguntas incómodas, por lo que pueden mediar en cómo el público percibe la autenticidad y sinceridad de los candidatos.

3.3 Oculésica

La oculésica, que estudia el papel del contacto visual en la comunicación no verbal, es un componente clave en la percepción y el entendimiento de las interacciones humanas. En contextos de comunicación pública, como los debates presidenciales, el uso del contacto visual por parte de los candidatos influye tanto en cómo son percibidos por la audiencia, como en su capacidad para proyectar autoridad, seguridad y control.

El contacto visual puede transmitir mucho más que lo que se dice y es una de las formas más potentes de comunicación no verbal. Mantener o evitar el contacto visual puede influir en la percepción de la credibilidad, la sinceridad y la confianza. Investigaciones como las de Hall invitan a pensar que el uso del espacio y la oculésica está intrínsecamente ligado a las normas culturales y, una vez más, se destaca que, aunque dos personas que pertenecen a la misma cultura compartan un entendimiento más cercano de su entorno y experiencias, todavía pueden existir diferencias en cómo perciben las cosas. Estas diferencias, si bien sean menores en comparación con las que se pueden presentar entre personas de diferentes culturas, aún pueden causar malentendidos o problemas en la comunicación (Hall, 1972).

De la misma manera que Hall, Hui Zhou y Tingqin Zhang (2008) sostienen que el contacto visual depende en gran parte de las culturas, por lo que, por ejemplo:

[...] in business meetings, the French will demand at least some direct eye contact. To refuse to meet someone's eyes an unfriendly gesture. Compare this to the attitude of Japanese, who believe that the less eye contact, the higher the level of esteem. To divert eyes from a business colleague is a sign of respect and reverence (p. 92).⁴

En el debate entre Trump y Harris, la forma en que cada uno utilizó el contacto visual puede haber influido de manera directa en cómo la audiencia percibió su dominio sobre la situación y su capacidad para liderar. Estas dinámicas no verbales habrían influido en la percepción de los espectadores sobre quién «ganó» el debate o quién se mostró más presidencial.

⁴ [...] en las reuniones de negocios, los franceses exigen al menos un contacto visual directo. Negarse a mirar a alguien a los ojos es un gesto poco amistoso. Compárese con la actitud de los japoneses, que consideran que cuanto menor es el contacto visual, mayor es el nivel de estima (traducción propia).

4 OBJETIVOS, PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN E HIPÓTESIS

Como hemos avanzado en nuestra introducción, el objetivo principal de este trabajo es analizar la percepción del significado de la comunicación no verbal de los candidatos durante el debate presidencial entre Trump y Harris de las elecciones estadounidenses de 2024. El objetivo específico de este trabajo es, por lo tanto, determinar las interpretaciones más comunes que los espectadores atribuyen a elementos de la comunicación no verbal de cada candidato y considerar la posible influencia de comentarios externos (redes sociales y medios de comunicación) en dichas interpretaciones.

A raíz de estudiar la literatura y determinar las líneas de investigación del estudio, se ha identificado una primera posible pregunta de investigación, en torno a la que se centra la investigación, y una segunda posible pregunta de investigación que permite analizar la variable de la influencia de redes sociales y medios de comunicación.

4.1 Preguntas de Investigación

1. ¿Qué interpretaciones atribuyen los espectadores a elementos específicos de la comunicación no verbal de Harris y Trump en los fragmentos seleccionados del debate?
2. ¿En qué medida las interpretaciones de los encuestados están influenciadas por los comentarios previos que han leído en redes sociales o medios de comunicación sobre los gestos de los candidatos?

A partir de las preguntas de investigación formuladas en este trabajo, surge la hipótesis a la que se intentará dar respuesta con una encuesta realizada a efectos del TFG.

4.2 Hipótesis

Los encuestados que fueron expuestos a comentarios sobre los elementos de la CNV de los candidatos en redes sociales y medios de comunicación interpretan estos elementos de manera más polarizada (son más extremos en sus respuestas) respecto a los encuestados que no vieron ningún comentario en redes sociales y medios de comunicación.

5 METODOLOGÍA

La presente metodología pretende ofrecer una visión integral de la comunicación no verbal en el contexto del debate, al combinar el análisis de las expresiones no verbales y el análisis de la percepción de la audiencia para poder proporcionar, así, un marco para entender el impacto de estos comportamientos en la recepción pública del mensaje.

5.1 La retransmisión televisada

En primer lugar, se ha analizado el vídeo del debate (The Wall Street Journal, 2024) gracias a herramientas de codificación para identificar patrones de la CNV. A partir de la visualización del debate, se ha creado una tabla que recoge y organiza las principales variables no verbales a estudiar, entre las que destacan los gestos, las expresiones faciales y la oculésica, elementos que han sido seleccionados por su relevancia en contextos de debates políticos de alta exposición mediática. Asimismo, es importante recalcar que, aunque haya muchos otros componentes de la comunicación no verbal dignos de estudio (como la háptica o el famoso apretón de manos de Harris, la vestimenta, la proxémica o el paralenguaje), a fines prácticos se ha decidido estudiar los tres elementos antes mencionados para este caso. Este análisis ha permitido identificar tanto las conductas no verbales recurrentes, como las diferencias en el comportamiento de los dos candidatos a lo largo del debate.

5.2 La cobertura mediática

En segundo lugar, se ha llevado a cabo una revisión de la cobertura mediática del debate, con el objetivo de analizar cómo los medios de comunicación interpretaron y transmitieron las señales no verbales emitidas por los candidatos. Este análisis de la prensa se ha centrado en identificar las interpretaciones predominantes y las respuestas en la audiencia, en la opinión pública y en los expertos.

5.3 La encuesta

Por último, para complementar los datos obtenidos tanto del análisis del vídeo como de la revisión de prensa, se ha diseñado una encuesta con el fin de captar las percepciones y evaluaciones de la audiencia.

5.3.1 Diseño de la encuesta

Este estudio se enmarca dentro de un diseño de investigación de campo, con un enfoque cualitativo y de tipo transversal. Su objetivo principal es analizar el grado de polarización en los comentarios emitidos por los participantes respecto a la comunicación no verbal en un debate político. Para ello, se ha optado por el uso de una encuesta con preguntas abiertas, lo que permite explorar en profundidad las percepciones individuales de los encuestados sin limitar sus respuestas a opciones predefinidas. El enfoque cualitativo busca comprender la dirección de las opiniones de los participantes y la argumentación y los matices en sus respuestas. Además, al tratarse de un estudio transversal, los datos se recopilaron en un único momento temporal sin realizar un seguimiento a lo largo del tiempo, lo que responde al objetivo de capturar la percepción puntual de los encuestados sobre el debate en cuestión.

5.3.2 Población objeto de estudio

Amplia y general, sin restricciones específicas en cuanto a edad, género o nivel educativo. Se ha considerado cualquier persona interesada en participar en la encuesta, independientemente de si ha visto o no el debate político entre Trump y Harris. Esta decisión responde al interés por analizar tanto la percepción de quienes han visto el evento como de aquellos que han formado su opinión a través de otros medios. El hecho de no limitar la población a espectadores directos del debate permite comprender cómo la exposición mediática puede influir en la polarización de los comentarios. Asimismo, la población de estudio es heterogénea y no se encuentra restringida a un grupo específico, lo que permite analizar la percepción del debate desde diversas perspectivas, tanto de quienes lo vieron, como de aquellos que construyeron su opinión a través de los medios.

5.3.3 Técnicas de obtención de información utilizadas

Se optó por el uso de una encuesta autoadministrada en línea, elaborada a través de Outlook Forms. Esta plataforma fue seleccionada por su facilidad de uso, accesibilidad y la posibilidad de incorporar elementos multimedia, como imágenes, lo que enriqueció la experiencia de los encuestados y permitió un análisis más detallado de sus respuestas. La encuesta estuvo activa durante un período de 64 días y pudo captar respuestas de un amplio espectro de participantes a lo largo del tiempo. Su difusión se realizó principalmente a través de redes sociales, sobre todo de WhatsApp. Incluir imágenes

dentro de la encuesta tuvo un papel clave en la obtención de información, ya que permitió evaluar la reacción de los encuestados ante distintos aspectos de la CNV de los candidatos. Se pidió a los participantes que comentaran sobre expresiones faciales, gestos, contacto visual y otros elementos estéticos, lo que facilitó la recopilación de datos cualitativos sobre la percepción del debate.

5.3.4 Análisis de datos

Se llevó a cabo utilizando Microsoft Excel, lo que permitió organizar, filtrar y segmentar las respuestas de los encuestados.

En primer lugar, se establecieron distintas franjas etarias, que posteriormente se segmentaron según dos criterios fundamentales:

1. Exposición directa al debate: se clasificó a los encuestados entre aquellos que habían visto el debate y aquellos que no.
2. Exposición a medios: se diferenció entre quienes obtuvieron información a través de medios de comunicación y quienes no.

En segundo lugar, una parte fundamental del análisis consistió en la clasificación de los comentarios emitidos por los encuestados respecto a la comunicación no verbal. Para transformar los datos cualitativos en cuantitativos, se establecieron tres categorías principales para dividir las respuestas que se habían recibido:

- A. Comentarios neutros: aquellos que describían los elementos de la CNV sin emitir juicios de valor. Se atribuye una puntuación de 0. Se refiere a observaciones descriptivas o sin una valoración emocional clara, centradas en la objetividad de los gestos o posturas sin juicios positivos o negativos.
- B. Comentarios positivos: opiniones favorables hacia los elementos de la CNV. Se atribuye una puntuación de +1. Incluye valoraciones favorables sobre la comunicación no verbal de los candidatos, como expresiones de confianza, apertura o simpatía.
- C. Comentarios negativos: críticas o descalificaciones sobre los elementos de la CNV. Se atribuye una puntuación de -1. Comprende críticas o valoraciones desfavorables sobre la comunicación no verbal, como expresiones de incomodidad, agresividad o falta de cercanía.

Por último, se llevó a cabo un análisis de polarización en los comentarios, es decir, se clasificaron las respuestas de los encuestados entre las que sí estaban polarizadas (eran más extremas) y entre las que no.

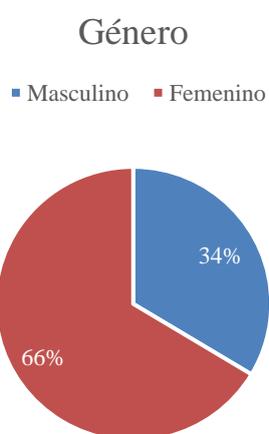
Además, con el objetivo de expandir las líneas de investigación del trabajo, se exploraron otras variables. Por ejemplo, se analizó las diferencias entre géneros a la hora de juzgar elementos relativos a la apariencia de los candidatos, como la vestimenta, el peinado, el maquillaje o los accesorios. También se investigó los medios de comunicación más usados según la franja etaria.

5.3.5 Descripción de la muestra

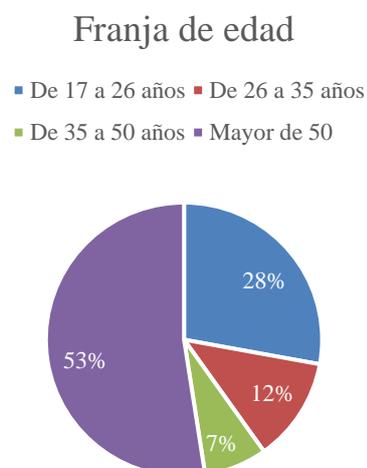
Para entender mejor la distribución de los casos en estudio, se detallarán las características fundamentales para tener una visión adecuada de los resultados logrados. En la encuesta se preguntó también sobre datos relativos a la profesión y a los estudios de los participantes, pero, a fines prácticos, se han considerado y representado sólo los datos relativos a la edad y al género.

Tal y como muestra el gráfico 1, de los 122 casos analizados, el 34 % de ellos son hombres y el 66 % restante son mujeres.

En cuanto a las franjas de edad, según el gráfico 2, la mayoría de los encuestados son mayores de 50 años, les siguen los jóvenes entre 17 y 26 años, entre 26 y 35 y las personas entre los 35 y 50 años.



*Gráfico 1: Distribución por género.
Elaboración propia.*



*Gráfico 2: Distribución por edad.
Elaboración propia.*

6 ANÁLISIS Y DISCUSIÓN

6.1 Análisis personal de la comunicación no verbal del debate a partir de la retransmisión televisada

La comunicación no verbal jugó un papel crucial durante el debate presidencial entre Harris y Trump, y es que ambos candidatos utilizaron sus expresiones faciales, el contacto visual y el lenguaje corporal para transmitir sus mensajes de manera efectiva, o, en su defecto, perder fuerza en su discurso, (véase Anexos, Tabla 1).

En primer lugar, se realizará un análisis personal de las expresiones faciales gracias a la tabla que se ha elaborado.

Nada más empezar el debate (EF1) se muestran las diferencias de las expresiones faciales de los candidatos. Por su parte, Harris comienza con una sonrisa amplia y abierta, en la que se ven los dientes, que proyecta una imagen de simpatía y cercanía. En cambio, Trump mantiene una sonrisa cerrada y contenida, que puede interpretarse como una señal de menos accesibilidad. Sin embargo, la sonrisa de Harris se cierra a los pocos segundos, lo cual sugiere una posible tensión o inseguridad inicial. Este contraste inicial entre las sonrisas de ambos candidatos ofrece una primera referencia sobre cómo las expresiones faciales pueden impactar la conexión emocional con el público y guiar la percepción de serenidad y seguridad en ambos candidatos. En momentos de confrontación, como cuando Trump hace una afirmación provocadora sobre inmigrantes (EF2), Harris responde con una risa abierta que desactiva el mensaje de su oponente. Este cambio en su expresión, que pasa de seriedad a humor, le permite a Harris desmentir la información sin tener que pronunciar ninguna palabra, por lo que la percepción de autenticidad en sus gestos por parte de la audiencia es mayor. Al utilizar el humor, la candidata demócrata, a diferencia de Trump, suaviza el impacto de confrontación, para así mostrar un control emocional y una despreocupación frente a afirmaciones controversiales. Por la otra parte, Trump, ante las críticas de Harris sobre su idoneidad como líder (EF3), manifiesta incomodidad a través de gestos de contención, como apretar los labios y realizar su característico gesto de «beso» o «piquito», que refleja inseguridad, ansiedad y desprecio. Si la audiencia interpreta estos gestos como falta de serenidad o equilibrio emocional, la visión que se crea del republicano es totalmente negativa. Además, más adelante, en el contexto de una crítica directa de Harris relacionada con

el asalto al Capitolio (EF4), Trump reacciona con sarcasmo y desprecio, frunciendo los labios y levantando las cejas, un gesto que denota su desacuerdo con el mensaje de Harris y que, al mismo tiempo, parece buscar la atención del público, aunque pueda ser interpretado como un signo de hostilidad. Asimismo, el hecho de levantar las cejas expresa la intención de llamar la atención del público para que se fije en su desacuerdo con Harris.

En segundo lugar, se estudiará la gestualidad.

Por un lado, Harris utiliza con frecuencia gestos abiertos con las palmas de las manos, un recurso que recuerda el estilo de comunicación de Barack Obama, y que busca proyectar transparencia y accesibilidad, por ejemplo, cuando explica su plan económico (G2). Estos gestos, sincronizados con el contenido verbal, refuerzan la idea de que su comunicación no verbal genera una percepción de mayor confianza. En otro fragmento del debate (G3), mientras rebate las propuestas económicas de Trump, Harris enfatiza con leves movimientos de sus manos y antebrazos; dirige así la atención hacia los puntos críticos de su discurso. Esta sincronización entre las manos y el contenido verbal permite a Harris subrayar aspectos esenciales, captando tanto la atención de su oponente como la del público. Estos movimientos suaves y controlados refuerzan su control sobre el escenario y proyectan una imagen de autoconfianza que puede fortalecer la percepción de su capacidad de liderazgo. Las manos y el antebrazo se sincronizan perfectamente con las frases en las que quiere destacar aspectos esenciales, poniendo el foco sobre ella. Más adelante, al abordar el tema del aborto (G5), Harris utiliza un gesto de manos en círculo para acentuar su oposición a las posturas de Trump sobre este tema. Este movimiento circular no sólo le da un ritmo visual a su discurso, sino que también facilita que el público siga la lógica de sus ideas y de su narrativa, involucrándolo para crear empatía y favorecer la comprensión. Trump, por otro lado, recurre a gestos más agresivos y amplios, como cuando responde sobre su gestión de la pandemia moviendo la mano enérgicamente y señalando a Harris (G4). Estos movimientos, que en ocasiones salen del plano de la cámara, expresan frustración y rigidez, elementos que pueden ser percibidos como signos de tensión o defensa.

Antes de estudiar el último aspecto, hay que mencionar en el que Trump acusa a Harris de tener inclinaciones marxistas debido a la carrera de su padre, a lo que Harris responde de una manera visualmente impactante que, sin necesidad de palabras, transmite su reacción a esta acusación (EF5 con G1). En este momento se

entrelazan las expresiones faciales con los gestos, que envían un mensaje no verbal de asombro y desaprobación. Harris muestra abiertamente su voluntad de transmitir sus sentimientos de manera directa y sin miedo, mirando fijamente a Trump. Además, con estos dos elementos le resta importancia a lo que Trump dice, deslegitimando sus contestaciones. Este tipo de reacción también le permite conectar con la audiencia, quienes pueden compartir la misma incredulidad y ver a Harris como una candidata que no se deja intimidar, proyectando confianza y control emocional en momentos de tensión.

Por último, se analizará la oculésica y el contacto visual.

En un momento específico de confrontación (O1), Harris responde con una expresión de compasión y casi de pena, mirando a su adversario con una imagen de incredulidad que le permite proyectar una imagen de superioridad. La candidata demócrata, en su presentación de las propuestas económicas (O2), establece contacto visual directo con la cámara para buscar conexión con los espectadores. Al dirigir su mirada hacia los moderadores y el público en general, Harris intenta involucrar a los presentes y transmitir confianza y seguridad. Este contacto visual constante permite que el público perciba su mensaje como cercano y directo, lo que refuerza su autoridad y liderazgo. En consecuencia, el mensaje que se transmite resulta ser más persuasivo que el de su oponente.

Por el contrario, Trump presenta un estilo de oculésica que difiere del de Harris. Durante su propia exposición económica (O3), evita el contacto visual directo con el público, con la mirada hacia el suelo, el techo y a los moderadores. Esta evasión de la mirada podría interpretarse como un signo de inseguridad o desconexión; al no mirar directamente a la cámara o a su adversaria, Trump pierde la oportunidad de fortalecer su vínculo emocional con la audiencia, lo que podría hacer que su mensaje resulte menos persuasivo y le falte claridad. La mirada perdida merma su capacidad de seducción ante la cámara y, por lo tanto, el contenido pierde fuerza y los espectadores no fijan la atención en la pantalla. Además, al mirar hacia abajo parece que intenta buscar y acordarse de las palabras del discurso planeado. Es una imagen de Trump que muestra una gestualidad más relacionada con la derrota y con el cansancio que con la victoria. En otros momentos del debate (O4), Trump mueve los ojos hacia su izquierda, como si intentara mirar a Harris, pero se detiene y vuelve a evitar el contacto visual. Este movimiento sugiere una intención reprimida de

confrontación, ya que parece que tiene el impulso de mirar a su adversaria, pero opta por no hacerlo, reforzando la barrera visual entre ambos.

Kamala Harris, por su parte, destacó por sus expresiones faciales, sus sonrisas, cejas levantadas y gestos de incredulidad que marcaron una clara distancia y desacuerdo con los comentarios de Trump. Estas expresiones no sólo comunicaban su postura de una manera sutil, pero poderosa, sino que también generaron simpatía y captaron la atención del público. De hecho, es importante comentar que muchas imágenes de la candidata, como la captura donde se la ve con la mano en el mentón, se viralizaron pronto en redes sociales e hicieron que su discurso se difundiese a un público mayor, como ya se ha comentado en apartados anteriores. El lenguaje corporal, contenido y sereno de la candidata demócrata proyectó control y serenidad incluso en situaciones de alta presión, lo que le permitió mantener una imagen de dominio. Asimismo, Harris utilizó el contacto directo con la cámara como una herramienta para conectar con la audiencia. Al mirar directamente a la cámara, transmitió confianza y cercanía y, además, provoca un «ruido» visual que hace que todos los ojos se posen sobre ella y pierda importancia el discurso de Trump.

Trump, por otro lado, mostró un lenguaje corporal que reflejaba una mayor tensión. Sus cejas fruncidas, labios apretados y el enfado en su expresión facial evidenciaban incomodidad y frustración, que contrastaba con la calma proyectada por Harris. A lo largo del debate, el enfado de Trump fue perceptible en su expresión rígida, con labios apretados la mayor parte del tiempo, lo que dificultaba la transmisión de su mensaje con claridad o empatía. Trump, al evitar el contacto visual eludió la conexión directa con la audiencia, lo que afectó la percepción de cercanía que podría haber generado.

En resumen, la CNV durante el debate fue clave para moldear la percepción pública de ambos candidatos. Mientras que Harris utilizó sus expresiones faciales y contacto visual para proyectar seguridad y desacuerdo de manera sutil pero poderosa, Trump mostró señales de frustración que disminuyeron el impacto de su mensaje.

6.2 Análisis de la comunicación no verbal del debate a partir de la encuesta

En este apartado se presentan los principales resultados obtenidos a partir del análisis de las respuestas de los encuestados. Se han identificado patrones y tendencias en la percepción de la comunicación no verbal de los candidatos, la influencia de los

medios de comunicación y redes sociales, las diferencias generacionales en el consumo de información y la manera en que hombres y mujeres destacan ciertos aspectos visuales del debate.

6.2.1 Valoración de la comunicación no verbal

La comunicación no verbal de Harris se valora de manera más positiva que la de Trump.

Los datos obtenidos revelan una tendencia clara: la comunicación no verbal de Harris fue percibida de manera más positiva en comparación con la de Trump. Los encuestados utilizaron con mayor frecuencia términos que se clasificaron con una valoración positiva, como *confianza*, *accesible*, *abierta*, *simpática* o *acogedora*, para describir la CNV de Harris, mientras que, en el caso de Trump, los comentarios positivos fueron menos recurrentes.

Tal y como se puede observar en los gráficos, el análisis de las valoraciones de la comunicación no verbal de los candidatos muestra diferencias en función de la franja de edad de los encuestados. En términos generales, Harris ha recibido una valoración más positiva en todos los aspectos analizados (expresiones faciales, contacto visual y gestos), aunque la magnitud de esta diferencia varía según la edad de los participantes.

En jóvenes de entre 17 y 26 años (gráfico 3), se observa una preferencia clara por Harris en todas las categorías, especialmente en el contacto visual, donde obtiene 21 valoraciones positivas frente a las 5 de Trump. En expresiones faciales y gestos, la diferencia también es clara: 20 vs. 2 y 16 vs. 4, respectivamente. Este grupo muestra la mayor brecha en favor de Harris, lo que sugiere una percepción más positiva de su lenguaje no verbal entre los encuestados más jóvenes.

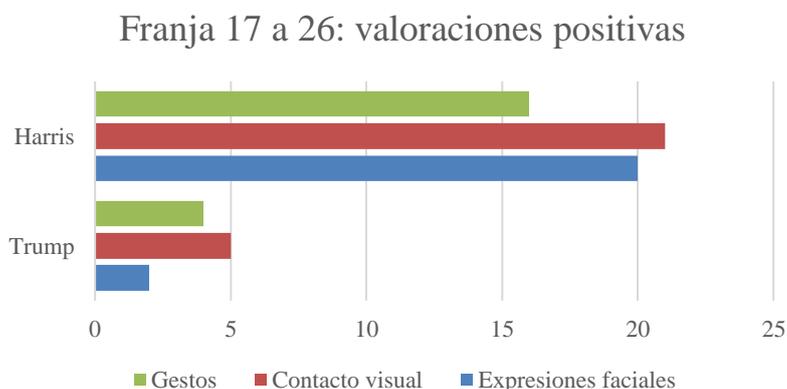


Gráfico 3: Valoraciones positivas en la franja de 17 a 26 años. Elaboración propia.

En personas con una edad comprendida entre los 26 y los 35 años (gráfico 4), aunque la tendencia general respecto al contacto visual se mantiene (11 valoraciones positivas para Harris y sólo 1 para Trump).

En gestos y expresiones faciales, Harris sigue obteniendo mejores resultados (9 vs. 2 en gestos y 9 vs. 3 en expresiones faciales).

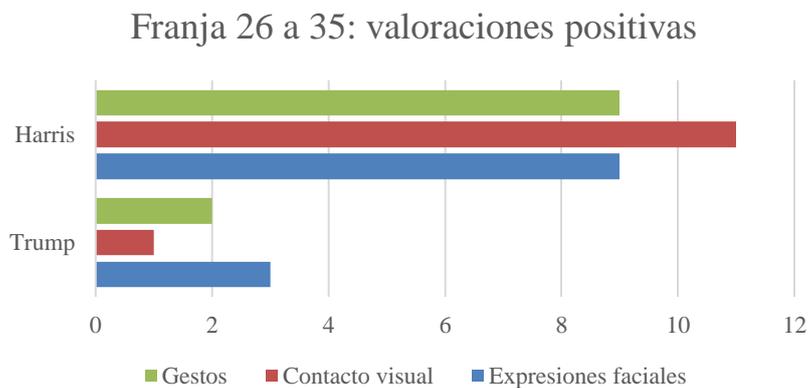


Gráfico 4: Valoraciones positivas en la franja de 26 a 35 años. Elaboración propia.

En el grupo de los adultos entre 35 y 50 años (gráfico 5), la diferencia entre los candidatos se reduce. En expresiones faciales y contacto visual, las valoraciones positivas están más equilibradas (Harris: 3 y 4; Trump: 2 y 3). En cuanto a gestos, Harris sigue destacando (7 frente a 1), lo que sugiere que este elemento de la CNV ha sido más apreciado en su caso.

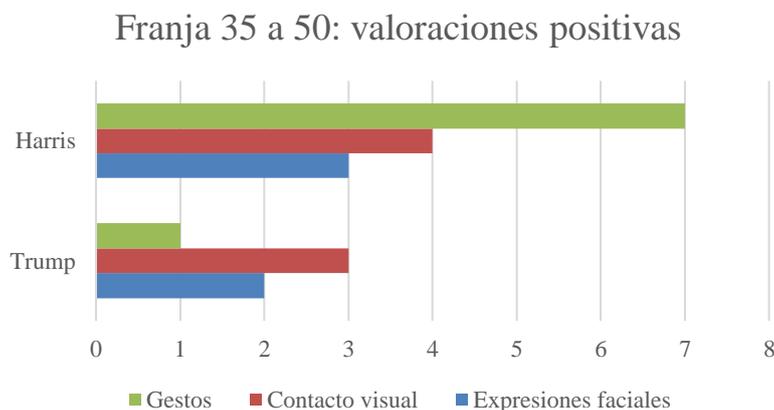
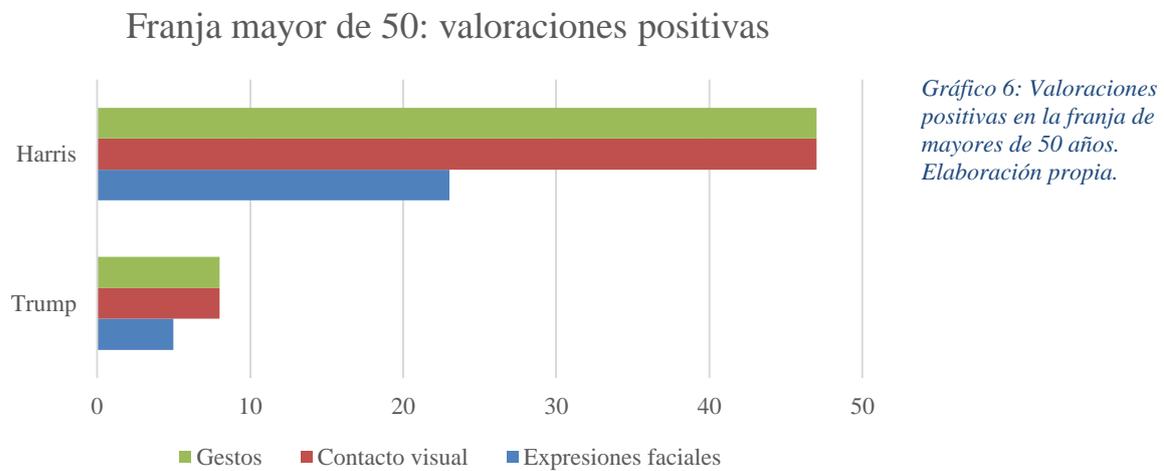


Gráfico 5: Valoraciones positivas en la franja de 35 a 50 años. Elaboración propia.

El grupo de mayores de 50 (gráfico 6), es el más numeroso y también aquel donde la diferencia en la percepción de los candidatos se amplía nuevamente.

Harris recibe 47 valoraciones positivas tanto en contacto visual como en gestos, frente a las 8 que obtiene Trump en ambas categorías. En expresiones faciales, la diferencia también es notable (23 para Harris frente a 5 para Trump). Estos datos

indican que, al igual que en el grupo más joven, la audiencia de mayor edad valora de manera mucho más favorable la CNV de Harris.



Uno de los aspectos en los que la diferencia entre ambos candidatos ha sido más notable es el contacto visual. En todos los segmentos de la población encuestada, Harris ha sido percibida como una candidata con una mirada más acogedora, segura y conectada con la audiencia, mientras que Trump ha recibido valoraciones más bajas en este aspecto.

La mejor valoración general de Harris en términos de la CNV puede explicarse por diversos factores. En primer lugar, su estilo comunicativo ha sido descrito como más abierto, accesible y cercano, lo que podría haber influido en la percepción de los encuestados. Además, el análisis de la cobertura mediática ya había señalado que la expresión facial y la gestualidad de Harris proyectaban confianza y empatía, algo que se ha visto reflejado en las respuestas de la encuesta. En contraste, Trump ha obtenido evaluaciones más bajas en todos los aspectos de la CNV, lo que puede estar relacionado con su estilo más confrontativo y su lenguaje corporal.

Estos datos confirman la relevancia del análisis de la CNV en contextos políticos y refuerzan la idea de que la comunicación no verbal no sólo complementa el discurso verbal, sino que puede tener un impacto determinante en la percepción de los candidatos.

Este resultado está en sintonía con la cobertura mediática que ha recibido el debate, así como con el análisis previo realizado sobre el vídeo del evento. En los medios de comunicación, se ha resaltado la expresividad de Harris y su capacidad

para transmitir cercanía, mientras que la CNV de Trump ha sido interpretada en algunos casos como más rígida o desafiante.

6.2.2 Polarización de las respuestas

La exposición a medios ha influido en la polarización de las respuestas, pero no de manera tan extrema como se esperaba, ya que, aunque los grupos informados por medios concentran más respuestas polarizadas, esto se debe en parte a su mayor número de participantes.

Para este estudio, se considera una respuesta polarizada aquella que se sitúa en uno de los extremos de la escala de valoración; son respuestas que reflejan una toma de posición clara y marcada en la percepción de la comunicación no verbal de los candidatos, ya sea a través de una valoración extremadamente favorable o mediante una crítica evidente, como por ejemplo «chiquito de la calzada», «payaso» o «garra».

Contrario a la hipótesis inicial, el análisis de las respuestas no muestra una mayor polarización en aquellos encuestados que han accedido a la información a través de redes sociales o medios de comunicación. Se esperaba que la exposición a estos canales amplificara la tendencia a emitir comentarios polarizados, debido al fenómeno de burbujas informativas y sesgos de confirmación que suelen caracterizar estos espacios.

Sin embargo, los datos reflejan que la polarización en las respuestas no varía significativamente entre quienes vieron el debate y quienes se informaron a través de otros medios. El análisis revela (gráfico 7) que los grupos con mayor polarización total son los que han consumido medios de comunicación:

- El 33.33 % de las respuestas polarizadas provienen del grupo de las personas que no vieron el debate, pero se informaron por medios.
- El 30.86 % de las respuestas polarizadas provienen del del grupo de las personas que vieron el debate y se informaron por medios.

No obstante, la polarización no ha sido tan pronunciada como se esperaba. Aunque estos dos grupos acumulan la mayoría de respuestas polarizadas, también son los que tienen un mayor número de participantes, lo que podría explicar la cantidad de respuestas extremas sin que ello signifique necesariamente una mayor tendencia a la polarización. Esto implica que el papel de los medios en la formación de opiniones no es completamente determinante en la radicalización de posturas, sino que actúa como un factor que puede reforzar o modular percepciones preexistentes.

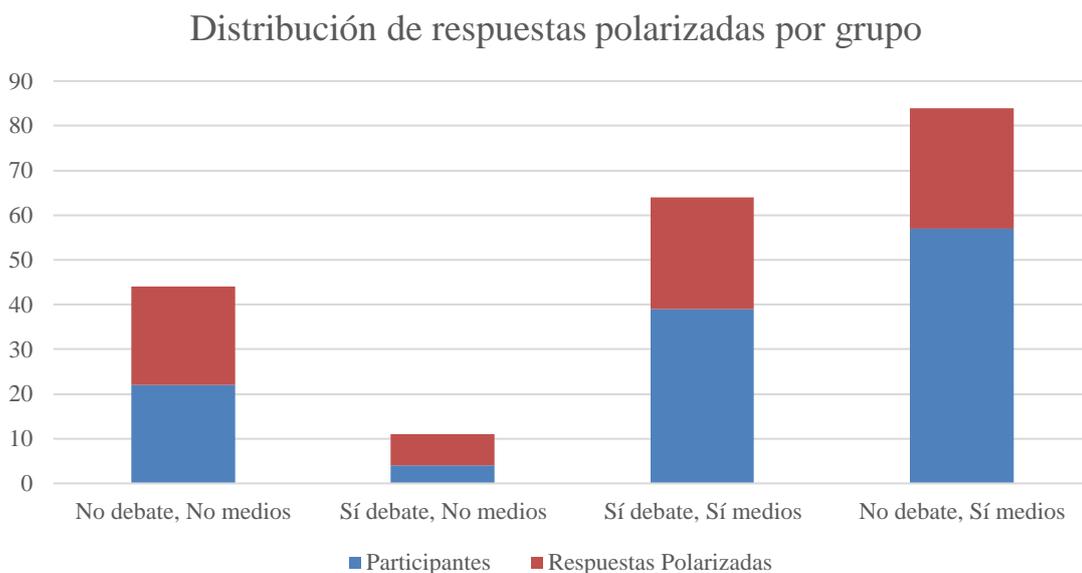


Gráfico 7: Distribución de respuestas polarizadas por grupo. Elaboración propia.

Además de analizar la percepción de los participantes en los elementos de la CNV, la encuesta también incluyó otros parámetros con el fin de evaluar si existía una polarización en las respuestas.

En la misma línea del objetivo principal de la encuesta, explorar la percepción de la comunicación no verbal y su polarización, se incluyó una pregunta relacionada con un gesto muy viralizado de Harris, en el cual ella se apoya en su barbilla mientras escucha una respuesta de Trump (EF5 con G1) gesto que, como ya se ha explicado, fue interpretado por los medios de comunicación como una señal de «incredulidad» ante las afirmaciones de su oponente.

Los resultados de la encuesta muestran una clara tendencia hacia la misma interpretación que realiza la prensa y, además, los participantes relacionan la expresión de Harris con la sorpresa, la duda o la reflexión. Palabras relacionadas con *incredulidad*, *sorpresa*, *duda*, *pensativa* o *expectante* aparecieron un 40,16 % en las respuestas de los encuestados, que asociaron la imagen del gesto con la misma imagen

que se había proyectado por redes sociales, en especial en X.

Por otro lado, un 6,56 % de los participantes interpretaron el gesto como una señal de *seguridad* y un 18,85 % asoció el gesto con *atención* o *abertura*.

El hecho de que la gran mayoría de los participantes haya interpretado el gesto de manera similar a la narrativa mediática indica que, aunque los espectadores no se hayan mostrado completamente polarizados en su interpretación de la CNV, existe una tendencia a alinearse con las representaciones que circulan en las redes sociales y los medios de comunicación.

6.2.3 Edad y medios de comunicación

La radio, la televisión y la prensa son medios de información predominantes en personas mayores de 50 años, mientras que las redes sociales son el medio predominante para las personas cuya franja de edad va de 17 a 26 años.

El análisis de la fuente de información utilizada por los encuestados revela una clara tendencia generacional: las personas mayores de 50 años tienden a informarse más a través de la radio y la televisión, mientras que los más jóvenes recurren en mayor medida a redes sociales y medios digitales. Como se observa en el gráfico 8, las personas que son mayores de 50 son las que más se han informado sobre el debate presidencial a través de medios de comunicación tradicionales, como televisión, radio y prensa.

Las personas entre 17 y 26 años recurren mayoritariamente a redes sociales, con Instagram (52.94 %) como el medio más utilizado, seguido por TikTok (32.35 %) y X (29.41 %).

La franja de 26 a 35 años presenta un patrón similar, aunque con un mayor equilibrio en el consumo de medios. Instagram sigue siendo el medio más utilizado (53.33 %), pero en este grupo la televisión (33.33 %) y la prensa (26.67 %) cobran más importancia, indicando una mayor diversificación en las fuentes de información.

En el grupo de 35 a 50 años, se observa una distribución más equitativa entre los distintos medios, con valores similares, ya que las personas en esta franja combinan fuentes digitales con medios tradicionales.

El grupo de mayores de 50 años presenta un patrón de consumo mediático completamente distinto. En esta franja, la televisión (39.06 %) y la radio (28.12 %) son los medios más utilizados, seguidos por la prensa (26.56 %). Esto confirma que

los medios tradicionales siguen siendo la principal fuente de información para las personas de mayor edad.

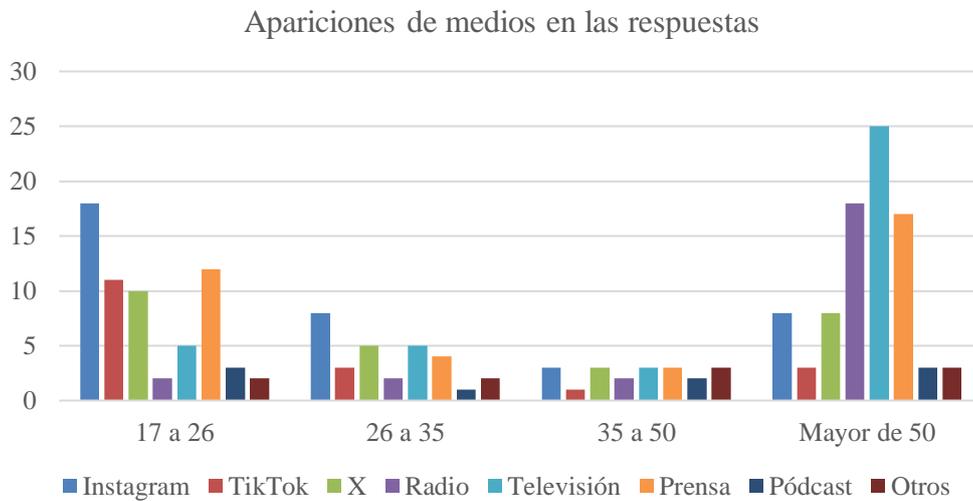


Gráfico 8: Apariciones de medios en los que se ha obtenido información sobre el debate según las franjas de edad analizadas. Elaboración propia.

6.2.4 Género y aspectos estéticos

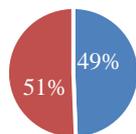
Las mujeres destacan más la apariencia de Harris que los hombres.

Otro de los resultados relevantes del estudio es la diferencia de percepción entre géneros en cuanto a la imagen de los candidatos. Se encontró que las mujeres destacaron más el maquillaje, vestimenta y accesorios de Harris en comparación con los hombres.

Tal y como se puede ver en los gráficos, las mujeres destacan más en Harris todos los elementos que se estudian a nivel de estética dentro de la CNV, con excepción del peinado, que ambos géneros atribuyen a Trump, no obstante, en mujeres, la diferencia es sólo de un 2 % (gráfico 9).

Peinado valoración femenina

■ Harris ■ Trump



Peinado valoración masculina

■ Harris ■ Trump

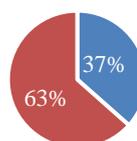
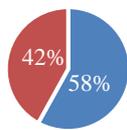


Gráfico 9: Diferencias de valoración entre los géneros del peinado. Elaboración propia.

En los demás elementos, maquillaje, accesorios y vestimenta, las mujeres parecen estar más convencidas de que Harris destaca más que Trump, al haber una diferencia mucho más notoria entre los dos candidatos que en los hombres. De hecho, en el maquillaje hay una diferencia entre los dos candidatos de 16 % en mujeres y 8 % en hombres (gráfico 10);

Maquillaje valoración femenina

■ Harris ■ Trump



Maquillaje valoración masculina

■ Harris ■ Trump

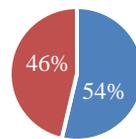
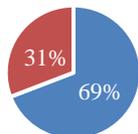


Gráfico 10: Diferencias de valoración entre los géneros del maquillaje. Elaboración propia.

en los accesorios 38 % en mujeres y 32 % en hombres (gráfico 11);

Accesorios valoración femenina

■ Harris ■ Trump



Accesorios valoración masculina

■ Harris ■ Trump

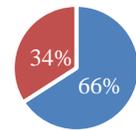
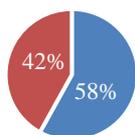


Gráfico 11: Diferencias de valoración entre los géneros de los accesorios. Elaboración propia.

en vestimenta 16 % en mujeres y 8 % en hombres (gráfico 12).

Vestimenta valoración femenina

■ Harris ■ Trump



Vestimenta valoración masculina

■ Harris ■ Trump

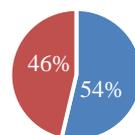


Gráfico 12: Diferencias de valoración entre los géneros de la vestimenta. Elaboración propia.

Estos datos sugieren que existe una mayor atención por parte del público femenino hacia aspectos estéticos en la comunicación no verbal de las figuras políticas.

7 CONCLUSIONES

Este Trabajo de Fin de Grado ha tenido como objetivo principal analizar la comunicación no verbal en el debate presidencial entre Trump y Harris en 2024. Para ello, se ha realizado una revisión bibliográfica exhaustiva sobre la teoría más relevante en torno a la CNV: definiciones, elementos constitutivos e impacto en la comunicación política.

Se ha prestado especial atención al papel de la CNV en los debates televisados, un contexto en el que el contacto visual, los gestos y las expresiones faciales pueden influir en la percepción pública de los candidatos. Además, se ha repasado la evolución histórica de los debates presidenciales y se ha destacado el papel clave de la CNV en la construcción de la imagen de los líderes políticos y en la manera en que los espectadores interpretan sus actuaciones.

A partir de esta base teórica, se ha llevado a cabo un análisis del debate entre Trump y Harris, estructurado en torno a dos preguntas de investigación:

1. ¿Qué interpretaciones atribuyen los espectadores a elementos específicos de la comunicación no verbal de Harris y Trump en los fragmentos seleccionados del debate?
2. ¿En qué medida las interpretaciones de los encuestados están influenciadas por los comentarios previos que han leído en redes sociales o medios de comunicación sobre los gestos de los candidatos?

Para responder a estas preguntas, se propuso una hipótesis central: los encuestados expuestos a comentarios en redes sociales y medios de comunicación interpretan los elementos de CNV de los candidatos de manera más polarizada en comparación con quienes no habían recibido esta influencia previa.

El análisis del debate se ha basado en una evaluación detallada de los principales elementos de la CNV, como las expresiones faciales, los gestos y la oculésica. Para complementar este análisis, se ha diseñado y administrado una encuesta cualitativa en la que los participantes han respondido preguntas abiertas sobre su percepción de la CNV de los candidatos.

Los resultados obtenidos han llevado a refutar la hipótesis inicial. Se esperaba que la exposición a comentarios en redes sociales y medios de comunicación influyera en la percepción de los encuestados e hiciesen que sus respuestas fueran más polarizadas y extremas. Sin embargo, el análisis de los datos reveló que la polarización en las respuestas

no estuvo directamente relacionada con el consumo previo de información en estos medios.

No obstante, sí se ha encontrado una valoración más positiva de la CNV de Harris en comparación con la de Trump. Este resultado coincide con el análisis mediático del debate, que también destacó la expresividad y actitud de Harris como puntos fuertes de su desempeño.

A pesar de los resultados relevantes obtenidos, este estudio presenta varias limitaciones que deben tenerse en cuenta para futuras investigaciones.

1. Limitaciones de la muestra

La encuesta se ha difundido a través de redes sociales, lo que puede haber sesgado la muestra hacia personas con acceso a internet y familiarizadas con el entorno digital. No se ha garantizado una distribución equitativa en términos de edad y género, lo que podría afectar la representatividad de los resultados. Con todo ello, para futuros estudios, sería recomendable ampliar la muestra y garantizar una mejor distribución de los participantes.

2. Enfoque metodológico

Dado que el estudio se ha basado en preguntas abiertas, la subjetividad en las respuestas ha sido un factor clave. Si bien esto ha permitido obtener análisis detallados, también ha dificultado la cuantificación precisa de ciertos patrones de percepción. En investigaciones futuras, podría combinarse este enfoque cualitativo con preguntas cerradas o escalas de medición para obtener datos más estructurados y comparables.

Asimismo, los encuestados fueron expuestos a imágenes fijas extraídas del debate en lugar de al vídeo completo, elección que supone una limitación para la investigación, ya que la comunicación no verbal no se da en momentos aislados, sino en el desarrollo dinámico de la interacción entre los candidatos. La ausencia de contexto gestual y verbal podría haber afectado la interpretación de la CNV por parte de los participantes, ya que ciertos matices pueden ser más evidentes en el movimiento y la interacción que en imágenes estáticas. Futuras investigaciones podrían abordar este aspecto mediante la exposición de los participantes a fragmentos de vídeo, lo que permitiría un análisis más completo de la comunicación no verbal.

3. Alcance de la investigación

El estudio se ha centrado exclusivamente en el debate entre Trump y Harris de 2024, lo que limita la posibilidad de generalizar los resultados a otros contextos políticos. Sería interesante ampliar el análisis a otros debates o comparar la CNV de diferentes

líderes políticos para obtener conclusiones más amplias sobre la influencia de la comunicación no verbal en la percepción pública.

4. Influencia de otros factores en la polarización

Aunque la hipótesis sobre la influencia de los medios y redes sociales en la polarización no se confirmó, el estudio no ha explorado en profundidad otros factores que podrían afectar la percepción de la CNV, como la ideología política de los encuestados o su nivel de conocimiento previo sobre los candidatos. Futuros estudios podrían incorporar variables adicionales, como encuestas sobre la afinidad política de los participantes, para analizar cómo estas predisposiciones afectan la interpretación de la CNV.

Este estudio ha permitido profundizar en la importancia de la comunicación no verbal en los debates políticos y destacar cómo ciertos elementos pueden influir en la percepción de los candidatos más allá de sus discursos verbales. Si bien no se ha encontrado una relación directa entre el consumo mediático y la polarización de las respuestas, sí se han identificado patrones en la manera en que diferentes grupos interpretan la CNV en función de su edad, género y formación profesional.

En definitiva, este TFG ha puesto de manifiesto la relevancia de la comunicación no verbal en la política contemporánea y ha abierto nuevas preguntas sobre los factores que influyen en su percepción. Aunque el estudio haya ofrecido hallazgos valiosos, queda camino por recorrer para comprender a fondo cómo la comunicación no verbal moldea la opinión pública y la imagen de los líderes políticos en la era digital.

8 BIBLIOGRAFÍA

- Auer, J. (1962). The Counterfait Debates. En S. Kraus (Ed.), *The great debates: background, perspective, effects*. P. Smith.
- Baker, G. (11 de septiembre de 2024). 6 momentos clave del debate presidencial entre Harris y Trump. *BBC*. <https://www.bbc.com/mundo/articulos/cn49kgpenjl> Consultado última vez el 20 de octubre de 2024.
- Baró., T. (2012). *La gran guía del lenguaje no verbal. Cómo aplicarlo en nuestras relaciones para lograr el éxito y la felicidad*. Paidós.
- Bayoumi, M., Brown, L., Green, L., Davis, B., Mahdawi, A. y Sunkara, B. (11 de septiembre de 2024). Who won Kamala Harris and Donald Trump's first debate? Our panel reacts. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/commentisfree/article/2024/sep/11/who-won-harris-trump-debate> Consultado última vez el 20 de octubre de 2024.
- Birdwhistell, R. (1970). *Kinesics and context: Essays on body motion communication*. University of Pennsylvania Press. <https://doi.org/10.9783/9780812201284>
- Coll, F. M. (2024). *Técnicas de debate que utilizó ayer Donald Trump contra Kamala Harris. Son técnicas que utilizamos desde que somos niños* y [Vídeo adjunto] [Vídeo] LinkedIn. Obtenido de LinkedIn: https://www.linkedin.com/posts/fernandomirallescill_oratoria-hablarenpublico-comunicacionnoverbal-activity-7239592409666404354-NC2J/?originalSubdomain=es Consultado última vez el 20 de octubre de 2024.
- Crespo-Martínez, I., Melero-López, I., Mora-Rodríguez, A., Rojo-Martínez, J.-M. (2024). Política, uso de medios y polarización afectiva en España. *Revista Mediterránea De Comunicación*, 15(2), e26681. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.26681>
- Dana Goldberg. [@DGComedy]. (11 de septiembre de 2024). *Did you see his face when she laughed at him? Keep laughing at him, Harris. He can't stand it. It* [X]. Obtenido de X: <https://x.com/dgcomedy/status/1833679909169828156?s=12> Consultado última vez el 20 de octubre de 2024.
- Darwin, C. (1872). *The expression of the emotions in man and animals*. Obtenido de Freeditorial: https://web.seducoahuila.gob.mx/biblioweb/upload/the_expression_of_the_emotions_in_man_and_animals.pdf
- Davis, F. (2010). *La comunicación no verbal*. Alianza.
- Deutschemomma Elke. [@deutschemomma]. (12 de septiembre de 2024). *I spoke with my mom in Germany this morning. She watched part of the debate, even though she doesn't understand.* [X]. Obtenido de X: <https://x.com/deutschemomma/status/1834273830375719226?s=12> Consultado última vez el 20 de octubre de 2024.
- Dijk, T. A. v. (2008). *Discourse and power*. Palgrave Macmillan.
- DrJackBrown [@DrGJackBrown]. *A classic moment – VP Harris disarming Trump and wounding his fragile ego by laughing at him while he threw a* (12 de septiembre de 2024). [X]. Obtenido de X: <https://x.com/drgjackbrown/status/1834008631597224342?s=12> Consultado última vez el 20 de octubre de 2024.
- Ekman, P. y Friesen, W. V. (1969). The repertoire of nonverbal behavior: Categories, origins, usage, and coding. *Semiotica*, 1(1), 49-98. Recuperado a partir de

- <https://www.paulekman.com/wp-content/uploads/2013/07/The-Repertoire-Of-Nonverbal-Behavior-Categories-Origins-.pdf>
- Ekman, P. y Friesen, W. V. (2003). *Unmasking the face: A guide to recognizing emotions from facial clues*. Malor Books.
- El Hakim López, S. (2021). *Código no verbal. mejora tu vida a través de la comunicación no verbal*. Alienta.
- Fetzer, A. y Weizman, E. (2006). Political discourse as mediated and public discourse. *Journal of Pragmatics*, 38(2), 143-153.
- Garrison, J. P. [DrJohnGarrison]. [@drgexplains] (11 de septiembre de 2024). *Trump and Harris Presidential Debate 2024: Behavior and Body Language*. Obtenido de Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=BmwKbiBRATc> Consultado última vez el 20 de octubre de 2024.
- Hall, E. T. (1972). *La dimensión oculta*. Siglo XXI.
- Hernández Herrarte, M., y Rodríguez Escanciano, I. (2009). Investigar en comunicación no verbal: un modelo para el análisis del comportamiento kinésico de líderes políticos y para la determinación de su significación estratégica. *Enseñanza and Teaching, Revista Interuniversitaria de Didáctica*, 27(1), 14.
- Kendon, A. (2004). *Gesture: Visible action as utterance*. Cambridge University Press. [10.1017/CBO9780511807572](https://doi.org/10.1017/CBO9780511807572)
- Knapp, M. L. (1982). *La comunicación no verbal: el cuerpo y el entorno*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Lerer, L. y Epstein, R. J. (11 de septiembre de 2024). In Debate With Trump, Harris's Expressions Were a Weapon. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2024/09/11/us/politics/trump-harris-debate-analysis.html> Consultado última vez el 20 de octubre de 2024.
- Luengo, Óscar G. (2013). Debates electorales en televisión: una aproximación preliminar a sus efectos inmediatos. *Revista Española De Ciencia Política*, (25), 81-96. Recuperado a partir de <https://recyt.fecyt.es/index.php/recp/article/view/37516>.
- Mason, J. (11 de septiembre de 2024). Tone and body language at the Harris-Trump debate speak as loudly as words. *Reuters*. <https://www.reuters.com/world/us/tone-body-language-harris-trump-debate-speak-loudly-words-2024-09-11/> Consultado última vez el 20 de octubre de 2024.
- Matsumoto, D. y Willingham, B. (2009). Spontaneous facial expressions of emotion of congenitally and noncongenitally blind individuals. *Journal of Personality and Social Psychology*, 96(1), 1. [10.1037/a0014037](https://doi.org/10.1037/a0014037)
- Mehrabian, A. (1972). *Nonverbal communication*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781351308724>
- Navarro, J. (11 de septiembre de 2024). 9 Body Language Tells From the Presidential Debate. *Politico*. <https://www.politico.com/news/magazine/2024/09/11/body-language-presidential-debate-harris-trump-00178569> Consultado última vez el 20 de octubre de 2024.
- Pease, A., Pease, B. (2006). *El lenguaje del cuerpo: Cómo interpretar a los demás a través de sus gestos*. Amat.
- Politi, J. (11 de septiembre de 2024). Kamala Harris needles Donald Trump in fiery presidential debate. *Financial Times*. <https://www.ft.com/content/542eed86-211e-48ad-b8d6-21ab810dfc85> Consultado última vez el 20 de octubre de 2024.
- Rivera Otero, J. M., Lagares Diez, N., Pereira López, M. y Jaráiz Gulías, E. (2021). Relación entre diversos usos de las redes sociales, emociones y voto en

- España. *Revista Latina De Comunicación Social*, (79), 73-98.
<https://doi.org/10.4185/RLCS-2021-1518>
- Ruiz, A. C. (2012). Debates electorales en televisión: Nuevos contenidos para nuevos formatos. En *Comunicació i risc: III Congrés Internacional Associació Espanyola d'Investigació de la Comunicació* (p. 138). Universitat Rovira i Virgili. Recuperado a partir de: https://ae-ic.org/Tarragona/contents/comunicacions_cd/ok/350.pdf
- Schroeder, A. (2016). *Presidential debates: Risky business on the campaign trail*. Columbia University Press.
<https://doi.org/10.7312/columbia/9780231170574.001.0001>
- The Wall Street Journal [@wsj] (11 de septiembre de 2024). *Full Debate: Harris vs. Trump in 2024 ABC News Presidential Debate | WSJ*. Obtenido de Youtube: https://www.youtube.com/watch?v=VgsC_aBquUE Consultado última vez el 27 de octubre de 2024.
- Tulis, J. K. (1987). *The Rhetorical Presidency*. Princeton University Press.
<https://doi.org/10.2307/j.ctvc77bq6>
- Ulrike Franke [@RikeFranke]. *As someone with no pokerface whatsoever, the way how Kamala Harris used her facial expressions in the debate to her* (12 de septiembre de 2024). [X]. Obtenido de X: <https://x.com/rikefranke/status/1834170182748565955?s=12> Consultado última vez el 20 de octubre de 2024.
- Waisbord, S. (2020). ¿Es válido atribuir la polarización política a la comunicación digital? Sobre burbujas, plataformas y polarización afectiva. *Revista Saap*, 14(2), 249-279.10.46468/rsaap.14.2.A1
- Zhou, H., Zhang, T. (2008). Body language in business negotiation. *International Journal of Business and Management*, 3(2), 90–96. Recuperado a partir de <https://pdfs.semanticscholar.org/34b1/9dad36b9f78bc166b3b3620c82e2609d7358.pdfm>

9 ANEXOS

9.1 Encuesta realizada

1. ¿En qué franja de edad te encuentras?
 - De 17 a 21 años
 - De 21 a 26 años
 - De 26 a 35 años
 - De 35 a 50 años
 - Mayor de 50 años
2. ¿De qué nacionalidad eres?
 - Pregunta abierta
3. ¿Cuál es tu género?
 - Masculino
 - Femenino
 - No binario
4. ¿Estás estudiando actualmente?
 - Sí
 - No
5. ¿Qué estás estudiando? (Pregunta condicional)
 - Pregunta abierta
6. ¿Estás trabajando actualmente?
 - Sí
 - No
7. ¿En qué estás trabajando? (Pregunta condicional)
 - Pregunta abierta
8. ¿Has visto el debate presidencial entre Trump y Harris?
 - Sí
 - No
9. ¿Has obtenido información del debate a través de redes sociales y/o medios de comunicación?
 - Sí
 - No
10. ¿En qué medios has obtenido la información? Selecciona todas las respuestas que apliquen. (Pregunta condicional)
 - X
 - Instagram
 - TikTok
 - Prensa
 - Pódcast
 - Radio
 - Televisión
 - Otros

11. ¿En tu opinión, qué significado se le puede atribuir a esta expresión facial de **Trump**?



- Pregunta abierta

12. ¿En tu opinión, qué significado se le puede atribuir a esta expresión facial de **Harris**?



- Pregunta abierta

13. ¿Cómo percibes el contacto visual de **Trump**?



- Pregunta abierta

14. ¿Cómo percibes el contacto visual de **Harris**?



- Pregunta abierta

15. ¿Qué impresión te da el uso de las manos y los brazos por parte de **Harris**?



- Pregunta abierta

16. ¿Qué impresión te da el uso de las manos por parte de **Trump**?



- Pregunta abierta

17. ¿Cómo percibes esta postura de **Harris**?



- Pregunta abierta

18. ¿Qué elemento destacarías más en **cada** candidato?



- Peinado
- Maquillaje
- Vestimenta
- Accesorios

19. ¿Podrías justificar tu respuesta?

- Pregunta abierta

[Encuesta sobre la comunicación no verbal en el debate entre Trump y Harris\(1-122\)](#)

9.2 Tabla para el análisis de comunicación no verbal en el debate presidencial

Capturas tomadas de: https://www.youtube.com/watch?v=VgsC_aBquUE

Tabla 1: Tabla para el análisis de comunicación no verbal en el debate presidencial. Elaboración propia.

Aspecto de la CNV	Persona	Descripción	Contexto	Interpretación	Código
Expresiones faciales	Trump, Harris	Los dos candidatos se colocan detrás de sendos atriles y sonríen. Trump lo hace con una sonrisa cerrada, mientras que Harris muestra los dientes en una amplia sonrisa.	<p>Inicio del debate, durante las presentaciones.</p> <p>Minuto 6:18</p>  <p>Harris baja la sonrisa.</p> <p>Minuto 6:25</p> 	La sonrisa abierta con dientes de Harris denota más simpatía que la cerrada de Trump. Sin embargo, a la candidata demócrata pronto se le baja la sonrisa, la cierra y muestra así que está insegura y nerviosa.	EF1

<p>Expresiones faciales</p>	<p>Harris</p>	<p>Harris se ríe abiertamente de Trump y crea un contraste con su cara de seriedad de antes.</p>	<p>Trump afirma sin pruebas que los inmigrantes se están comiendo las mascotas de la gente.</p> <p>Minuto 33:23</p> 	<p>El uso de la risa, del humor y del contraste emocional le sirve a la candidata demócrata para desmentir una información que Trump había marcado como verdadera, además de escandalosa.</p>	<p>EF2</p>
<p>Expresiones faciales</p>	<p>Trump</p>	<p>Trump, en secuencia, se humedece los labios enseña la lengua, abre la boca ligeramente, muestra los dientes, aprieta los labios y asiente con la cabeza.</p>	<p>Harris explica, a través de testimonios, por qué Trump no es el candidato idóneo para Estados Unidos.</p> <p>Minuto 35:16</p> 	<p>La incomodidad y la tensión afloran del rostro del candidato republicano. Se puede ver a un Trump muy molesto, que con su gesto característico (una especie de beso o de «piquito») muestra inseguridad y ansiedad, aparte de desprecio, contención y tensión.</p>	<p>EF3</p>
<p>Expresiones faciales</p>	<p>Trump</p>	<p>Cuando escucha las críticas de Harris, el presidente republicano frunce los labios, levanta las cejas y sonrío. Acto seguido, vuelve a formar su clásico beso/«piquito» con la boca.</p>	<p>Harris reprocha y critica a su adversario por las acciones y el asalto al Capitolio del 6 de enero de 2021.</p> <p>Minuto 52:41</p> 	<p>El gesto de Trump está lleno de sarcasmo y desprecio, casi de odio y humillación hacia Harris.</p>	<p>EF4</p>

<p>Expresiones faciales y Gestos</p>	<p>Harris</p>	<p>Cuando Trump le vuelve las acusaciones, Harris mira a su oponente con la mano sujetándose la barbilla y de una manera incrédula.</p>	<p>Trump acusa a Harris de ser marxista debido a la carrera de su padre, a quien también acusa de ser marxista.</p> <p>Minuto 18:38</p>  <p>Harris vuelve a ponerse la mano en el mentón mientras Trump le argumenta por qué la gente no va a sus mítines.</p> <p>Minuto 32:45</p> 	<p>En esta ocasión, se suceden dos elementos de comunicación no verbal: Harris echa la cabeza hacia atrás con las cejas levantadas a la vez que apoya la cabeza y barbilla en su mano derecha. Estos dos elementos son una manera deliberada de reírse de los comentarios de Trump y comunicar en silencio el hecho de no poder ni siquiera creerse lo que él estaba diciendo.</p>	<p>EF5 con G1</p>
<p>Gestos</p>	<p>Harris</p>	<p>La candidata demócrata explica durante dos minutos su plan económico apoyándose en los gestos y movimientos de manos. Harris muestra siempre la palma de la mano, estilo que recuerda mucho a Obama.</p>	<p>La candidata demócrata explica durante dos minutos su plan económico.</p> <p>6:48</p> 	<p>Mostrar reiteradamente la palma de las manos es un gesto que denota transparencia para reforzar la idea de «no tengo nada que ocultar», «os estoy hablando a vosotros». A lo largo de todo el debate se puede ver el mismo gesto.</p>	<p>G2</p>

Gestos	Harris	La candidata demócrata pone énfasis en sus propósitos y objetivos a nivel económico gracias al gesto y la posición de la mano derecha.	<p>Harris rebate al plan económico que acaba de exponer su oponente.</p> <p>11:19</p> 	Harris remarca con las manos lo que oralmente expone y, gracias a los movimientos leves, centra la atención de su oponente y del público.	G3
Gestos	Trump	El candidato republicano usa gestos amplios y agresivos mientras expone cómo su partido lidió con la pandemia.	<p>Trump responde a Harris, desvinculándose del proyecto 2025 y argumentando que su plan durante la pandemia fue exitoso.</p> <p>13:04</p> 	Trump mueve las manos fuera del plano televisivo y señala con el dedo índice a Harris. Al usar gestos agresivos, denota frustración. Asimismo, Trump no se separa del atril y se ancla a él, lo que le hace tener libre sólo la mano derecha para gestualizar. Todo ello muestra al expresidente rígido, estático y casi enfadado y marca, además, mucha distancia todo el tiempo con movimientos de manos mecánicos.	G4

Gestos	Harris	La candidata demócrata enfatiza el punto sobre el aborto moviendo las manos en círculo.	Harris expone su plan relacionado con el aborto libre y las consecuencias negativas que podría traer Trump si resultase elegido. 24:21 	El acto de mover las manos en círculos reafirma la idea de adversidad contra su oponente, generando empatía con el público. El espectador puede así visualizar mejor el contenido que Harris explica y, como resultado, la comunicación es más efectiva.	G5
Oculésica	Harris	Harris pone cara de pena y de compasión a su oponente.	Trump afirma sin pruebas que los inmigrantes se están comiendo las mascotas de la gente. 33:48 	Harris mira con cara de pena y muestra compasión por su oponente, con intención de desestabilizarlo, casi como si quisiera decirle «pobrecito, te falta mucho por aprender».	O1
Oculésica	Harris	La candidata demócrata explica durante dos minutos su plan económico manteniendo contacto visual directo con los moderadores y dirigiéndose a la cámara y a los espectadores. Además, mira reiteradamente a Trump buscando el contacto visual.	La candidata demócrata explica durante dos minutos su plan económico. 6:48 	Al mirar directamente a la cámara, Harris establece una conexión continua con el espectador que hace que se sienta más involucrado en lo que se está diciendo.	O2

Oculésica	Trump	El candidato republicano explica durante dos minutos su plan económico evitando el contacto visual con su oponente y con el público. Su mirada oscila entre el suelo, el techo del escenario y los moderadores.	El candidato republicano explica durante dos minutos su plan económico. 8:48 	Al evadir la cámara y la oponente, Trump no logra establecer ninguna conexión y bloquea la claridad y sinceridad de su mensaje.	O3
Oculésica	Trump	Mientras el candidato republicano apoya directamente prohibir el aborto, mueve los ojos hacia su izquierda queriendo mirar a Harris.	Trump refuta las ideas de Harris sobre el aborto, apoyando el veto del aborto y sosteniendo que su gobierno es el que ha realizado todas las políticas correctamente. 25:10 	El movimiento de ojos y cejas hacia la izquierda sugiere que Trump tenía intenciones de mirar a su adversaria, pero detiene esta voluntad ya que basa su comunicación no verbal en evitar el contacto visual directo con Harris.	O4