

REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

“MANUAL DE COMUNICACIÓN NO VERBAL EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA IMAGEN PÚBLICA PARA MUJERES EN LA POLÍTICA”

Autor: ANA PAULA TAVERA GUZMÁN

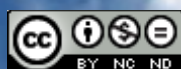
**Tesis presentada para obtener el título de:
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**Nombre del asesor:
M.C. Alejandra Sosa Mendoza**

Este documento está disponible para su consulta en el Repositorio Académico Digital Institucional de la Universidad Vasco de Quiroga, cuyo objetivo es integrar, organizar, almacenar, preservar y difundir en formato digital la producción intelectual resultante de la actividad académica, científica e investigadora de los diferentes campus de la universidad, para beneficio de la comunidad universitaria.

Esta iniciativa está a cargo del Centro de Información y Documentación “Dr. Silvio Zavala” que lleva adelante las tareas de gestión y coordinación para la concreción de los objetivos planteados.

Esta Tesis se publica bajo licencia Creative Commons de tipo “Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada”, se permite su consulta siempre y cuando se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras derivadas.





FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**“MANUAL DE COMUNICACIÓN NO VERBAL EN LA
CONSTRUCCIÓN DE LA IMAGEN PÚBLICA PARA
MUJERES EN LA POLÍTICA”**

Utilizando como análisis la figura pública de Michelle Obama

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

P R E S E N T A

ANA PAULA TAVERA GUZMÁN

Asesor:

M.C. Alejandra Sosa Mendoza

Clave: 16PSU0012S

Acuerdo: LIC100401

MORELIA, MICHOACÁN

Noviembre 2019

ÍNDICE

Glosario.....	3
Introducción.....	4
Antecedentes.....	6
Planteamiento del problema.....	9
Preguntas de investigación.....	13
Pregunta general.....	13
Preguntas particulares.....	13
Objetivos.....	14
Objetivo general.....	14
Objetivos particulares.....	15
Justificación.....	16
Supuesto.....	18
Metodología.....	19
Capítulo I Elementos de la comunicación no verbal.....	23
1.1. ¿Qué es la comunicación no verbal?	23
1.2. Estímulos productores de la percepción	25
1.3. Importancia del estudio de la comunicación no verbal.....	27
1.4. Axiomas de la imagen pública.....	29
1.5. Tipos de imágenes	31
1.6. Proxémica.....	36
1.7. Microexpresiones.....	38
1.8. Vestido.....	40
1.9. Tono de voz.....	43
1.10. Miradas.....	45
1.11. Posturas.....	46
Capítulo II Michelle Obama	47
2.1. Bibliografía de Michelle Obama.....	47
2.2. Familia y educación.....	49
2.3. Primera dama de Estados Unidos.....	51
2.4. Apariciones en televisión.....	52

2.5. Éxito de Michelle Obama.....	53
2.6. Estudios u opiniones previas sobre la comunicación no verbal de Michelle Obama.....	56
Capítulos III Análisis semiótico de la comunicación no verbal de Michelle Obama.....	59
3.1. Video 1.....	59
3.2. Video 2.....	64
3.3. Video 3.....	68
3.4. Video 4.....	72
3.5. Video 5.....	76
3.6. Análisis de los videos de Michelle Obama.....	79
Capítulo IV Propuesta del “Manual de comunicación no verbal para la mujer en la política”...85	
Conclusiones.....	103
Bibliografía.....	108
Anexo.....	113
Manual de comunicación no verbal para la mujer en la política completo (documento independiente)	

Glosario

Empoderamiento: Viene del término “empoderar” que significa conceder poder a un colectivo desfavorecido socioeconómicamente para que, mediante su autogestión, mejore sus condiciones de vida. Fuente RAE

Microexpresiones: Movimientos involuntarios de los músculos del rostro y ocurren como reacción a una emoción. Fuente Knesix Institute

Proxémia: Parte de la semiótica dedicada al estudio de la organización del espacio en la comunicación lingüística; más concretamente, -la proxémia estudia las relaciones de proximidad, de alejamiento, etc- entre las personas y los objetos durante la interacción. Fuente Centro Virtual Cervantes.

Softpower: El concepto de soft power, que puede traducirse en español como “poder blando”, es introducido en el debate académico y político en 1990 por Joseph Nye, un especialista de relaciones internacionales. Poder blando es un término usado en relaciones internacionales para describir la capacidad de un actor político, como por ejemplo un Estado, para incidir en las acciones o intereses de otros actores valiéndose de medios culturales e ideológicos, con el complemento de medios diplomáticos. Fuente Diccionario del poder mundial.

Introducción

En la presente investigación se abordó el tema de la comunicación no verbal y su importancia para el manejo de la imagen pública, específicamente analizando la figura pública de Michelle Obama seleccionada debido a su éxito como oradora. Esto con el objetivo de realizar posteriormente un “Manual de comunicación no verbal para la mujer en la política” en el que se resuman todas las observaciones que se pudieron rescatar del análisis de varios de sus discursos en diferentes momentos y contextos de su carrera., todo esto con el fin de que este análisis sirva para las personas que estén interesadas en manejar de mejor manera su comunicación no verbal e imagen. El propósito principal de esta investigación es poner al alcance del público un manual muy simple, concreto y objetivo que sirva como guía para mejorar su comunicación no verbal siguiendo el ejemplo de dicho personaje que ha llegado a ser tan admirado a nivel internacional.

La importancia de este proyecto se basa en que la comunicación no verbal representa un alto porcentaje de lo que engloba la comunicación en general. Para tal fin se desarrollaron 3 capítulos teóricos; primero se comenzó definiendo a la comunicación no verbal y su importancia de estudio, ya que representa la mayor forma de comunicación de un ser humano y la más factible ya que naturalmente viene desde su inconsciente y presenta la verdadera intención u opinión del sujeto, es por eso que teóricamente nuestra comunicación no verbal es algo muy apegado a nuestro instinto y se proyecta con nuestro consentimiento o no, lo cual puede ser no siempre conveniente al interactuar con más personas. La buena noticia es que con estudio, análisis y práctica se puede modificar nuestra comunicación no verbal para reforzar un mensaje que queremos decir o para no proyectar nuestra verdadera opinión, y si proyectar la que más nos conviene.

En el segundo capítulo se habla del personaje seleccionado, Michelle Obama. Personaje elegido debido a su importancia actual como figura pública y su impacto que proyecta en sus discursos y conferencias, la cual es considerada un personaje con alto nivel de credibilidad y aprobación a nivel internacional, esto se debe en gran medida al manejo de su comunicación no verbal. La BBC la nombró el año pasado la segunda mujer con más influencia a nivel internacional, después de Angelina Jolie. En este capítulo se busca dar a conocer un poco más

de su contexto, su vida personal, su carrera y opiniones sobre su comunicación no verbal de otras fuentes.

En el capítulo 3 se seleccionaron 5 videos de diferentes etapas de la carrera política de dicho personaje en diferentes contextos; como en el ámbito político, social, en el mundo del espectáculo etc. Todos analizados minuciosamente con intervalos de 5 minutos en cada video, observando todo lo que conlleva la comunicación no verbal, como proxémia, vestido, maquillaje, sistema axial, mirada, tono de voz y otros elementos, observando cómo va cambiando y se va desarrollando a lo largo del discurso.

Con toda esta información obtenida se pudo concretar un análisis de resultados y conclusiones de puntos en común o tendencias que sigue dicho personaje en sus discursos, y así poder descifrar ciertos patrones de su comunicación no verbal que la han llevado a tener el éxito, poder, credibilidad, afecto y reputación que tiene actualmente.

En las conclusiones se abordaron las respuestas a las preguntas de investigación y se comenta si se comprueba el supuesto.

Después de que llegó a estos resultados y a la información encontrada se realizó adicionalmente un “Manual de comunicación no verbal para la mujer en la política siguiendo el ejemplo de Michelle Obama” con la intención de poder plantear de forma más accesible un resumen de los resultados obtenidos del análisis para que las personas que estén interesadas puedan adquirir dichos conocimientos y consejos de forma más práctica y fácil y aplicarlos en su vida para mejorar su comunicación no verbal.

Antecedentes

Para este proyecto de investigación se realizó una búsqueda de tesis con temas parecidos al de este trabajo para que se utilizaran como ejemplo y base de investigación. A continuación se nombran las tesis que sirvieron como orientación para este proyecto y los puntos que más fueron de interés de cada uno.

Una de las más antiguas investigaciones encontradas con temas relacionados al de esta tesis presente fue la tesis de Rea Jiménez, R. (1995) con el nombre “La comunicación verbal y no verbal en la creación de la imagen personal. En todo individuo la imagen forma parte de su ser y es la referencia exterior de lo que somos y de cómo somos, no puede existir una persona que carezca de ésta, porque simplemente no existiría a nuestras percepciones”(Rea Jiménez, 1997) en donde se debatieron varios conceptos, como el concepto de imagen se deriva del latín *imago*: figura, sombra, imitación y se entiende como la figura o representación de una cosa y, por extensión, como la representación mental de algún objeto percibido por los sentidos. Existen imágenes acústicas, táctiles, olfativas y visuales. La imagen de un sujeto contiene una dotación de imágenes particulares como la visual, acústica, olfativa y táctil que forman un solo concepto de él, y están íntimamente ligadas a su personalidad. Las imágenes particulares son como elementos de la parte externa de la personalidad de un sujeto funcionan con el fin de ganar una buena o mala idea sobre la persona. El resultado en el cuidado de cada imagen, aunque en realidad sea una sola por abstracción, depende del individuo directamente y de su entorno, al igual que de su historia personal en segunda instancia.

Otro aspecto que no debemos descuidar se encuentra en la idea de evitar que una imagen permanezca vacía y eso se consigue con la ayuda de un observador quien se encargará de llenar de significado. El observador según Eco, es quien llenará de contenidos, de relaciones geométricas y paraneutales a la imagen. Es decir, la personalidad pierde su sentido al ser aislado y por consiguiente la imagen también. En la relación social de cada persona su imagen es el primer requisito de entrada, pues ya se ha señalado y si existiera tal individuo, sería extraño a nuestra dimensión en relación tiempo-espacio, porque no lo percibiríamos con nuestros sentidos, de igual manera si se aislara a la persona, por tanto conformaría parte de la nada.

Otra de las tesis consultadas realizada también por un alumno de la UNAM pero en un año más reciente fue la del alumno Sandoval Muñoz, L.P. (2004) “La comunicación no verbal en el discurso político, Vicente Fox y su campaña presidencial.” (Sandoval Muñoz, 2004) quien citó a varios autores para referenciar su tema, uno de ellos fue Edward T. Hall, quien ha subrayado que poco más de 60% de la comunicación en el hombre se da en la esfera no verbal, mientras que Mario Pei calculó que el cuerpo humano produce más de 700 mil signos físicos. Ray Birdwhistell, por su parte, ha destacado que en el rostro humano se pueden localizar 250 mil expresiones distintas. “En Homo Videns”, Guiovanni Sartori hace un interesante análisis acerca del papel que juega la televisión en la sociedad actual. En esta obra, acuña un nuevo término videopolítica, para hacer referencia a la nueva forma de hacer política, basada ciento por ciento en la televisión, que ya no sólo es un canal más de exposición, sino un pilar fundamental para lograr el posicionamiento de un candidato. “Los gestos pueden reforzar o contradecir el discurso de un político. Cualquier movimiento, por pequeño que sea, puede marcar una gran diferencia, desde la mirada o la dirección de la mirada a un movimiento de la mano o cualquier otro gesto corporal”.

Una de la tesis con las que más se encontró similitudes fue con la tesis de C. García Gutiérrez, S. (2005) Análisis de la comunicación no verbal. (C. García Gutiérrez, 2005) quien también hizo una tesis de cómo analizar la comunicación no verbal de un personaje, donde se refirió al término “paralingüística” que se ocupa de los aspectos no semióticos del lenguaje, conociendo más importancia al cómo se dice frente al que se dice. Por tanto, acompañan a las palabras haciendo la función de modificador o matizador, de la misma forma que realizan los adjetivos y los adverbios de la comunicación verbal.

Uno de los principales pilares de la comunicación no verbal es el sistema quinésica, el cual está constituido por tres categorías básicas: los gestos o movimientos faciales y corporales, las maneras o formas convencionales de realizar las acciones o los movimientos y las posturas o posiciones estáticas comunicativas, resultantes o no de la realización de ciertos movimientos. Una de las partes más expresivas es el rostro, que representa desde el nacimiento un importante canal de interacción entre el adulto y el niño; constituye la fuente de símbolos que más atraen al recién nacido, que concentran su atención e inducen un estado de bienestar, porque a través de ellos participa en la creación y mantenimiento de la relación afectiva primaria, base indispensable para el desarrollo de la socialidad. Otro término importante es la proxemia es el

estudio de cómo el hombre estructura inconscientemente el microespacio” definición creada por Hall, el hombre que dio origen a este nuevo campo de estudio a finales de la década de 1950.”

Y por último una de las tesis consultadas fue la de Miranda Dávila, M. (2008) “El cuerpo: lenguaje silencioso acerca de la comunicación no verbal.” (Miranda Dávila, 2008). Explica que el discurso y el lenguaje corporal son parte de la persuasión, no existe ésta sin aquellos dos porque tan importante es hablar y expresar un mensaje, como el actuarlo y sentirlo con el cuerpo., el lenguaje corporal es tan importante como el hablado, finalmente es nuestra mejor arma para con los demás. Podemos lograr nuestros objetivos si sonreímos, si nos comportamos con el cuerpo como la gente lo exige, si hacemos del cuerpo un mensaje por sí mismo; pero también puede ser el peor traidor si nuestro discurso no coincide con la actitud, porque podemos perder adeptos frente al público, finalmente cada cuerpo y cada mente es un mundo en el que la comunicación se hace presente.

Como podemos ver la tesis consultadas fueron tesis realizadas hace ya varios años (entre 1995 y 2008), la razón de no plantear tesis más actuales acerca del tema es que no fueron relevantes las tesis encontradas recientes para fines de la investigación, no significa que el tema no sea de interés actual porque sin duda es de los temas más relevantes cada día en especial para figuras públicas, y concretamente en el mundo de la política a nivel nacional e internacional cada político cuenta con un grupo de asesoría de imagen debido a la importancia del tema.

Planteamiento del problema

La Comunicación no Verbal es una disciplina que forma parte del proceso comunicativo que engloba al ser humano. Desde hace siglos, la única ciencia que se ha estudiado como tal ha sido la comunicación verbal con el apoyo de teóricos e investigadores.

En el campo de la Comunicación no Verbal, el panorama ha sido muy distinto. El origen de dichos estudios aparece arraigado al nacimiento de la especie humana y se considera un antecedente evidente de la comunicación verbal.

Un claro ejemplo lo tenemos en la figura del hombre cavernícola, el cual, para realizar sus actividades cotidianas se valía única y exclusivamente de la gesticulación.

“La Comunicación no Verbal se hace necesaria en una sociedad que desde sus inicios ha estado influenciada por los comportamientos de los animales. “(Domínguez Ma de los Reyes, “Razón y palabra”) (Dominguez,2018)

La comunicación es el medio a través del cual las personas intercambian mensajes, supone compartir algo de nosotros mismos, tiene un carácter racional y emocional específico del hombre que surge a partir de la necesidad de contactar con otros e intercambiar ideas que algunas veces provienen de experiencias previas comunes. (Fonseca, 2000).

El lenguaje es el instrumento más evidente de comunicación entre los seres humanos, y una de las razones que facilitó su mejor adaptación al medio (Richerson y Boyd, 2010). Sin embargo, la comunicación no se limita al componente verbal, al contrario, la comunicación no verbal es uno de los aspectos que actualmente está cobrando gran visibilidad en el ámbito científico por sus claras implicaciones en las relaciones personales.

El estudio sistemático y las reflexiones sobre la Comunicación no Verbal es un fenómeno que arranca desde hace muchos siglos atrás. Numerosos teóricos de la época tales como Homero, Platón, Aristóteles o Cicerón comenzaron a reflejar en sus obras aportaciones que hacen referencia a diversos aspectos que componen la Comunicación no Verbal.

En particular, se realizaron estudios sobre las descripciones de rasgos físicos, la importancia del rostro en el conocimiento de la urbe e incluso analizaron los gestos en relación con la

oratoria estableciéndolo como un lenguaje universal, con sus diversas connotaciones. En el itinerario evolutivo, también cabe destacar las aportaciones que realizó Lavater con su obra de la fisiognómica y la frenología de Gall, en torno al siglo XVIII.

Sin embargo, la implantación del estudio de la Comunicación no Verbal como ciencia estricta se produce en el siglo XIX de la mano de Charles Darwin y su obra “La expresión de las emociones en los animales y en el hombre” cuya obra supuso un salto en la implantación de la Comunicación no Verbal en el ámbito social de la época.

A pesar de que la evolución de las emociones aparece ampliamente reflejada en la teoría evolucionista y en el principio de selección natural, en dicha ilustración, Darwin ahonda en el análisis de tres principios fundamentales de las emociones que componen al ser humano: Hábitos útiles asociados, Antítesis y Acción directa del sistema nervioso (Choliz Montañez,1995).

Cuando hablamos de comunicación no verbal nos referimos a un espectro de lenguajes que incluye la gesticulación y al movimiento del cuerpo, entre los más conocidos.

En muchos casos, se utiliza como sinónimos los términos «comunicación no verbal» y «lenguaje corporal». Pero la comunicación no verbal es un término más amplio que también comprende la conducta táctil, el uso del entorno y del espacio personal, todos ellos relacionados con el concepto de territorialidad, tan importante en el comportamiento humano.

También el papel de nuestro aspecto en las relaciones es un tema que afecta a la comunicación no verbal pues, a través de él, informamos al mundo de nuestra personalidad, aspiraciones, origen, profesión o actitud.

Entre estas señales vocales se encuentran el volumen de la voz, la articulación, la acentuación, el ritmo, la entonación, las pausas; y sonidos como el carraspeo, vocales de relleno o el temblor de voz, para poner unos ejemplos. Está estrechamente relacionado con el lenguaje corporal. (Teresa Baró,2008)

Este tipo de comunicación se encuentra en todo lo que hacemos los seres humanos, y puede ser tan poderosa porque utiliza todo el cuerpo para expresarse.

La transmisión de un mensaje es en muchas ocasiones más importante que el contenido del propio mensaje. Algunos estudios afirman que más del 90% de la comunicación humana es Comunicación No Verbal (CNV) (Mehrabian, 1968) término en el que se engloba todo tipo de lenguaje que tiene lugar sin la presencia de palabras, y que ha sido objeto de estudio de distintas ciencias como la lingüística, psicología, sociología, antropología cultural, etnología y teoría de la comunicación, entre otras (Ueda, 1998).

La primera impresión que nos causa una persona se produce en 7 segundos. El 93% de la información que comunicamos depende del lenguaje corporal. No tiene que ver con lo que decimos, más con lo que transmitimos a través de nuestro cuerpo.

El cerebro humano tiende de forma innata a confiar más en lo que le transmite la conversación no verbal (que comunica emociones, sentimientos o intenciones y se produce a nivel no consciente) que no en la conversación que se expresa mediante palabras. Sólo cuando tus palabras y tu cuerpo dicen lo mismo consigues generar confianza y credibilidad.

Conocer y utilizar el lenguaje corporal de forma apropiada nos ayudará a establecer relaciones más positivas con los demás, reforzar vínculos, comunicar ideas y opiniones de forma persuasiva o mejorar los resultados de tus conversaciones. (Catalina Pons, 2015).

La comunicación no verbal viene del inconsciente, pero podemos hacerlo consciente mediante análisis y práctica.

Hablar de comunicación no verbal es hablar de algo que aún involucra muchos misterios, pero está intrínseco en la vida de todo ser humano, es por eso que por ser tan amplio el tema y estar involucrado en cualquier actividad, he elegido enfocarme más específicamente en la comunicación no verbal en cuestión al éxito profesional.

Nuestro cuestionamiento principal es conocer qué tanto influye, cómo influye, cómo mejorarlo, y lo más importante y que también es a lo que quiero llegar, que es conocer cómo utilizarlo como herramienta para construir, mejorar o transmitir un mensaje de cierto personaje manipulando su imagen pública.

Lamentablemente este tema de poner mayor atención a la comunicación no verbal e imagen pública es aún muy joven, si hablamos de temas políticos solo van unos años en que los personajes en el mundo de la política a nivel nacional e internacional cuentan con un grupo de asesoría de imagen que analiza a su cliente y en base a los objetivos a los que se quiere llegar realiza una nueva estrategia de comunicación no verbal e imagen que ayude a proyectar lo que más convenga para el personaje, su puesto y el contexto en el que se encuentra, ayudando a generar la correcta percepción que se busca en el público.

Sin embargo a pesar de la importancia y el peso del tema estas prácticas solo se llevan a nivel nacional e internacional pero no a nivel estatal, al menos en nuestro país, México.

Es por eso que se realiza esta tesis para que las personas en particular mujeres en la política que les guste el tema y les interese aprender a proyectar lo que realmente quieren o les conviene puedan dar lectura a este análisis y aprender de que se trata, su importancia y seguir el ejemplo de la figura pública que se eligió para este proyecto.

Sin embargo, también es una realidad que el lector mexicano lee en promedio 3.8 libros al año por persona, pero 2 de cada 10 lectores comprende totalmente el contenido que leyó, además de que las personas al momento de ver un libro pesado o una tesis no les atrae mucho la lectura del libro y pierden interés. Es por eso que se decidió hacer un manual de comunicación no verbal e imagen pública al estilo de Michelle Obama de 20-30 páginas y con muchas fotografías para hacer más fácil y atractiva su lectura.

Esto con el objetivo de que esta investigación y análisis sirva de mucha ayuda a muchas mujeres que busquen aplicar estos conocimientos e imitar a dicho personaje.

Preguntas de investigación

Pregunta general

¿Cuál es la importancia de la comunicación no verbal, que involucra y cómo usarla a nuestro favor a la hora de comunicar un mensaje y para cuidar la imagen pública para mujeres en la política? Esto siguiendo la figura y carrera de Michelle Obama.

Preguntas particulares

¿Qué es la comunicación no verbal, y qué elementos la componen?

¿Quién es Michelle Obama y cómo su comunicación no verbal e imagen pública la han llevado al éxito que tiene hoy en día?

¿Cómo se puede aprender a manejar nuestra comunicación no verbal e imagen pública al estilo de Michelle Obama?

Objetivos

Objetivo general

Realizar una investigación de análisis semiótico de la comunicación no verbal de Michelle Obama para sintetizar un manual de comunicación no verbal para mujeres en la política. Esto se realizó primero especificando que es comunicación no verbal y sus componentes, pasando a conocer más sobre dicho personaje, su carrera, origen y vida personal para basándonos en este contexto analizar 5 videos cuidadosamente seleccionados de su carrera política y estudiar cómo fue manejando el personaje su comunicación no verbal en diferentes épocas de su carrera política y en diferentes contextos. Todo esto con el fin de desarrollar un manual de comunicación no verbal para la mujer en la política que sea objetivo, fácil de comprender y útil para las personas que estén interesadas en conocer más sobre la comunicación no verbal y aprender a manejarla a favor del mensaje dado y de su imagen pública, al estilo de una figura de alto nivel como es Michelle Obama, primera dama de Estados Unidos del 2009 al 2017.

Objetivos particulares

-Definir los elementos que involucra la comunicación no verbal, además de estudiarlos y decodificarlos para hacer nuestro análisis partiendo de dichos conocimientos.

-Conocer la vida de Michelle Obama, su origen, infancia, vida familiar, educación y carrera política. Además de conocer algunas opiniones de su comunicación no verbal para tomarlo como base para la investigación.

-Analizar cómo es la comunicación no verbal de este personaje partiendo cada video en intervalos de 5 minutos con la tabla que ya comentamos en la metodología, esto para ver los hábitos con los que cuenta, las normas que sigue, los temas de los que habla, el tono que utiliza, su forma de vestir, etc.

-Plantear una propuesta de manual de comunicación no verbal que contenga toda la información obtenida de dicha investigación y análisis.

Justificación

El presente estudio tiene el objetivo de sintetizar en un manual cómo se puede emplear todo lo que involucra la comunicación no verbal para la construcción de un personaje público o el reparar su propia imagen, también puede darse el caso en donde simplemente se quiere comunicar cierto mensaje del personaje con un objetivo a corto o largo plazo. Este manual se enfoca más específicamente en la imagen de la mujer en la política, donde se buscará dar a conocer ciertos patrones que ayudarían al empoderamiento y mejor comunicación no verbal de una mujer en este rubro.

La comunicación no verbal como ya se verá en este trabajo es un tema demasiado amplio y complejo, del cual hoy en día se sigue investigando para conocerlo mejor. Se trata de un tema tan complicado ya que ciertos aspectos de este tipo de comunicación vienen de nuestro propio inconsciente, y esto es porque por naturaleza no podemos fingir ciertas reacciones a ciertos eventos, opiniones, personas, desacuerdos, preferencias etc. Pero también es cierto que se puede trabajar (volviéndolo un acto consiente) para que estos aspectos que involucra la comunicación no verbal como la postura, gestos, tono de voz, miradas, vestimenta etc comuniquen cierto mensaje conveniente para la imagen de dicho personaje con un cierto objetivo.

La importancia de hablar de este tema se resuelve en esto... todos conocemos la importancia del lenguaje, “se estima que hay alrededor de 7.000 idiomas diferentes que se hablan en todo el mundo. El 90% de las cuales son hablados por menos de 100.000 personas, como los propios de las tribus o poblaciones con dialectos diferentes, mientras que 150-200 idiomas son hablados por un millón de personas.” (¿Cuántos idiomas hay en el mundo y los más hablados? (2015, 28 agosto). Recuperado 12 febrero, 19, de <https://comofuncionaque.com/cuantos-idiomasy-hay-en-el-mundo/>)

Esto hace que hablar de comunicación verbal sea un tema tan complejo y amplio de abarcar porque se tiene una riqueza impresionante en este tema., pero la cuestión se vuelve aún más complicada cuando se ve datos como que en general el 93 % de la comunicación es no verbal, 55 % del mensaje general se transmite a través de la imagen al entregar el mensaje, 38 % del mensaje general se transmite a través del tono de voz, y solo el 7 % del mensaje general puede

ser atribuido a las palabras que la persona utiliza(Valls, E. (2016, 20 septiembre). ALBERT MEHRABIAN Y SU TEORÍA SOBRE LOS SENTIMIENTOS DE LAS PERSONAS. Recuperado 14 febrero, 2019, de <http://pruebatemagazine.com/albert-mehrabian-y-su-teoria-sobre-los-sentimientos-de-las-personas/>).

Estos simples datos hacen ver que hablar de comunicación no verbal es un tema enorme y difícil de comprender, es por eso que en este trabajo se buscó encontrar más explicaciones a estos temas para usarlos a favor de la imagen pública de cierta figura.

Este trabajo se enfoca en analizar la figura pública de Michelle Obama, esto por la fuerza, empoderamiento, poder y clase que esta mujer representa. Además, la BBC la nombró en un artículo como la segunda mujer más admirada en este pasado año 2018. En base a este análisis se realizó un manual de comportamiento donde abordó una serie de patrones que se pudieron resaltar en esta figura pública para generar ciertas normas y se redactaron en un manual que habla de toda esta comunicación no verbal que se expresa en la figura de Michelle Obama.

La razón por la que este manual cobra importancia es porque sirve como una guía para las personas (más específicamente a las mujeres) que busquen adentrarse en el mundo de la política o mejorar su imagen, dando más énfasis en sus discursos y guiando toda su comunicación verbal y no verbal hacia el mismo objetivo, esto con el ejemplo e inspiración de la figura de Michelle Obama.

Supuesto

La comunicación no verbal es la principal fuente de comunicación ya que involucra muchas cuestiones que comunican desde el inconsciente del emisor (naturalmente), hasta el inconsciente del receptor, pero si se trabaja para mejorar esta comunicación no verbal se puede usar a favor de nuestra comunicación y de ayuda para cumplir con el objetivo de dicho personaje que busque dar cierto mensaje y mejorar su imagen, alcanzando mejores resultados y más impacto.

Así es como Michelle Obama ha alcanzado el nivel que tiene a nivel internacional hoy en día, desarrollando una comunicación no verbal que da más fuerza a sus discursos y llegan a la meta deseada.

Metodología

En esta investigación se comenzó definiendo que es la comunicación no verbal y sus componentes (micro-expresiones, tono, y timbre de voz, proxémia, vestimenta, maquillaje, postura, expresiones, etc.) y se justificó la importancia del análisis de cada componente.

Después se dio una breve introducción para dar contexto de nuestra figura públicas por analizar, Michelle Obama, con un apartado de su bibliografía y su carrera política, así como de su vida personal. Después se investigaron algunos comentarios y opiniones sobre dicho personaje que la han llevado a posicionarse como una de las mujeres más influyentes y admiradas del mundo, rompiendo paradigmas sociales.

Lo siguiente fue empezar a analizar estos ámbitos previamente seleccionados en dicho personaje mediante videos buscados en internet de discursos que dio en varios contextos para poder analizar más profundamente, ya que sea el contexto en el que se desarrolle (evento social, educativo, espectáculos, etc.) siempre un personaje en su posición está haciendo política y todo lo que se puede ver de su persona y su comportamiento están pensado por un grupo de especialistas que la guían.

El cuadro que utilizó como forma de análisis lleva el siguiente formato...

VIDEO # ---:

Nombre del video: ---

Referencia del video: Nombre del video
(fecha). (Archivo de video). Recuperado de ---

Fecha del evento: Fecha cuando se grabó el video para conocer la etapa de su carrera en la que aconteció dicho suceso

Lugar dónde fue el evento: Lugar donde fue el video

Contexto en el que se desarrolló: Evento, Show, Conferencia, etc.

Vestido: Vestimenta que utiliza en el video

Maquillaje y Peinado: Maquillaje y peinado utilizado en dicho evento.

Joyería: Tipo de joyería que porta

La norma: Algo que hace o dice continuamente en el video.

IMAGEN DEL VIDEO

Minuto	Tema principal	Pausas	Proximidad con el público	Tono de voz	Expresiones	Miradas	(Sistema Axial)
0-5'	¿De qué tema hablaba más frecuentemente en estos 5'?	¿En qué momento hizo pausas y en qué contexto del discurso?	¿Desde dónde está dando el discurso o hablando con el público?	¿Qué tono de voz utilizó? ¿Su voz era suave o con fuerza?	¿Qué actitud tenía mientras estaba hablando? ¿Movía mucho su cuerpo?	¿Hacia dónde se dirigía su mirada?	*Cabeza: ¿A dónde dirigía su cabeza? *Manos: ¿Como movía sus manos? *Pies: ¿Cómo movía sus pies? *Torso: ¿Cómo tenía su postura?
5'-10	Igual cada 5 minutos						

“Elaboración propia a partir de Roland Barthes”

Después de hacer un minucioso análisis con el formato de la tabla anterior por video, se juntará en la sección de “Análisis de los resultados” todas las respuestas obtenidas por categoría y para llegar a ciertas conclusiones por sección anotando las coincidencias y conductas repetitivas.

Adicionalmente se decidió realizar un manual llamado “Manual de comunicación no verbal para la mujer en la política utilizando el ejemplo de Michelle Obama” para poder poner de manera más accesible para el público que quiera conocer sobre esta investigación y aplicar los resultados obtenidos. Dicho manual será un documento independiente de la tesis y con un diseño más personalizado, corto, objetivo, y simple de leer.

Cabe resaltar que el tipo de análisis utilizado en la investigación fue un análisis semiótico. Se eligió este tipo de análisis ya que lo que se quería estudiar, observar y documentar es la repetición de los signos a lo largo de un video y en conjunto con otros videos, es decir, en cada categoría ver como se desenvuelve en los diferentes videos y la repetición de esos símbolos para poder encontrar coincidencias en su comunicación no verbal después de observar y analizar minuciosa de los símbolos, para poder llegar a conclusiones objetivas.

Uno de los principales semióticos en los que se basó para concretar esta investigación fue Roland Barthes quien fue un filósofo, escritor, ensayista y semiólogo francés con el que se comenzó a hablar de “Semiología de la Significación o Connotación”

Barthes cree en la necesidad de construir una ciencia que tenga carácter extensivo para que abarque todos los sistemas de signos, inclusive hasta los relacionados con la vestimenta.

Para él la semiología es una parte de la lingüística, pero también como una translingüística, en razón de que la realidad no lingüística (objetos, gestos, imágenes, sonidos, etc)

Él clasificó los signos en...

- a) Signos Icónicos: Son aquellos que tienen un solo significado dependiendo del contexto en el que se usen.

- b) Signos Motivados: Son las marcas de identidad, lo que ayuda a identificar una persona, su nacionalidad, etc.
- c) Signos Arbitrarios: Son los que no comparten atributos. Para interpretar el signo el receptor debe conocer el código.

Barthes también habló del Significado y el Significante. El Significado es el concepto al cual corresponden las ideas... su más exacta característica es ser lo que los otros no son. Por su parte el Significante es una serie de sonidos o imagen acústica que no es el sonido material, es aquello gracias a lo cual el signo se manifiesta, manifestación fónica del signo simultáneamente material y abstracta.

Uno de los principales conceptos que se utilizó en esta tesis fue el de denotación y connotación.

Denotación es la significación explícita, exacta y evidente. Connotación es aquello que se sugiere, lo posible de ser interpretado de otra manera.

Además, cabe destacar que al realizar el cuadro semiótico con que él se analizaron los videos seleccionados de Michelle Obama se utilizaron los conceptos de Roland Barthes, esto mediante la descripción de los símbolos a través de la denotación y connotación, enlistando las repeticiones de alguna acción determinada para al final deducir patrones que encontramos en sus discursos y con esto poder encontrar una tendencia que sería junto con las otras tendencias, la clave de su éxito en la comunicación no verbal.

Capítulo I Elementos de la comunicación no verbal

1.1. ¿Qué es la comunicación no verbal?

Se refiere al conjunto de herramientas que las personas usamos consciente o inconscientemente para transmitir un mensaje. “La manera de moverse y de vestirse, las expresiones faciales, los desplazamientos incluso mínimos del cuerpo, al tocar los objetos y hasta la manera de rascarse determinadas áreas del cuerpo constituyen lo que se puede definir como un lenguaje subterráneo”¹, es decir, un lenguaje físico, no verbal.

La comunicación no verbal es una comunicación integrada por varios aspectos que transmiten igual o aún bastante más información que la comunicación con palabras. Es una gran fuente de información que sabiéndola descifrar puede hablarnos de lo que realmente opina una persona, si algo le incomoda o le agrada, si miente, si tiene inquietudes, si no está convencido de lo que está diciendo, etc.

“Edward T. Hall ha subrayado que poco más de 60% de la comunicación en el hombre se da en la esfera no verbal, mientras que Mario Pei calculó que el cuerpo humano produce más de 700 mil signos físicos. Ray Birdwhistell, por su parte, ha destacado que en el rostro humano se pueden localizar 250 mil expresiones distintas.”²

1. Santiago, Paloma. De la expresión corporal a la comunicación interpersonal, Narcea, Madrid, 1985. p. Pag.13

2. García Gutiérrez, S. (2005) Análisis de la comunicación no verbal. (Tesis de grado, Universidad Nacional Autónoma de México) Recuperado http://oreon.dgbiblio.unam.mx/F/5A77UVVXJSY2IB7P7A2NVR7V6EGC3Q5H4LVXH2PUEAVCRA99TB-18656?func=full-set-set&set_number=009259&set_entry=000025&format=999

Al pasar de los años, la comunicación no verbal se ha ido estudiando y profundizando cada vez más, desde las expresiones faciales que como vimos en el párrafo anterior se pueden localizar hasta 250 expresiones distintas, hasta los movimientos de un cuerpo, el timbre y tono de voz, la manera de hacer las cosas como tomar un objeto, la postura, la vestimenta, etc.

Un rubro en el que es muy beneficioso conocer sobre decodificación de la comunicación no verbal es en la interpretación de discursos, como en debates, ponencias, conferencias, etc. En estos eventos la información se transmite con movimientos, gestos, formas de sentarse, de levantarse, etc.

Respecto a la Comunicación no verbal y la interpretación Ángela Collado dice:

“La relación entre la CNV (Comunicación no verbal) y la interpretación, en general, nos parecería fascinante. Son muchos los aspectos que representa la CNV y que pueden refrendar dicha relación: distancias, contacto físico, orientación y actitud del cuerpo, gestos y movimientos del cuerpo, adaptadores, expresión facial, miradas, aspecto exterior, factores del entorno etc.”²

La mayoría de las veces o casi siempre la información que nos da un sujeto de manera no verbal viene de su inconsciente, no tiene una intención ni la puede controlar, a menos de que se trabaje para que este tipo de comunicación se haga de manera consciente para obtener algún beneficio o cierta respuesta.

Otro de los aspectos de la comunicación no verbal es la imagen pública del sujeto, la cual se asocia a la percepción, es decir, la sensación interior que resulta de una impresión material hecha en los sentidos. Cuando una imagen en la mente individual es compartida por muchas personas, se transforma en una imagen mental colectiva, por lo que imagen pública será: "La percepción compartida que provoca una respuesta colectiva unificada".

La imagen es el resultado de una o muchas causas que producen un efecto psíquico, es decir, el efecto causado se da en la mente del individuo gracias a la cohesión de las causas que lo originaron. Como consecuencia, la imagen da lugar a un juicio de valor, de donde lo percibido será aceptado como una realidad; dicho juicio de valor dará lugar al rechazo o a la aceptación de lo percibido.

1.2. Estímulos productores de la percepción

Los estímulos es todo aquello que perciben los sentidos (olfato, gusto, tacto, vista, oído); éstos actúan sobre la percepción y gracias al proceso mental genera una imagen del emisor.

Existen diversas clases de estímulos en general, pero en lo que a la imagen pública compete, se deben mencionar solo tres: Estímulos verbales, estímulos no verbales y estímulos mixtos.

Estímulos verbales

Tal como su nombre lo dice, estos estímulos son los que originan la percepción a través de las palabras, ya sea de forma oral o escrita. Se refiere a lo que se puede proyectar a través de la comunicación verbal: oral y escrita.

Estímulos no verbales

Los estímulos no verbales son aquellos que no tienen relación con el uso de la lengua, es decir, se ocupan otros recursos de expresión. Según Mark L. Knapp la comunicación no verbal está constituida por siete características y comportamientos: el movimiento corporal o comportamiento cinésico, características físicas, conducta táctil, el paralenguaje, la proxémica, el ambiente y los artefactos empleados en el círculo comunicativo (1982).

Estos estímulos, muchas veces los utilizamos como complemento para terminar de comprender el mensaje emitido de forma verbal, ya que “proporcionan información acerca de las emociones mientras que otras dan a conocer rasgos de la personalidad o actitudes”², en la mayoría de las ocasiones estos estímulos se proporcionan de forma inconsciente.

Estímulos mixtos

Los estímulos mixtos, son aquellos que dan lugar a la percepción, creando una mezcla de los estímulos verbales y los no verbales. Dado que los dos tipos de estímulos entran a la mente del receptor de manera simultánea, existe una confrontación entre los dos, ya que es muy complicado lograr una total coherencia entre ambos. En esta confrontación, los estímulos no verbales generalmente son mayores a los verbales, por lo que toman mucho mayor peso en el proceso de percepción.

La imagen es la percepción que se convierte en la identidad y con el tiempo en reputación. Se trata de una secuencia de ideas asentada en la siguiente ecuación llamada Ecuación de la Imagen.

Estímulo

+ Receptor

= Percepción + Mente = Imagen

+ Opinión

= Identidad + Tiempo = Reputación

"La identidad se forma entonces por la esencia y la apariencia",¹ es decir, la identidad se convierte en experiencia y pasa al reconocimiento del individuo debido a la coherencia entre esencia, apariencia y proyección. El proceso de creación de una reputación se da entonces de la combinación de los estímulos enviados a un receptor, este los percibe, los archiva en su mente, se crea la imagen, el receptor emite su opinión personal, dando paso a la identidad y el resultado final es la reputación, que nace de la existencia de la misma identidad por un lapso de tiempo largo.

Ninguna opinión surge de la nada³ todas las opiniones son originadas gracias a un proceso de comunicación que es dinámico, en el que el sujeto, está expuesto a constantes juicios que se convertirán en la opinión que se tenga de él, formando parte de su realidad.³

-
2. Collado Ais, Ángel. La evaluación de la calidad en interpretación simultánea. La importancia de la comunicación no verbal. Comares, Granada, 1998. Pág. 3-4
 3. Gordo Gil, Victor. Imagen vendedora, Grijalbo, México, 2007.

1.3. Importancia del estudio de la comunicación no verbal

La Comunicación no Verbal es una disciplina que forma parte del proceso comunicativo que engloba al ser humano. Desde hace siglos, solo se le ha prestado atención al estudio de la comunicación verbal, sin darse cuenta que aún engloba mucho más significado la parte no verbal de un discurso. En el campo de la Comunicación no Verbal, el panorama ha sido muy distinto. El comienzo de los estudios de este rubro empezaron con el nacimiento de la especie humana y se considera un antecedente evidente de la comunicación verbal. La Comunicación no Verbal se hace necesaria en una sociedad que desde sus inicios ha estado influenciada por los comportamientos de los animales.

“El estudio sistemático y las reflexiones sobre la Comunicación no Verbal es un fenómeno que arranca en la antigüedad. Numerosos teóricos de la época tales como Homero, Platón, Aristóteles o Cicerón comenzaron a reflejar en sus obras aportaciones que hacen referencia a diversos aspectos que componen la Comunicación no Verbal. En particular, se realizaron estudios sobre las descripciones de rasgos físicos, la importancia del rostro en el conocimiento de la urbe e incluso analizaron los gestos en relación con la oratoria estableciéndolo como un lenguaje universal, con sus diversas connotaciones. En el itinerario evolutivo, también cabe destacar las aportaciones que realizó Lavater con su obra de la fisiognómica y la frenología de Gall, en torno al siglo XVIII. “4

4. Domínguez Lázaro, M. A. de los Reyes. (2018). La importancia de la comunicación no verbal en el desarrollo de las sociedades. Recuperado desde http://www.razonypalabra.org.mx/N/N70/REYES_REVISADO.pdf

Sin embargo, la implantación de la Comunicación no Verbal como ciencia estricta se produce en el siglo XIX de la mano de Charles Darwin y su obra “La expresión de las emociones en los animales y en el hombre” cuya obra supuso un salto en la implantación de la Comunicación no Verbal en el ámbito social de la época.

A pesar de que la evolución de las emociones aparece ampliamente reflejada en la teoría evolucionista y en el principio de selección natural, en dicha ilustración, Darwin ahonda en el análisis de tres principios fundamentales de las emociones que componen al ser humano: Hábitos útiles asociados, Antítesis y Acción directa del sistema nervioso (Choliz Montañez:199)”4

En esta primera , Darwing demostró que el ser por sí mismo tiene movimientos innatos que realiza en situaciones que no planea. En la segunda habla de que una vez que se tiene conciencia de esto la respuesta que se produce a dicho estímulo es lo contrario. Además, la acción directa del sistema nervioso defiende que una fuerza nerviosa en situaciones de excitación puede dar lugar a movimientos expresivos.

En conclusión, la comunicación no verbal tiene una infinidad de signos y sistemas no lingüísticos que comunican o se utilizan con esta finalidad, y es un tema que hoy en día se continúa estudiando y aprendiendo.

4. Domínguez Lázaro, M. A. de los Reyes. (2018). La importancia de la comunicación no verbal en el desarrollo de las sociedades. Recuperado desde http://www.razonypalabra.org.mx/N/N70/REYES_REVISADO.pdf

1.4. Axiomas de la imagen pública

Un axioma es un principio, sentencia o proposición que es clara y evidente. Víctor Gordo Gil cita los siguientes axiomas de la imagen pública:

1. Es inevitable tener una imagen: Todos los individuos están sujetos a la posesión de una imagen, nadie está exento de ser percibido por otro alguien.

2. El 83% de las decisiones las hacemos por los ojos: El sentido de la vista, es casi siempre el más importante, en los humanos, aun cuando en algunos aspectos debería ser alguno otro, casi siempre damos mayor peso a la vista para aceptar o rechazar algo.

3. El proceso cerebral que decodifica los estímulos, toma unos cuantos segundos: La primera impresión hacia una persona se da entre los 5 y 12 segundos que es vista. En la mayoría de los casos, la primera impresión será la que se quedará por siempre en la mente de las personas.

4. La mente decide mayoritariamente basada en sentimientos: La mente se encarga de tomar decisiones basada mayoritariamente en las emociones, contrario a lo que generalmente se piensa, el cerebro trabaja más ligado a las emociones y que a un proceso de lógica. La imagen que se creará sobre un individuo será gracias a las emociones apeladas y a los recuerdos que ésta provoque.

5. La imagen es dinámica: La imagen demanda una continua vigilancia, es decir, el trabajo para crear una buena imagen es continuo y nunca puede ser desatendido. Una buena imagen puede ser afectada, así como una mala imagen puede ser mejorada.

6. La creación de una imagen debe respetar la esencia del emisor: La esencia del individuo que busque proyectar una cierta imagen siempre debe ser respetada, ya que de lo contrario, los receptores notarán que existe una incongruencia en la imagen y la esencia, entonces la credibilidad del individuo se verá afectada.

7. La imagen siempre es relativa: En cuestión de la imagen pública, no existe bueno ni malo, cada individuo se debe regir por su esencia, lo que quiere proyectar y a quien lo quiere proyectar.

8.El proceso de creación de una imagen es racional, por lo que requiere de una metodología: Para la construcción consciente de una imagen, es necesario seguir un proceso que contenga decisiones estratégicas para lograr la emisión correcta del mensaje y como consecuencia credibilidad.

9.La eficiencia de una imagen irá en relación directa con la coherencia de los estímulos que la causan: La creación de una buena imagen, no debe dejar de lado ningún estímulo, ya que todos y cada uno de ellos, forman el proceso de la percepción de manera integral.

10.Siempre tomará más tiempo y será más difícil reconstruir una imagen que construirla desde el origen: Este axioma se refiere al hecho de que es más fácil crear una reputación que limpiar una. Cambiar una imagen negativa a positiva, es un reto, ya que es difícil olvidar lo que en un principio causó una percepción negativa del sujeto.

11.A mejor imagen, mayor poder de influencia: El tener una buena imagen trae consigo beneficios tales como: "incremento de seguridad en sí mismo, aumento en el nivel de confianza transmitida, y lo más importante: credibilidad".La influencia sobre el grupo que se aborda, será mayor y más efectiva si se cuenta con una buena imagen pública.

12.La imagen de la titularidad permea en la institución: La imagen de la cabeza de un grupo o una institución es la que define a la propia institución en la mente de los receptores, por lo que, en el caso de una imagen pública grupal, se debe trabajar primero con la imagen personal del líder.

13.La imagen de la institución permea en sus miembros: La imagen pública de una institución etiqueta a los miembros de ésta, de manera que la imagen de la institución será parte de la imagen de cada uno de sus miembros.

En los siguientes capítulos se analizará más a fondo sobre el estudio de la comunicación no verbal y sus divisiones.⁴

4. Gordo Gil, Víctor. El Poder de la Imagen Pública, Grijalbo, México, 1999

1.5. Tipos de imágenes

Está establecido que existen dos grandes grupos de imágenes, el de la imagen personal y el de la imagen institucional, pero estas imágenes no se crean por sí solas, sino que necesitan, para existir, de la conjunción de otras imágenes que les dan cuerpo y que son llamadas imágenes subordinadas.⁵

Imagen personal

La imagen personal es la percepción que sobre un individuo tiene su grupo objetivo mediante la cual éste le otorga una identidad.

Imagen institucional

La imagen institucional es la percepción que sobre una persona moral tiene su grupo objetivo mediante la cual éste le otorga una identidad.

Imágenes subordinadas

Son aquellas imágenes de referencia cruzada, es decir en la que interfiere otro actor "persona o cosa" que retroalimenta la percepción. Una expresión muy coloquial de una imagen subordinada podría ser en el deporte del Billar la Carambola, que precisa pegarle con una bola, a las dos restantes en un total de tres. Existen dos tipos de imágenes subordinadas, la buena y la mala; pueden haber muchas imágenes subordinadas en una imagen personal, sin embargo será la suma y la resta de todas ellas la que proporcionan un balance final de la imagen personal pública del individuo, si en ese Balance prevalecen mayormente las imágenes subordinadas buenas entonces la percepción del individuo será buena, o viceversa.

Imagen física

Se define como la percepción que se tiene de una persona, por parte de sus grupos objetivo, como consecuencia de su apariencia y de su lenguaje corporal. Con la indumentaria, cada persona forma su propia expresión y emplea variaciones personales de tono y significado.

Estudios y análisis de la Imagen Física:

1. Colorimetría: Medida del color
2. Antropometría: Medidas del cuerpo

3. Antropomorfología: Formas del cuerpo
4. Carametría: Medidas de la cara
5. Caramorfología: Formas de la cara

Otros aspectos:

- Capacitación en el uso de vestuario como código de comunicación no verbal.
- Análisis y compra de vestuario
- Capacitación en imagen no verbal y presencia física:
 - Estética y maquillaje
 - Cosmetología dental
 - Cirugía plástica

Diseño de la imagen física: La forma de vestir es también un modo de expresión y se manifiesta la individualidad. Al diseñar una imagen física se satisfacen las necesidades que tienen las personas de distinguirse y lograr un objetivo en específico.

Imagen profesional

Se define como la percepción que se tiene de una persona o institución por parte de sus grupos objetivo, como consecuencia de los estímulos emanados del desempeño de su actividad profesional.

El enfoque integral de la imagen profesional incluye:

1. Protocolo, la manera como nos comportemos durante el transcurso del contacto personal.
2. Manejo de crisis, la forma como respondemos en el momento en el que suceda una crisis.

Existen dos factores que nos permiten entender el plano profesional de la imagen pública:

1. Percepción: Se refiere a la interpretación de las relaciones y comprender el fin comunicativo del mensaje.
2. Grupos objetivos diferentes y específico: Es el conjunto de destinatarios a los cuales se les ofrece un servicio profesional.

Para crear una imagen profesional se debe establecer el grupo objetivo y el mensaje que se quiere transmitir para satisfacer a dicho grupo.

Imagen verbal

Se define como la percepción que se tiene de una persona o institución por parte de sus grupos objetivo como consecuencia del uso de la palabra oral o escrita.

El enfoque integral de la Imagen Verbal incluye:

1. Palabra oral: Uso de herramientas físicas y lenguaje corporal.
2. Palabra escrita: Uso de signos gráficos. A su vez, se manifiesta en los siguientes aspectos:
 - Ortografía
 - Redacción
 - Caligrafía
3. Lenguaje corporal: El cuerpo también se expresa y habla a través de movimientos y gestos. El cuerpo puede reforzar, delatar o contradecir las palabras y de tal modo se pueden distinguir distintos tipos de códigos corporales.⁶ Las acciones del lenguaje corporal son:
 - Presencia física
 - Ademanes
 - Gestos
 - Contacto visual
 - Conducta táctil

Los códigos semióticos que son parte en el ámbito discursivo son:

- Lingüísticos: Signos contenidos en el habla.
- Cinéticos: información que revela el cuerpo en movimiento (miradas, gestos, postura).
- Proxémicos: Se refiere a la proximidad o distancia.
- Paralingüísticos: Hace mención al volumen, tono y ritmo de voz.

Creación de una imagen verbal: Para una imagen verbal exitosa se debe seguir un proceso, este consta de fases y son parte de una metodología llamada "Sistema Íntima". Este sistema establece un proceso metodológico infinito, con el fin de que la imagen pública esté controlada y su evolución tenga un seguimiento constante. Éste proceso es

un círculo y consta de cuatro diferentes etapas: investigación, diseño, producción y evaluación. Las fases que conforman el proceso son las siguientes:⁶

- **Análisis y diagnóstico del sujeto:** Estudio sobre la esencia del sujeto que nos brinda información sobre la personalidad. Como conclusión arroja información sobre las debilidades, fortalezas y áreas de oportunidad comunicativas del sujeto.
- **Análisis y diagnóstico del público meta:** Se estudia el perfil geográfico y sociodemográfico del público, se buscan necesidades y expectativas.
- **Diseño de estrategias:** Se refiere a la fase de diagnóstico. En ésta fase ya se cuenta con la información necesaria para tomar decisiones estratégicas para definir la ruta de producción de estímulos verbales y no verbales.
- **Producción de estímulos verbales y no verbales**
- **Evaluación discursiva:** Evaluar los resultados del proceso previamente realizado, tomando en cuenta la producción, distribución y consumo discursivo.

Imagen visual

Se define como la percepción que se tiene de una persona o institución por parte de sus grupos objetivos, como consecuencia del uso de los estímulos dirigidos al sentido de la vista.

El enfoque integral de la imagen visual incluye todos aquellos elementos visuales que puedan representar la imagen de una persona o institución.

Imagen audiovisual

Se define como la percepción que se tiene de una persona o institución por parte de sus grupos objetivos, como consecuencia del uso de estímulos dirigidos al sentido de la vista o del oído, ya sea simultáneamente, o por separado, para incidir en la opinión pública.

El enfoque integral de la imagen audiovisual incluye:

- **Publicidad:** Es el conjunto de medios de comunicación y técnicas, busca influir en el comportamiento humano con el fin de vender un producto o servicio. La imagen pública consiste en influir en el comportamiento humano, con el objetivo de convencer a un grupo de personas de que nuestro cliente o proyecto es la mejor opción ante la competencia, ahí de igual forma estamos en una acción de venta que requiere publicidad.

- Propaganda: Es el conjunto de técnicas y de medios de comunicación, que a diferencia de la publicidad, busca influir en la ideología del comportamiento humano, es decir, la propaganda es la acción con el fin de atraer seguidores.⁸
- Producción de audio y vídeo.
- Manejo, atención y uso de medios de comunicación.

Imagen ambiental

Se define como la percepción que se tiene de una persona o institución por parte de sus grupos objetivos, como consecuencia del uso de estímulos emanados de sus escenarios.

El enfoque integral de la imagen ambiental incluye:

- Color
- Iluminación
- Música
- Aroma
- Espacio
- Temperatura
- Mobiliario
- Elementos de decoración

5. Guiraud, Pierre. El lenguaje del cuerpo, Fondo de la cultura económica, México, 1993.

6. Barquero, José Daniel. Comunicación estratégica: relaciones públicas y publicidad, McGraw Hill, México, 2005.

1.6. Proxémica

Proxémica viene del latín *proximus* de *prope* ‘cerca’ y *ximus* ‘más’ en el sentido de ‘máximo’, es decir, el espacio que rodea nuestro cuerpo. El término ‘Proxémica’ viene del antropólogo Edward T. Hall, y lo define como la estructuración inconsciente por parte de los seres humanos del espacio micro, conocido como la distancia entre los interactuantes en las comunicaciones diarias, la organización del espacio en nuestras casa, o el diseño de las ciudades.

“La Proxémica es la ciencia que estudia el conjunto de comportamientos no verbales que hacen referencia a la organización del espacio y se encarga de analizar el valor expresivo que el ser humano le confiere a dicho dominio. Dentro de este ámbito de estudio podemos distinguir entre dos tipos de espacios. Por un lado encontramos el espacio físico o territorial y en segunda lugar, el espacio psicológico o personal.”⁴

Por territorialidad se refiere al uso del espacio, los seres humanos regulan la interacción social con las personas y controlan la intensidad, aunque el abuso de este espacio puede generar conflictos sociales cuando este se ve invadido.

“Se caracteriza porque concede importancia al espacio social o público y la clave primordial de dicho espacio es que en cada cultura obtiene una concepción distinta. Por ejemplo, cuando un turista viaja al extranjero suele tener más dificultades que otro habitante que no haya viajado con frecuencia. Esto que padece viene a denominarse “el choque cultural”.

4. Domínguez Lázaro, M. A. de los Reyes. (2018). La importancia de la comunicación no verbal en el desarrollo de las sociedades. Recuperado desde http://www.razonypalabra.org.mx/N/N70/REYES_REVISADO.pdf

Dicho fenómeno se produce cuando el individuo aprecia que se ha producido un desplazamiento de las normas que ha seguido en su país y las ha visto sustituidas por otras, que siguen un patrón de conducta ajena. La mayor parte de cómo se organice ese nuevo espacio puede ayudar a los teóricos a encontrar el motivo por el cual, se produce dicho choque cultural.”

El término se refiere a cómo se usa y cómo percibe el ser humano su espacio a su alrededor, su intimidad y sus elecciones de con quien la comparte.

Además, la proxémica está relacionada con las culturas y la territorialidad, más bien, la forma de acomodar los espacios y de la percepción de los mismos.

En pocas palabras, la proxémica estudia las maneras inconscientes que los seres humanos empleamos para estructurar, utilizar y percibir el espacio en el proceso de la vida diaria y la interacción con otros individuos.

4. Domínguez Lázaro, M. A. de los Reyes. (2018). La importancia de la comunicación no verbal en el desarrollo de las sociedades. Recuperado desde http://www.razonypalabra.org.mx/N/N70/REYES_REVISADO.pdf

1.7. Micro expresiones

Las micro expresiones son expresiones faciales realizadas de manera natural, sin ningún control en estas, su duración es menos de un segundo y teóricamente con el estudio de estas podríamos conocer el estado emocional del emisor.

Paul Ekman es un psicólogo estadounidense, co-descubridor de las micro expresiones. Es el autor e investigador más conocido de la comprensión de la conducta no verbal, que abarca las expresiones faciales y gestos. Ekman fue nombrado por la Asociación Americana de Psicología como uno de los psicólogos más influyentes del siglo 20, y la revista TIME en el 2009 lo aclamó como uno de las 100 personas más influyentes en el mundo. Según Ekman, las micro expresiones son algo universal, ya que son el resultado de ciertos genes que hacen que ciertos grupos musculares de la cara se contraigan a la vez siguiendo un patrón cada vez que aparece un estado emocional básico. Sus investigaciones comienzan en la década de 1950, centrándose en los movimientos de la mano y los gestos. Hasta que en 1965 se interesó en la expresión facial y la emoción para examinar los estudios transculturales de la conducta no verbal. Su investigación proporciona la evidencia más fuerte hasta la fecha que Darwin estaba en lo cierto, al afirmar que las expresiones faciales son universales.

“De esto se derivan otras dos ideas: que las micro expresiones aparecen siempre de la misma forma en todas las personas de la especie humana independientemente de su cultura, y que también existe un grupo de emociones universales ligadas a estos breves gestos de la cara. A través del estudio de las micro expresiones, Paul Ekman ha tratado de ver mecanismos psicológicos y fisiológicos básicos que teóricamente se expresan del mismo modo en todas las sociedades humanas y que, por consiguiente, tendrían un alto grado de heredabilidad genética.”⁵

Las micro expresiones según el Dr., Ekman son expresiones que toman menos de un segundo y se producen cuando una persona consciente o inconscientemente oculta una verdadera opinión o sentimiento. “Se reconocen siete emociones que tienen señales universales: ira, miedo, tristeza, disgusto, desprecio, sorpresa y felicidad. Según el Dr. Ekman, cualquier persona por medio de un entrenamiento, puede aprender a detectar las micro expresiones, las cuales nos ayudarán a desarrollar ciertas habilidades:

1. Mejora nuestra inteligencia emocional: Aprender a leer las micro expresiones nos ayudará a reconocer los sentimientos de los demás y, al mismo tiempo, ser más conscientes de nuestros propios sentimientos.

2. Desarrolla nuestra capacidad de empatía: Cuando se puede reconocer las expresiones fugaces y más evasivas, nos volvemos más sensibles a la gama de emociones que otros desean que sepan que están sintiendo.

3. Mejora nuestras relaciones y habilidades sociales: Si mejoramos la capacidad para reconocer las emociones de los demás también aumentará la comprensión que nos permite conectar con otras personas.

4. Reconocer y manejar mejor nuestras propias emociones: Aprender a reconocer las expresiones faciales de las emociones de los demás nos ayuda a aprender a reconocer nuestras propias emociones.”

5. Triglia, A.(2015) Paul Ekman y el estudio de las micro expresiones. Recuperado de <https://psicologiaymente.com/psicologia/paul-ekman-estudio-microexpresiones>

6. Salud y psicología. Paul Ekman y las micro expresiones. Recuperado de <http://www.saludypsicologia.com/posts/view/940/name:Paul-Ekman-y-las-microexpresiones>

1.8. Vestido

Como ya se vio, el lenguaje no verbal se manifiesta de muchas maneras: gestos, movimiento de manos, forma de hablar, como se usa el espacio, micro expresiones, etc., pero sin duda una de las principales es la vestimenta.

En todo ámbito y sector existen códigos de vestimenta, ya sea en un ámbito profesional, deportivo, de fiesta, etc., por las características de lo que el trabajo implica como higiene, seguridad, protección, frío o calor, protocolo fijo, entre otras.

Algunas otras veces es por la situación social, eventos importantes, lugares especiales, personas particulares. O hay otros casos en los que estos códigos son puramente convencionales de valor tradicional o histórico.

La vestimenta crea "cultura" y sentimiento de muy diferentes maneras y en diferentes situaciones y ámbitos. "Las prendas de vestir están formadas por una serie de características (líneas, formas, tejidos, colores...) que en función de cómo sean, harán que quien los lleve transmita una determinada imagen u otra (seriedad, cercanía, seguridad, distanciamiento...).

La vestimenta por tanto desprende códigos de información, habla por y sobre nosotros. La manera en que vistas da información acerca de tu personalidad, tus aspiraciones, tu estatus social, tus aficiones... Por ejemplo, no se ofrece la misma imagen con una chaqueta con hombros estructurados, que con otra con hombros redondeados.

No se ofrece la misma imagen con una camisa con cuello de pico que con cuello barco o caja. No se ofrece la misma imagen con una camisa de rayas que con una de cuadros, etc.

Por ello, es muy importante conocer qué características de prendas y complementos son las idóneas para tu caso concreto (en función de tus propias características físicas y de tus objetivos

de comunicación). Esto es clave para transmitir tu imagen deseada y por tanto para situarte en el mejor punto de partida para alcanzar tus objetivos.”⁷

Algo muy importante de la vestimenta es que todos los colores expresan algo, es por eso que tenemos que seleccionar los colores que utilizamos cuidadosamente.

Psicología del color

A lo largo de los años, se ha comprobado por científicos y psicólogos que los colores son parte fundamental para hacer un juicio a través de la percepción, debido a que cada color evoca a sentimientos y emociones particulares. Tal es el caso de la socióloga y psicóloga Eva Heller, experta en la psicología del color. La proyección que se da de acuerdo a los colores utilizados en la imagen pública es de vital importancia, ya que "Los colores actúan sobre los sentimientos y la razón".⁹ La autora del libro *Psicología del color*, realizó una descripción detallada de lo que cada color en particular transmite.

Azul

Es el color de la razón y de la calma. Evoca a la grandeza del mar y a un sentimiento de tranquilidad y relajación. Es un color que refleja simpatía, casi nunca tiene connotaciones negativas. Refleja intelectualidad y sabiduría.

Rojo

Es el color más común y fuerte. Tiene distintas connotaciones pero todas ellas son fuertes. Por un lado evoca a la pasión, la sangre, la autoridad y lo demoníaco. Por otra parte, también puede transmitir amor, alegría, extroversión y cercanía.

Amarillo

Es un color que al ser portado, transmite alegría, optimismo, diversión, amabilidad, frescura, espontaneidad, aunque también cuenta con interpretaciones negativas como presuntuosidad y egoísmo, una manera de darle un enfoque positivo es combinándolo con rojo o naranja.

Verde

Es un color alegre a la vista, su peligro está en dar la impresión de aburrimiento, ya que se considera un color neutro, que fácilmente es opacado por algún otro color. Emanan naturalidad y vivacidad.

Negro

Es el color de la individualidad y protesta, también transmite poder y elegancia. Al portarlo en la vestimenta también puede mandar la señal de que se trata de una persona conservadora. Por otro lado, es el color de oscuridad, el fin, lo rígido y lo pesado.

Blanco

Es un color sin connotaciones negativas, el blanco transmite paz, tranquilidad, armonía, exactitud, pureza, perfección. Cuando alguien viste de blanco, es visto de manera positiva.

Se anexa la siguiente tabla para poder explicarlo de mejor manera.⁸

BLANCO	Pureza, inocencia, optimismo, frescura, limpieza, simplicidad
ROJO	Fortaleza, pasión, determinación, deseo, amor, fuerza, valor, impulsividad
NARANJA	Calidez, entusiasmo, creatividad, éxito, ánimo
AMARILLO	Energía, felicidad, diversión, espontaneidad, alegría, innovación
VERDE	Naturaleza, esperanza, equilibrio, crecimiento, estabilidad, celos
AZUL	Libertad, verdad, armonía, fidelidad, progreso, seriedad, lealtad
PÚRPURA	Serenidad, místico, romántico, elegante, sensual, ecléctico
ROSA	Dulzura, delicadeza, exquisited, sentimientos de gratitud, amistad
GRIS	Paz, tenacidad
NEGRO	Silencio, sobriedad, poder, formalidad, misterio

7. López García E. (2013) La vestimenta: Poderosa herramienta de comunicación personal. Recuperado de <https://www.emagister.com/blog/la-vestimenta-poderosa-herramienta-de-comunicacion-personal/>

8. Heller, Eva. Psicología del color, Gustavo Gili, México, 2004.

1.9. Tono de voz

Cada persona tiene su cierta forma de dialogar, y este mismo es condicionado por su carácter emocional y sus sensaciones. Junto con la mirada, el carácter o estilo de voz son 2 puntos muy importantes que nos hablan de la forma de ser de la persona, de su estado emocional y su temperamento.

Nuestra voz en gran medida se conforma por las costumbres de la vida que hemos tenido, y revela quienes somos, nuestras inseguridades, miedos, ansiedades, alegrías, etc.

Así como la voz es un elemento 100% natural que viene con nosotros desde muy pequeños , también es algo que podemos ir modificando y adaptando con la práctica para obtener el resultado que buscamos o queremos obtener.

Sin duda, el tono de voz es uno de los elementos con mayor influencia sobre la comunicación de cuantos existen. En el tono de una persona hay ciertos elementos que le dan sentido a la oración que está pronunciando, y pueden estos modificar 100% el mensaje. Algunos de ellos son: el timbre , la intensidad del sonido, la velocidad de la dicción , la claridad, la proyección, etc.

“El Laboratorio de Análisis Instrumental de la Comunicación sobre locución e imaginario, de la Universidad Autónoma de Barcelona, realizó un estudio sobre voz y percepción. Sus conclusiones son curiosas e interesantes. Veamos:

- El tono de voz grave sugiere madurez y genera confianza en los demás. Es el más utilizado en los anuncios publicitarios
- Si el tono de voz es extremadamente grave, remite a sensaciones sombrías
- Una voz firme y segura nos hace pensar en que el hablante es alguien distinguido e importante

- Hablar en un tono de voz bajo nos sugiere que la persona tiene grandes debilidades o que es torpe
- Quienes emplean un tono de voz muy agudo transmiten baja credibilidad

La voz es un patrón tan personal, que actualmente se emplea para verificar la identidad y dar acceso a muchos sistemas informáticos. También sirve como evidencia en un juicio. Su confiabilidad es tan grande, o más, que la de una huella dactilar.”

1.10. Miradas

La mirada es uno de los elementos clave la comunicación no verbal, ya que por ejemplo nuestras pupilas se dilatan cuando algo nos gusta o atrae, y nuestro contacto visual en una conversación puede hablar mucho de nuestro estado de ánimo o respuesta, si nos aburre o nos desagrada ya sea el mensaje o el emisor es difícil evitar que sea obvio nuestra opinión.

“En una conversación se suele mantener el contacto visual directo entre un 40 y un 60% del tiempo total. De manera inconsciente, nuestro cerebro intenta recuperar información, o piensa qué hay que decir, o cómo mentir... y eso se traduce en que nuestros ojos miren arriba, a los lados, para abajo... y derecha o izquierda. La vista de las personas se dirige hacia un lado cuando mienten (procesos creativos) y hacia el lado contrario cuando recuerdan. No podemos evitarlo, y tanto la policía en los interrogatorios como muchas personas formadas de recursos humanos, controlan estas funciones para saber cuándo una persona es sincera o no. Esta predisposición de mirar hacia un lado u otro depende de si eres zurdo o diestro, ya que el predominio de los hemisferios cerebrales es diferente.”⁹



9. Álvarez, M. (2016) Lo que dice tu mirada: comunicación no verbal. Recuperado de <https://abcblogs.abc.es/protocolo-etiqueta/2016/02/09/lo-que-dice-tu-mirada-comunicacion-no-verbal>

1.11. Posturas

Las posturas hablan mucho de lo que el ser quiere comunicar, de su mensaje oculto, de su intención, de su opinión a cierta situación, su estado de ánimo, etc. Hablando de la postura en el ámbito profesional expresa también acuerdo o desacuerdo por ejemplo en una negociación o al conocer a un nuevo compañero de trabajo.

“La postura que el individuo adopte en cada proceso comunicativo y periodístico es de suma importancia para el espectador. A través de los símbolos que desarrolle estará dotando a la imagen de un significado u otro. Para todas aquellas personas que observan el desarrollo de una información periodística que se emite a través del medio televisivo, las pautas que proporciona respecto a la riqueza del vocabulario verbal y la proliferación de símbolos no verbales delimitan la categoría del comunicador así como su clasificación en el ámbito social.”¹⁰

“La posición corporal y sus partes se definen por la disposición que tome el cuerpo del sujeto hacia otro individuo. En la interacción la relación entre ambos factores terminará por interpretar las diversas señales que forman parte del proceso kinésico.”¹⁰

Se dice que también a nivel laboral también nuestros bloqueos pueden coincidir con cómo nos relacionamos con los demás, a pesar de que nuestra comunicación oral sea distinta a la corporal, debe existir cierta coherencia.

10. Domínguez Lázaro, M. A. de los Reyes. (2018). La importancia de la comunicación no verbal en el desarrollo cultural de las sociedades. Recuperado de http://www.razonypalabra.org.mx/N/N70/REYES_REVISADO.pdf

Capítulo II Michelle Obama

2.1. Bibliografía de Michelle Obama

El siguiente capítulo comienza con dar contexto del objeto de estudio, la figura pública de Michelle Obama mediante una breve revisión de su biografía para poder así comprender más detalladamente las razones de su comportamiento o sus intenciones.

“Su nombre completo es Michelle LaVaughn Robinson Obama (Chicago, Illinois, 17 de enero de 1964) es una abogada, administradora universitaria y escritora estadounidense que se desempeñó como la primera dama de los Estados Unidos de 2009 a 2017. Está casada con el cuadragésimo cuarto presidente de los Estados Unidos, Barack Obama, y fue la primera dama afroamericana en la historia de ese país. Criada en el área sur de Chicago (Illinois), Obama se graduó en la Universidad de Princeton y en la Facultad de Derecho de Harvard. En los primeros años de su carrera legal, trabajó en la firma de abogados Sidley Austin en Chicago, donde conoció a Barack Obama. Posteriormente trabajó en organizaciones sin fines de lucro y como la decana asociada de Servicios Estudiantiles en la Universidad de Chicago y Vicepresidenta de Asuntos Comunitarios y Externos del Centro Médico de la Universidad de Chicago¹. Michelle se casó con Barack en 1992 y tienen dos hijas.”¹

Se dice que sin la ayuda de Michelle Obama, Barack Obama nunca habría llegado a ser el presidente que fue, y ellos mismos han afirmado su continuo apoyo mutuo en diversas ocasiones, como con el siguiente comentario...

“No sería el hombre que soy hoy sin la mujer que aceptó casarse conmigo hace 20 años. Lo voy a decir en público: Michelle, nunca te he querido tanto como en este momento”² Barack Obama. “Obama hizo campaña por la candidatura presidencial de su esposo durante 2007 y 2008, pronunciando un discurso en la Convención Nacional Demócrata de 2008. Ella volvió a hablar por él en la Convención Nacional Demócrata de 2012. Durante la Convención Nacional Demócrata de 2016 en Filadelfia, pronunció un discurso en apoyo a la candidata presidencial demócrata, Hillary Clinton, ex Primera Dama.”²

Como Primera Dama, Obama sirvió como un modelo a seguir para las mujeres, y trabajó como defensora en la concientización de la pobreza, la educación, la nutrición, la actividad física y la alimentación saludable. Ella apoyó a los diseñadores estadounidenses y fue considerada un ícono de la moda.”¹

Ahora se abordará más a fondo los detalles de la niñez y juventud de Michelle Obama, así como de los miembros de su familia para poder conocer sus orígenes y así comprender dicha transformación.

1. Anónimo (2018). Michelle Obama. Recuperado de https://es.wikipedia.org/wiki/Michelle_Obama

1. Sánchez, Vanessa. (2017). Matrimonio Obama, el liderazgo es cosa de dos. Recuperado <http://vanessasanchezcoaching.com/matrimonio-obama-el-liderazgo-es-cosa-de-dos>

2.2. Familia y educación

Michelle Robinson nació el 17 de enero de 1964 en Illinois. Su padre, Fraser Robinson, era empleado en una planta de agua, mientras que su madre, Marian Shields Smith, trabajaba como secretaria. Entre su ascendencia familiar se encuentra Jim Smith, un esclavo nacido en Carolina del Sur, donde todavía conserva gran parte de su familia. ¹

La familia Robinson vivía en el sector sur de Chicago, en la planta de arriba de un bungalow de ladrillo. Fraser trabajaba como operador de bombas en el Departamento Hidráulico de Chicago, y aunque le diagnosticaron esclerosis múltiple a una edad temprana, casi nunca faltó al trabajo. Marian se quedaba en casa cuidando a Craig y Michelle, cuidando de su hogar y llenándolo de alegría, amor e importantes lecciones de vida.

Egresada de las escuelas públicas de Chicago, Michelle estudió Sociología y Estudios Afroamericanos en la Universidad de Princeton. Al graduarse de la escuela de leyes de Harvard en 1988, empezó a trabajar con el bufete de abogados Sidley & Austin.

En 1988, Michelle se licenció en Leyes en la Escuela de Derecho Harvard (Harvard Law School). Fue en esta Universidad donde comenzó a involucrarse en participaciones políticas, reclamando actuaciones para que las autoridades universitarias empleasen a profesores miembros de minorías. Michelle Obama llegó a estar entre las 10 mejores abogadas de Estados Unidos.

En 1996, Michelle Obama llegó a la Universidad de Chicago, con la visión y propósito de establecer vínculos entre el campus y la comunidad.

1. Anónimo (2018). Michelle Obama. Recuperado de https://es.wikipedia.org/wiki/Michelle_Obama actividades de los voluntarios en el campus y la comunidad aumentaron considerablemente.

Pocos años después, Obama decidió que su verdadera vocación era organizar y darle ánimo a la gente para que sirviera en su comunidad y prestara apoyo a sus vecinos. Trabajó como comisionada asistente de planificación y desarrollo en la alcaldía de Chicago, y poco después fundó el capítulo de Chicago de Public Allies (Aliados Públicos), un programa de AmeriCorps que prepara a los jóvenes para el servicio público, donde asumió el cargo de directora ejecutiva.

Conoció a Barack Obama en el despacho de abogados para el cual ambos trabajaban. En 1992 contrajeron matrimonio, y en 1998 nació su primera hija, Malia Ann. Tres años después, en 2001, nació su segunda y última hija, Sasha Obama.”¹

Así fue como Michelle y Barack Obama comenzaron a apoyarse mutuamente en lo profesional como en la familia que ya habían formado para aventurarse en la mayor aventura de su vida, ser el primer presidente y la primera dama afroamericanos lo cual representaba un reto por el racismo que ha acontecido en Estados Unidos, un país que sufrió décadas de esclavitud apenas en el siglo pasado, y aún se puede notar la segregación que hay hacia las personas con estos orígenes.

2.3. Primera dama de Estados Unidos

“Durante sus primeros meses como primera dama, visitó albergues y comedores de beneficencia. También envió representantes a las escuelas y abogó por el servicio público.

Michelle defendió las prioridades políticas de su marido mediante la promoción de proyectos de ley que lo apoyaban. Obama ofreció una recepción en la Casa Blanca para los defensores de los derechos de las mujeres durante la celebración de la promulgación de la Ley Lilly Ledbetter Fair Pay de 2009. Según sus representantes, tenía intención de visitar todo Estados Unidos con el fin de familiarizarse con Washington. Otras iniciativas de la primera dama, Michelle Obama, incluyeron la defensa en nombre de las familias de militares, ayudas por el trabajo de la mujer y la familia, fomentando el servicio nacional, y la promoción de la salud, las artes y la educación artística.”¹

Además de su labor como abogada, ayudante de la comunidad dando servicio a la sociedad, madre - esposa y primera dama de Estados Unidos, también se tomó el tiempo para participar en otras actividades recreativas y del mundo del espectáculo.

1. Anónimo (2018). Michelle Obama. Recuperado de https://es.wikipedia.org/wiki/Michelle_Obama

2.4. Apariciones en televisión

En 2011, Michelle Obama fue invitada para participar en un episodio especial de la famosa serie de Nickelodeon iCarly, en un episodio de la quinta temporada llamado «iMeet the First Lady» (en Latinoamérica, «Conociendo a la primera dama») estrenado el 16 de enero de 2012 conmemorando su cumpleaños un día antes.

También apareció en Extreme Makeover Home Edition y en los Kids Choice Awards 2012. También tuvo otra aparición en la serie animada estadounidense Los Simpson. En 2014, apareció en la season finale de la 6ª temporada de Parks and Recreation. También apareció en la serie infantil de Disney, Jessie.

Una de las últimas apariciones televisivas de la primera dama fue en el Episodio nº 22 de la temporada 13, titulado «Homefront», de la serie NCIS.

Anónimo (2018). Michelle Obama. Recuperado de https://es.wikipedia.org/wiki/Michelle_Obama

Sánchez, Vanessa (2017). Matrimonio Obama, el liderazgo es cosa de dos. Recuperado de <http://vanessasanchezcoaching.com/matrimonio-obama-el-liderazgo-es-cosa-de-dos>

2.5. Éxito de Michelle Obama

En éste capítulo se recopilaron las opiniones y comentarios sobre su comunicación no verbal para tener una base para la investigación y análisis..

Con su espontaneidad, su fuerte personalidad y sus batallas en favor de las familias norteamericanas, Michelle Obama ha transformado el tradicional papel de la esposa de un presidente.

“Una mujer negra del sur de Chicago... no se suponía que hoy estuviera aquí”. No podían ser más ciertas esas palabras pronunciadas por la esposa de Barack Obama en su primera carrera hacia la presidencia de los Estados Unidos.

Cuando en el 2008 la pareja llegó a la Casa Blanca, se pensó que la importancia de su rol radicaría exclusivamente en lo que representaba históricamente ser la primera mujer de su raza, descendiente de esclavos, en llegar a esa instancia, un símbolo más fuerte incluso que el del presidente, cuya madre era una estadounidense blanca. Sin embargo, Michelle Obama se ha encargado de que sus acciones y su gestión sean las que ganen protagonismo.

Podría decirse que ya estaba acostumbrada a ser la novedad: a pesar de su origen humilde llegó a Princeton y se convirtió luego en una prestigiosa abogada de Harvard. Es una de las tres esposas de un jefe de Estado norteamericano más preparadas, junto con Laura Bush y Hillary Clinton, a quien deja atrás en popularidad.

Durante la segunda campaña de Obama tenía una aprobación cercana al 70 por ciento, casi 20 puntos más que su marido. Es, además, la más joven en llegar a esa posición desde Jackie Kennedy.

La revista *Forbes* la ubica en el top 10 de su famosa lista de las mujeres más poderosas del mundo y todo gracias a que transformó el papel de la primera dama en uno menos formal, más accesible y relevante.

Así lo demuestra también en su forma de vestir, marcada por una elegancia descomplicada. Kate Betts, autora del libro *Everyday Icon: Michelle Obama and the Power of Style*, destacó que el día de la posesión saludó a los asistentes con unos guantes de la marca J. Creo que “cualquiera podría comprar”, con el fin de mostrarse “más real y cercana”. Y suele mezclar estas prendas con diseños del británico Alexander McQueen o de jóvenes talentos norteamericanos. De hecho, todavía se pega sus escapadas de incógnito a los populares almacenes Target.

Entre tanto, se ha convertido en un ícono cultural que asiste a eventos deportivos, y que luego del Super Bowl escribió en su Twitter que lo había visto “con su familia y amigos” y que “Beyoncé estuvo fenomenal”. Que no temió someterse a una competencia de flexiones de pecho con la presentadora Ellen DeGeneres durante una entrevista en la que hizo alarde de sus ya célebres bien torneados brazos. Y fue todo un suceso su aparición en el *show* del comediante Jimmy Fallon, en el que mostró su aptitud para el baile, que se convirtió en un *hit* en You Tube con más de 15 millones de visitas.

Su objetivo era promover, por medio de una hilarante presentación titulada *Evolution of Mom Dancing*, su campaña Let’s Move para evitar la obesidad infantil, que incluye haber sembrado vegetales orgánicos en los jardines de su actual residencia y la publicación de un libro sobre esta experiencia. Por si fuera poco, causó sensación en los Premios de la Academia cuando presentó, con Jack Nicholson, el Oscar a Mejor Película, dejando en evidencia su pasión por el cine.

La revista *Ebony* incluyó a los Obama en su lista de las parejas más ardientes, pues Michelle es propensa a las demostraciones naturales de afecto. “¿Está lista Norteamérica para una primera dama como figura del entretenimiento?”, se preguntaba recientemente el diario *Washington Post*, mientras que algunos detractores republicanos la acusaban de sobreexposición.

“Su popularidad se debe a su autenticidad, es claro que genuinamente le importa el país, su familia y la salud de nuestros niños y veteranos. Ella es muy afectuosa, lo demostró cuando abrazó a la reina Isabel. El mundo se escandalizó porque estamos acostumbrados a ver líderes demasiado formales, pero esa no es la naturaleza de Michelle Obama y eso es lo que amamos de ella”, explicó a FUCSIA Emily Bennington, autora del libro *Who Says It’s a Man’s World*.

“Ella ha cambiado el rol de primera dama, mostrando que se puede tomar el trabajo en serio, sin tomarse ella misma muy en serio”. Quienes la conocen aseguran que a sus 49 años es tal y como se muestra.

Algunos analistas explican que su espontaneidad se debe al ascenso meteórico de su esposo, lo que no les dio tiempo de construir la imagen pública con la que suelen protegerse las figuras para sobrevivir.

2.6. Estudios u opiniones previas sobre la comunicación no verbal de Michelle Obama

El posible análisis que se haga sobre una mirada debe tener en cuenta otros elementos de la expresión facial, como la posición de las cejas o los labios.

Así, una mirada de reojo puede significar cosas distintas, según vaya acompañada de un movimiento de cejas hacia abajo (entrecejo fruncido) y de la comisura de los labios también hacia abajo (indicadores de una actitud hostil, sospechosa o crítica); o por el contrario, se combine con unas cejas ligeramente elevadas y comisura de los labios hacia arriba (indicadores de interés o, en interacciones con el otro sexo, como señal de cortejo).

Si algo tiene, la ya ex primera dama de EE.UU, Michelle Obama (en cuanto a comunicación no verbal se refiere) es su alta expresividad y espontaneidad a la hora de filtrar su estado afectivo en cada momento.

Se le da mal disimular a pesar del cuidado entrenamiento de la estética a la que han de someterse los ocupantes de la Casa Blanca.

Como es tradición en cada toma de posesión, los Obama dieron la bienvenida a los Trump en la Casa Blanca, donde se tenía programado un té presidencial como parte de las actividades protocolarias de la nueva Investidura.

En el acto no podía captarse ni una sola expresión de Michelle de carácter positivo o incluso neutral. Sus emociones faciales, contrastando esta mirada que comentábamos con los movimientos musculares activos, indicaban desidia, desprecio e ira contenida constantemente.

Para colmo de males, Michelle Obama recibió un presente de Melania Trump justo antes de posar ante los fotógrafos, un hecho que lejos de contentar a la ex primera dama, consolidó aún más la inquina de ésta ante sus nuevos sucesores. Tal y como se aprecia en los fotogramas captados, su expresión era de incomodidad y desagrado ante tales circunstancias, sin

posibilidad de reprimir estos profundos sentimientos ni tan siquiera cuando recibe un regalo por parte de los Trump.¹

Estas características que presentan tanto el discurso analizado como la retórica de Michelle Obama son el nivel elocutivo medio, las frases cortas para aportar ritmo al discurso, la longitud del discurso, siempre por debajo de los 20 minutos; el uso del estilo retorico femenino, y las repeticiones y análisis entre otros. Lo que debe entenderse de estos párrafos y de este trabajo es que Obama no utiliza estos recursos por casualidad. Gracias a la práctica, a su alto nivel educativo y al asesoramiento de sus consejeros, Michelle Obama se ha convertido en una gran oradora.

A esto también ha contribuido que adaptara su estilo retorico al estilo femenino. Y aunque este está presente en determinadas partes del discurso y en la retórica general de Obama, cabe mencionar que no todo el discurso analizado y el proyecto *Let Girls Learn* consiste en persuadir a la audiencia para que se una al proyecto. En este acto comunicativo y como parte de sus intervenciones sobre la educación de las niñas, Michelle quiere denunciar una realidad social y, pese a que hace uso de técnicas persuasorias, es cierto que necesita ofrecer datos e historias reales para poder justificar la elección del tema y mostrar que realmente se trata de un problema social, por lo que a veces se aleja del tradicional estilo femenino y adopta una pose más asertiva.

1.20minutos(2017). Si las miradas mataran: las caras de Michelle Obama con Donald y Melania Trump. Recuperado de <https://blogs.20minutos.es/comunicacion-no-verbal-lo-que-no-nos-cuentan/tag/lenguaje-corporal-de-michelle-obama/>

Dado que se trata de un discurso de denuncia, así como un discurso con tintes políticos, la autora del presente trabajo cree que han sido pertinentes el análisis crítico del discurso y el análisis del discurso político. El primer análisis ha servido para demostrar que las palabras de Obama corresponden a la expresión de necesidad de cambio social en algo tan relevante como son las desigualdades de género y, en concreto, la educación de las niñas. Para conseguir esta denuncia se basa en datos empíricos y hechos demostrables, pero para lograr influir en su audiencia, se basa en técnicas de persuasión y *soft power* (revisar definición en el glosario), elementos que, pese a analizarse por separado, forman parte de lo que tradicionalmente se entiende por discurso político.

No obstante, es cierto que Obama emplea únicamente formas de *soft power* positivas, es decir, no trata de posicionar a su público en contra de un contrincante, sino que busca animar a los oyentes a encontrar formas de actuar para acabar con unas normas sociales que perjudican a la mitad de la población y a reaccionar ante un problema tal como la falta de educación en el caso de las niñas.

Obama es consciente de que su paso como primera dama acaba y pretende «hacer campaña» de este proyecto pero su objetivo no es que se asocie solo a la política, quiere que funcione porque es una necesidad social. De ahí que la oradora también asocie su proyecto con las desigualdades que existen en EE. UU. y en España. Su fin quiere concienciar y que el público se dé cuenta de que este problema trasciende cualquier campaña o mandato político. Asume que es un problema intrínseco de la sociedad y ofrece pautas para solucionarlo. La oradora logra todo esto con unas técnicas retóricas que, por lo analizado en el presente trabajo, se consideran impecables y muy bien estructuradas. Estas técnicas consiguen que el mensaje que quiere transmitir tenga más calado en su audiencia.

Capítulo III Análisis semiótico de la comunicación no verbal de Michelle Obama

3.1. Video 1

Nombre del video: Watch first lady Michelle Obama's full speech at the 2016 Democratic National Convention

Referencia del video: PBS NewsHour (25 julio 2016). Watch first lady Michelle Obama's full speech at the 2016 Democratic National Convention (Archivo de video). Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=4ZNWYqDU948&t=205s>

Fecha del evento: 25-28 de julio del 2016

Lugar dónde fue el evento: Democratic National Convention 2016 en Philadelphia, Pennsylvania

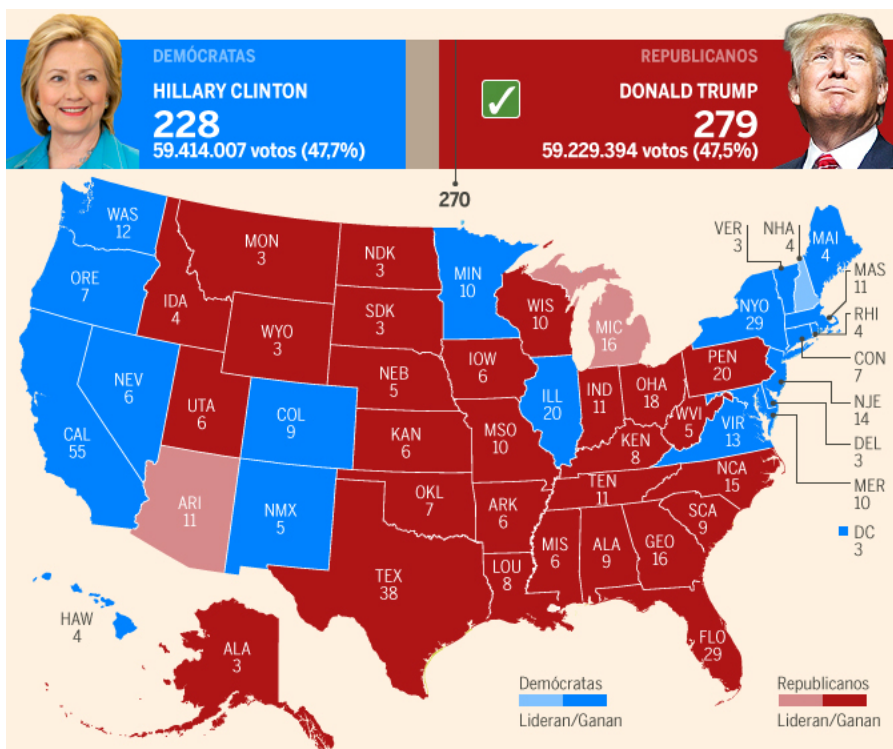
Contexto en el que se desarrolló: Elecciones del 2016, Michelle Obama deja de ser primera dama y expresa su apoyo a Hilary Clinton abiertamente en la Convención Nacional Democrática en el 2016.

2016 es año de elecciones en Estados Unidos. Barack Obama ha cumplido su doble mandato, por lo que la Constitución le obliga a ceder el testigo. Así pues, dos caras nuevas se disputarán su sucesión a lo largo del año con vistas a los comicios de noviembre.

A principios de año estaremos todavía con las primarias de cada partido. Por los Demócratas concurren, con opciones, dos candidatos: la ex Secretaria de Estado con Barack Obama, Hillary Clinton, y Bernie Sanders. Entre los candidatos republicanos encontraríamos a Donald Trump y Ben Carson.

La Convención Nacional Demócrata de 2016 fue la convención nacional del Partido Demócrata de los Estados Unidos celebrada entre el 25 al 28 de julio de 2016, en el Wells Fargo Center, en Filadelfia, Pensilvania.² En ella, los delegados del partido eligieron los candidatos a presidente de los Estados Unidos y vicepresidente de los Estados Unidos, para las elecciones de noviembre de ese año, resultando nominados Hillary Clinton, exsecretaria de Estado (2009-2013), y Tim Kaine, actual senador junior por Virginia, respectivamente.

A continuación ponemos este mapa según las preferencias de candidato por estado.



Vestido: Vestido azul marino con mangas en los hombros.

Joyería: Solo aretes de joyería

Maquillaje y Peinado: El peinado es algo relajado pero fashion con diseño y brillo, maquillaje natural con tonos rosados, dorados y cafés.

La norma: Siempre señala con el índice para el cielo



Minuto	Tema principal	Pausas	Proximi a con el público	Tono de voz	Expresiones	Miradas	(Sistema Axial)
0-5'	-Saluda y recuerda cuando 8 años antes habló de porque Obama debía ser presidente y sobre su familia. -Valores y familia "When they	-Utiliza muchas pausas para acentuar momentos emocionales.	-Desde el escenario o no se mueve, solo gira su cuerpo un poco, sobre todo la cabeza.	-Haciendo altas y bajas en su voz para expresar lo emocional del momento. -Aumenta la voz cuando habla de los valores que	-De emoción, melancolía, felicidad. -Cuando habla de los valores que enseñó a sus hijas su cara se endurece y proyecta poder y seguridad.	-Mirada siempre fija al público, a veces cambiando de lados para demostrar que todos importan. -Mirada más potente	-*Cabeza: Voltea al público en repetidas ocasiones para no perder su atención. *Manos: Saluda al público con mucha elegancia. Utiliza

	go low, we go high”			enseñó a sus hijas.			mucho los dos brazos y también uno para señalar, especificar, expresar. *Torso: Su torso sigue igual solo sonríe y voltea a los lados mientras saluda *Pies: No se ven.
5’ - 10’	-Habla de ser el ejemplo junto con su esposo para sus hijas y también para la nación. -Habla de elegir bien al próximo presidente	-Hace pausa cada que termina una idea	-La misma	-Aumenta la voz y sobre todo en las frases fuertes y de “atención” -Alza la voz hasta un poco “indignada”	-Lo que dice lo hace con mucho énfasis para llamar la atención de la gente. -Se señala mucho a ella y su familia siempre	-Siempre al público y abre mucho los ojos	-*Cabeza: Siempre la mueve para demostrar su intención y firmeza. *Manos: Señala mucho para puntualizar. Se señala a ella mucho. *Torso: Al frente *Pies: No se

	-Habla extensamente de su apoyo a Hilary Clinton.						ven
10'- 15'	-Sigue hablando sobre lo grande y poderosa que es Hilary Clinton. -Deja claro su apoyo incondicional a Hilary. -Hace muchas alusiones a su rechazo hacia Trump.	-Ya no hace casi pausas.	-La misma -Al final se despide del público con efusivo saludo con la mano y caminando de un lado al otro.	-Voz más intensa y con coraje.	-De preocupación e intensidad.	-Mirada más penetrante y abre bien los ojos	-*Cabeza: Mueve mucho la cabeza de mano a lado. *Manos: sigue señalando y señalándose *Pies: no se ven *Torso: al frente

“Elaboración propia a partir de Roland Barthes”

3.2. Video 2

Nombre del video: Michell Obama´s Big Moment

Referencia del video: CBS (25 agosto 2008). Michelle Obama´s Big Moment (Archivo de video). Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=cHZirxxmSIc>

Fecha del evento: 25 de agosto del 2008

Lugar dónde fue el evento: The first night of the DNC

Contexto en el que se desarrolló:

Mucho estaba en juego con las palabras de Michelle Obama cuando subió a un escenario de Denver en agosto de 2008 para dirigirse a los delegados en la primera noche de la Convención Nacional Demócrata. Su objetivo era tranquilizar a una serie de votantes desconfiados de la presidencia de Barack Obama y escépticos sobre sus propios valores.

Seis meses antes, había sido criticada en algunos sectores por decir que estaba "realmente orgullosa" de los Estados Unidos por primera vez en su vida adulta. En la víspera de la convención, solo el 38 por ciento de los encuestados en una encuesta de NBC News / Wall Street Journal la vio favorablemente.

Obama eligió cuidadosamente sus palabras y ensayó cada frase, trabajando en estrecha colaboración con su personal. Obama llenó el discurso con detalles personales diseñados para iluminar lo que ella llamó su "viaje improbable" al tiempo que ofrece una visión vívida de los estadounidenses de clase trabajadora y su deseo de una sociedad más justa y tolerante.

Vestido: Vestido verde pistache de manga larga y escote sutil con cuello “V”

Joyería: Sólo discretos aretes de perla

Maquillaje y Peinado: Maquillaje muy sutil, muy natural. Peinado de melena corta sin mucho diseño , solo peinado para atrás.

La norma: Señalarse a ella, subir la voz en momentos intensos, usa mucho “Yo,yo,yo”



Minuto	Tema principal	Pausas	Proximidad con el público	Tono de voz	Expresiones	Miradas	(Sistema Axial)
0-5'	-Habla de su familia y lo especial que siente que estén ahí. (hermano y mamá) - Lo	-Pausas en momentos emotivos, pero pocas.	-En el escenario sin moverse	-Un tono más plano, sin mucha efusividad ni intensidad.	-Siempre explicando con sus manos y su cara	-Mirada para enfrente en su mayoría	*Cabeza: la mueve de lado a lado *Manos: señala poco, si utiliza para puntualizar

	importantes que son sus hijas.						*Pies: No se ven *Torso: Para en frente
5'- 10'	-Habla de su esposo y su pasado, sobre los valores que aprendieron y su trabajo en Chicago como abogado de la gente necesidad -Habla de la gente que trabaja por su familia. -Habla de Hilary Clinton -Habla de los voluntariados.	-Pausas en momentos de expresividad	-En el escenario o sin moverse	-Un tono más plano, sin mucha efusividad ni intensidad . -Aumenta la voz en momentos de mensajes emotivos.	-Le falta expresión en su cuerpo, torso un poco caído y cara un poco plana pero se ve más natural	-Mirada al público a los lados y enfrente.	*Cabeza: De lado a lado *Manos: Señalando al público, a ella, puntualizando, etc. *Pies: No se ven *Torso: Un poco encorvado.
10'- 15'	-Habla del trabajo de su esposo ayudando a la comunidad	-Pocas pausas . -Más pausas al	-En el escenario o sin moverse	-La voz empieza a ser más tranquila y sensible	-Expresión más suave. - Expresión es más	-Mirada en frente, para abajo, para los lados. -Mirada	*Torso: Un poco encorvado. *Manos: Expresivas.

	s y necesitados. -Habla de lo especial que es su esposo y que los valores que tienen con su familia los empleará como presidente.	final.		para demostrar la parte noble del discurso. -Voz más potente al final.	intensas al final del discurso -Salida: Saludando de lado a lado	haciendo contacto con el público	*Pies: No se ven *Cabeza: De lado a lado.
--	--	--------	--	---	--	--	--

“Elaboración propia a partir de Roland Barthes”

3.3. Video 3

Nombre del video: First Lady Michelle Obama Speaks on The Power of Education

Referencia del video: **The Obama White House (12 noviembre 2013).** First Lady Michelle Obama Speaks on The Power of Education (Archivo de video). Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=AY6h804boFs>

Fecha del evento: 12 Noviembre 2013

Lugar dónde fue el evento: Show de Oprah Winfrey

Contexto en el que se desarrolló: La Primera Dama Michelle Obama y la Secretaria de Educación Arne Duncan visitaron estudiantes de segundo año en la Escuela Secundaria Multicultural Bell en Washington, DC. Los comentarios de la Primera Dama continuaron expandiendo su enfoque en temas de empoderamiento y educación de los jóvenes, en particular trabajando para lograr el Objetivo "Estrella del Norte" del Presidente.

Verá, cuando Barack asumió el cargo ", dijo," una de las primeras cosas que hizo fue establecer lo que él llama una meta de la Estrella del Norte para Estados Unidos: que para el año 2020, el año en el que todos se graduarán universidad, nuestro país tendrá la mayor proporción de graduados universitarios del mundo ".

En sus comentarios, la Primera Dama habló directamente a los jóvenes acerca de comprometerse con su educación para que puedan crear un futuro mejor para ellos, sus comunidades y su país. También compartió algunas de sus experiencias académicas personales para ilustrar su creencia de que las circunstancias no definen su futuro, sino su actitud.

"Mis padres no tenían mucho dinero, y nunca fueron a la universidad ellos mismos, pero tenían una creencia inquebrantable en el poder de la educación, y siempre nos

presionaron a mí y a mi hermano a hacer lo que fuera necesario para tener éxito en la escuela".

Después de los comentarios de la Primera Dama, se unió al Secretario de Educación, Arne Duncan, para conversar con los estudiantes de segundo año, que representan la clase universitaria de 2020. Los moderadores de BET Jeff Johnson y Keshia Chante facilitaron la discusión y alentaron a los estudiantes a discutir sus metas y aspiraciones, desafíos y preocupaciones mientras contemplan y se preparan para la educación superior. La conversación fue una sesión de escucha en la que la Primera Dama y el Secretario Duncan pudieron escuchar de primera mano la valiosa perspectiva de estos estudiantes de segundo año mientras contemplan y se preparan para la educación superior.

Vestido: Vestido café con estampado

Joyería: Aretes tipo arracada

Maquillaje y Peinado: Muy natural con tonos dorados, cafés y rosados. Peinado y peinado de melena desde en medio

La norma: Habla mucho de ella y su familia.



Minuto	Tema principal	Pausas	Proximidad con el público	Tono de voz	Expresiones	Miradas	(Sistema Axial)
0-5'	-Empieza recordando la vez que estuvieron anteriormente ahí. -Habla de la importancia de la educación	-Muy igual, muy parejo, no hace pausas.	-Desde el escenario.	-Muy tranquilo y sin emoción, mucha seriedad, tal vez por el hecho de que es un evento educativo.	-Muy serena, no muy inspirada, muy planas las expresiones corporales y faciales. -Busca inspirar a los jóvenes para estudiar y realizar sus sueños.	-Hacia abajo	*Cabeza: Mirando hacia abajo *Manos: señalando pero moviéndolas poco en comparación con otras veces. *Pies: No se ven *Torso: Derecho
5'- 10'	-Habla de la educación que recibió y el esfuerzo que tuvo que hacer.	-Sólo hace pausas cuando es algo muy importante.	-Desde el escenario.	-Empieza a hacer énfasis con la voz cuando habla de cómo consiguió	-Cuando habla de cómo consiguió sus sueños empieza a hablar con más	-Mirada más potente y empieza a sonreír.	*Cabeza: Lado a lado. *Manos: Las usa para acentuar. *Pies: No se ven. *Torso:

				sus sueños.	intensidad.		Erguido.
10'- 15'	-Habla del ejemplo de otras personas que se han superado y han logrado sus sueños. -Habla de la importancia de la resiliencia, disciplina, etc, que te llevarán al éxito. -Termina diciendo que quiere escuchar lo que los jóvenes necesitan para apoyarlos.	-Pausa cuando termina ejemplos .	-Desde el escenario.	-Su voz vuelve a ser tranquila pero firme.	-Una expresión más tierna y tratando de aspirar	-Mirada más serena.	*Cabeza: Lado a lado. *Manos: Las usa para acentuar. *Pies: No se ven. *Torso: Erguido.

“Elaboración propia a partir de Roland Barthes”

3.4. Video 4

Nombre del video: First Lady Michelle Obama and Oprah Winfrey Hold a Conversation on the Next Generation of Women

Referencia del video: There's a lot that's been done by and for women and girls, but there's still plenty to do. Convened by the White House, the United State of Women Summit will rally all of us together to celebrate what we've achieved, and how we're going (Archivo de video). Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?reload=9&v=LCmwkjSzc2g>

Fecha del evento: 14 de junio 2016

Lugar dónde fue el evento: Oprah's Show

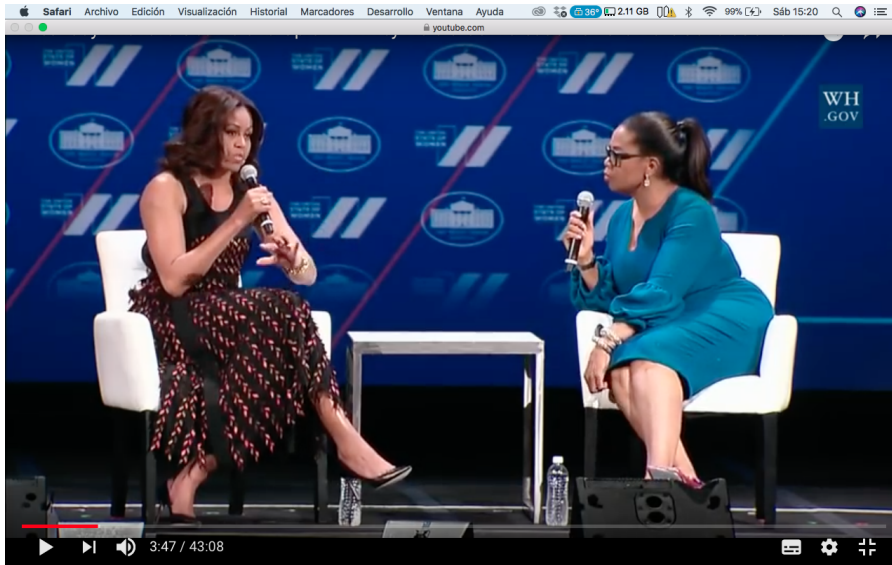
Contexto en el que se desarrolló: Oprah Winfrey se sentó con la Primera Dama Michelle Obama en la Cumbre del Estado de las Mujeres de los Estados Unidos, copatrocinada por la Fundación Tory Burch. Hablaron sobre carreras, maternidad, equidad de género y cómo podemos hacer un mejor futuro para las mujeres en todas partes del país.

Oprah Gail Winfrey; Kosciusko, Misisipi, 1954. Empresaria y presentadora de televisión norteamericana que mantuvo durante veinticinco años inusitadas cotas de audiencia con su programa de entrevistas *The Oprah Winfrey Show* (1986-2011). Finalizada esta etapa, fundó su propia cadena de televisión, la Oprah Winfrey Network (OWN), en la que ha seguido desarrollando su labor y gozando de altísimos niveles de popularidad. Desde los años 90, publicaciones como *Forbes*, *Life* o *Time* la han venido considerando como una de las personalidades más poderosas e influyentes del mundo.

Vestido: Vestido negro con estampado rojizo

Maquillaje y Peinado: Maquillaje más natural con peinado partido a la mitad y relajado

La norma: Siempre habla de su ejemplo, de su valentía, de su familia, de las mujeres y su valor.



Minuto	Tema principal	Pausas	Proximidad con el público	Tono de voz	Expresiones	Miradas	(Sistema Axial)
0-5'	-Saludo al público. -Habla del desastre natural de Orlando, y la importancia de la solidaridad.	- Empieza sin muchas pausas, un discurso continuo	-Desde su asiento con Oprah en el escenario.	-Muy sereno por el tema serio.	- De seriedad.	-Hacia el público, solo un poco a Oprah	*Cabeza: Asienta cuando le habla Oprah. *Manos: Mano reposada en el asiento cuando escucha o en

	-Se habla del amor propio.						<p>sus piernas, y cuando habla las usa para expresar.</p> <p>*Pies: Piernas cruzadas</p> <p>*Torso: Siempre erguido.</p>
5'- 10'	-Habla de cómo ella se sintió cuando supo que iba a ser primera dama y como lo enfrentaron con su familia.	-No hace muchas pausas, solo pocas cuando acaba una frase, pero es más bien continuo .	-Desde su asiento con Oprah en el escenario.	-Su tono de voz es de alguien que busca enseñarte algo.	-Muy en su papel de primera dama, autoridad, etc.	-Mirada fija a Oprah	<p>*Cabeza: Fija a el público o a Oprah</p> <p>*Manos: Mano reposada en el asiento cuando escucha o en sus piernas, y cuando habla las usa para expresar.</p> <p>*Pies: Piernas cruzadas</p> <p>*Torso: Siempre erguido.</p>

10'- 15'	-Habla de valentía y de conocer tu valor amándote.	-No hace mucha pausa porque es una conversación	-Desde su asiento con Oprah en el escenario.	-Su tono de voz es de alguien que busca enseñarte algo.	-Muy en su papel de primera dama, autoridad, etc.	-Mirada fija a Oprah	<p>*Cabeza: Fija a el público o a Oprah</p> <p>*Manos: Mano reposada en el asiento cuando escucha o en sus piernas, y cuando habla las usa para expresar.</p> <p>*Pies: Piernas cruzadas</p> <p>*Torso: Siempre erguido.</p>
-------------	--	---	--	---	---	----------------------	--

“Elaboración propia a partir de Roland Barthes”

3.5. Video 5

Nombre del video: Ellen and Michelle Obama Break It Down

Referencia del video: Ellen and Michelle Obama Break It Down

(13 marzo 2015). (Archivo de video). Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=UZO5q0B5wfw>

Fecha del evento: 13 marzo 2015

Lugar dónde fue el evento: Show de Ellen

Contexto en el que se desarrolló: Michelle Obama fue invitada al show de “Ellen” donde quisieron darle fuerza con una coreografía a una campaña llamada “Let’s move” que fue una campaña de salud pública en los Estados Unidos, dirigida por Michelle Obama, esposa del entonces presidente Barack Obama. La campaña tiene como objetivo reducir la obesidad infantil y fomentar un estilo de vida saludable en los niños. Let's Move busca reducir la obesidad infantil a 5 % para 2030.

Ellen Lee DeGeneres es una reconocida y premiada actriz, comedianta y presentadora de televisión. Nació en Nueva Orleans, Luisiana, Estados Unidos, el 26 de Enero de 1958, hija de Elliot Everett DeGeneres y Betty DeGeneres.

Vestido: Pantalón blanco , blusa negra y chamarra negra.

Maquillaje y Peinado: Maquillaje natural , cabello corto de melena y lacio

Joyería: Sólo aretes discretos

La norma: Se muestra mucho más relajada y “cool”



Minuto	Tema principal	Pausas	Proximidad con el público	Tono de voz	Expresiones	Miradas	(Sistema Axial)
0-5'	-Habla de "Giveme five" que fue una tendencia en redes sociales que trataba de que cada personalidad daba 5 ideas de cómo vivir una vida más sana	-No hace pausas porque está en una conversación normal.	-Desde su asiento	-Relajada, riéndose, haciendo chistes, etc.	-Haciendo bromas, relajada, "cool", etc.	-al público	*Cabeza: Hacia el público y Ellen. *Manos: Relajadas a su lado *Pies: Piernas juntas *Torso: Erguido.
5'-10	Baile que se ve que ensayó bastante donde se ve relajada, divertida y buena bailarina, seguido						

	por un abrazo a todos bailarines y a Ellen.
--	---

“Elaboración propia a partir de Roland Barthes”

3.6. Análisis de los videos de Michelle Obama

Lugar

Los lugares son muy variables, pero siempre con una intención política, pueden ser eventos serios como discursos políticos al comienzo de una nueva etapa como sus primeros días como primera dama, o durante las elecciones siguientes para convencer y expresar su punto de vista de quien era el candidato que merecía ser el próximo presidente de Estados Unidos; hasta en reality show para dar una imagen jovial y divertida de la primera dama.

Jamás se le vio presente en algún lugar sin objetivo político, todos eran lugares ya sea de importancia política o de tendencia en el mundo del espectáculo para llegar a su público meta. Esto sucede por decisión estratégica de su equipo de relaciones públicas y comunicación para hacer llegar cierto mensaje a cierto grupo social.

Si algo queda muy claro también es que no es coincidencia que asista a estos eventos o lugares, todo está estratégicamente pensado y analizado.

Contexto en el que se desenvuelven las charlas

Todas las charlas se desenvuelven en contextos particulares como ya se comentó, ya sea antes de cualquier cambio político para convencer o reforzar cierto mensaje, o para difundir cierta campaña con motivo político-social, como por ejemplo cuando comenzó su papel como primera dama, para reforzar su mensaje y propuestas como primera dama, para jalar a cierto público en un “challenge ” como en el show de “Ellen”, etc.

Vestido

Por vestuario se puede observar que su equipo y ella siempre eligen preferentemente vestidos antes que pantalones para mostrar aún más el lado femenino de la ropa, siempre de corte muy básico, muchos escotes en cuello en “V” o redondo, siempre cuidando no mostrar demasiado por el papel que tiene ella en la sociedad; también las faldas que utiliza son largas o máximo a la rodilla.

Los colores que más se utilizan son tonos básicos como azul marino o rey, rojo, negro blanco, amarillo, verde, casi no usa tonos cafés o verde oscuro porque no combinan bien con su piel, la selección de tonos que viste siempre son alegres y brillantes para darle más luz a su piel y cara.

Joyería

En discurso políticos o en invitaciones a shows como los se analizaron utiliza solamente aretes discretos de perla o unas arracadas finas plateadas, collares casi nunca, y alguna pulsera o anillo de plata.

Solamente se le ve más cargada como con algún collar o gargantilla cuando va a algún evento social importante o con vestidos de noche. Esto para verse como una mujer sencilla y elegante.

Maquillaje y peinado

El maquillaje siempre es muy natural, nunca utiliza un maquillaje como “smokey eye” o labios rojos, siempre su equipo de imagen opta por tonos muy naturales. Una base con buena cobertura para mostrar una piel muy brillante y sana, ojos con tonos dorados y un delineado sencillo para marcarlos mejor, rubor solo para contornear y darle una

apariciencia jovial-natural-saludable al rostro, labios rosados claro con un brillo muy suave.

El peinado solía ser al principio de su etapa como primera dama sin mucho diseño, simplemente con un corte “boom” y lacio para atrás haciéndola ver más grande, con el paso del tiempo fueron dejando su equipo y ella el cabello más largo y brillante para darle una apariciencia más juvenil y saludable, además de aclararlo un poco más para darle más luz a su rostro y peinándola con las puntas hacia afuera pero con caída natural para darle un look fresco y fashion.

La norma

Michelle Obama como cualquier personaje importante y más en la política tiene un equipo de imagen y relaciones públicas que le ayuda a entrenar y naturalizar gestos, expresiones, normas y ademanes que le convienen para que junto con su mensaje tenga un mejor impacto a su público. Las normas que se observaron fueron:

A) Señalar hacia el cielo y a si misma: Lo utiliza muy recurrente en sus discursos políticos o cualquier otro tema de seriedad, lo utiliza para llamar la atención de su público y que no se distraigan, así como para hacer énfasis de que ella tiene la razón y sabiduría, además de que se piensa que la mano señalando hacia el cielo puede ser también como para expresar que la verdad la tiene ella desde una conexión divina.

B)Subir el tono de su voz en ciertas partes del discurso: Esto lo hace con el objetivo de llamar la atención del público y mantener el interés, resaltando lo más relevante.

C)Hablar mucho de ella y su familia: Suele mencionar en repetidas ocasiones lo que ella ha realizado, como ha llegado hasta ahí, los logros que ha obtenido, su papel “ejemplar” y los valores que tiene ella. Así también como la relación con su familia, los valores que han inculcado a sus hijas, y también la labor de su esposo como presidente y su importante papel que tenía.

Temas principales

A) Barack Obama como presidente, esposo, papá y persona.

B) Sus hijas (familia)

C) Valores (Confianza en uno mismo, compromiso con la sociedad, nunca darse por vencido, etc.)

D) La importancia de la familia

E) Su preferencia a Hilary Clinton

F) Del personal que la rodea en la casa blanca

G) Apoyo a la educación

H) Apoyo a la mujer

I) Sobre ella y su papel.

Suele comenzar con temas emotivos y de agradecimiento, en la mitad del discurso dice el verdadero mensaje que quiere compartir y en la salida un cierre fuerte y emocional.

Pausas

Recorre a hacer muchas pausas en momentos emocionales para acentuar el significado del discurso. Las pausas las hace más a la mitad del discurso. Al final como quiere impactar más bien se va con el discurso corrido, solo con una voz más fuerte. Si de lo

que habla es algo más fuerte que emocional no realiza muchas pausas. Esto es también con el fin de generar expectativa y énfasis a ciertas partes del discurso, o para remarcar la profundización del tema.

Proxemia

Con el público: Siempre está desde el escenario atrás del podio al dar discursos, esto tiene que ver con el hecho de poner una barrera entre el público y ella, con el objetivo de marcar la superioridad, la importancia y los límites. En el caso de que no sea en algún discurso, aun así siempre se le ve desde un escenario, casi nunca con gran cercanía hacia los espectadores.

Tono de voz

Recurre a hacer altas y bajas con su voz para llevar al espectador por cierto camino en el discurso que enfatice el núcleo del mismo. En los temas de familia y emocionales enfatiza aún más la voz. Además en ciertos momentos donde quiere llamar a la gente a movilizarse recurre a hacer su voz un tono más de indignación. Al principio de su tiempo como primera dama sus discursos eran bastante menos estratégicos, su tono de voz era más plano haciéndolo más monótono. Si es un tema serio y de baja importancia no juega mucho con el tono de voz.

Expresiones

Proyecta en sus discursos mucha emoción al hablar de temas inspiradores, melancolía para tocar a su público y felicidad para transmitirla a los espectadores y mostrar una buena imagen de misma. Además expresa mucha fuerza en su rostro para demostrar su personalidad y su papel como primera dama y como mujer. Utiliza mucho sus manos y su cara para expresar. Al principio de su periodo como primera dama no utilizaba demasiado su cuerpo para expresar, como manos, torso, etc; el discurso era mucho más

plano. Al final de su discurso suele expresar aún más con su cuerpo. Si es un tema serio y de baja importancia no juega mucho con la expresión corporal. Cuando se dirige a los jóvenes utiliza expresiones más tiernas y “maternales”.

Miradas

La mirada siempre está fija al público y la cámara, casi siempre hacia enfrente por la cámara pero suele voltear a ver a los lados para hacer contacto visual con el público que se encuentra ahí, esto para no perder la atención de los mismos. Además juega con la mirada endureciéndola y abriendo los ojos en ciertos momentos para enfatizar y darle poder al discurso.

Sistema Axial:

a)Cabeza: Suele voltear mucho de lado a lado para mostrarle importancia a todo su público, cuando se le ve hablando en los reality shows acentúa al escuchar a Oprah o Ellen.

b)Manos: Manos señalando al público con mucha sutileza de movimientos, suele señalar mucho hacia el cielo expresando sabiduría, las utiliza también para puntualizar ciertos momentos del discurso, también se señala mucho a ella al ponerse de ejemplo.

c)Torso: Su torso solo lo voltea rara vez, más al saludar y despedirse. Al comienzo de su papel como primera dama en sus primeros discursos solía encorvarse más y fue cambiando esto con el paso del tiempo, ensayos y práctica.

d)Pies: No se alcanzan a ver atrás del potro, pero cuando habla en los reality shows suele cruzar las piernas y ponerlas de lado o juntas.

Capítulo IV Propuesta del “Manual de comunicación no verbal para la mujer en la política”

**MANUAL DE COMUNICACIÓN NO VERBAL PARA
LA MUJER EN LA POLÍTICA**

(Siguiendo el ejemplo de Michelle Obama)

Ana Paula Tavera Guzmán

Índice

Introducción

Michelle Obama

Conociendo a Michelle Obama

Éxito de Michelle Obama

Definición de comunicación no verbal y su importancia

Cómo manejar la comunicación no verbal según el ejemplo de Michelle Obama

Proxémica

Micro expresiones

Vestido

Accesorios

Maquillaje y peinado

Voz (tono, pausas y expresiones)

Miradas

Posturas y sistema axial

La norma

Conclusión

Anexos

Introducción

La comunicación es el medio a través del cual las personas intercambian mensajes, supone compartir algo de nosotros mismos, y además tiene un carácter racional/emocional específico del hombre que surge a partir de la necesidad de contactar con otros e intercambiar ideas que algunas veces provienen de experiencias previas comunes.

La primera impresión que nos causa una persona se produce en los primeros 7 segundos. El 93% de la información que comunicamos depende del lenguaje corporal. No tiene que ver con lo que decimos, más con lo que transmitimos a través de nuestro cuerpo.

El cerebro humano tiende de forma innata a confiar más en lo que le transmite la conversación no verbal (que comunica emociones, sentimientos o intenciones y se produce a nivel no consciente) que no en la conversación que se expresa mediante palabras. Sólo cuando tus palabras y tu cuerpo dicen lo mismo consigues generar confianza y credibilidad.

Es por eso que es de suma importancia aprender a manejar nuestra comunicación no verbal convirtiéndolo en actos conscientes de nuestro cuerpo y usándolo como herramienta para expresar lo que queremos decir desde nuestra comunicación verbal y no verbal.

En el siguiente “Manual de comunicación no verbal para la mujer en la política” (Siguiendo el ejemplo de Michelle Obama) buscamos compartir con los lectores una serie de instrucciones para hacer más provechosa nuestra comunicación no verbal y manejarla a nuestro favor, esto con el ejemplo de una de las personas más influyentes en el mundo de la política en la actualidad, Michelle Obama. La cual ha sido catalogada según la BBC en el año 2018 como la segunda mujer más admirada del mundo (después de Angelina Jolie).

Este manual fue elaborado después de analizar varios videos de dicho personaje frente al público en diversos ámbitos., desde discursos políticos, hasta apariciones en el mundo del espectáculo en diferentes momentos de su carrera. El método de análisis fue estudiando todos los ámbitos de la comunicación no verbal en fracciones de 5 minutos por video y observar cómo va cambiando según el objetivo del discurso.

El análisis y los resultados fueron parte de la Tesis “Manual de comunicación no verbal en la construcción de la imagen pública para la mujer en la política” (Utilizando como análisis la figura pública de Michelle Obama) realizada por la misma autora Ana Paula Tavera en el año presente para licenciarse en la carrera de Ciencias de Comunicación.

Para sintetizar los resultados y poner estos conocimientos al servicio del lector se realizó este manual para presentar de forma más objetiva y accesible los conocimientos adquiridos.

Si hace uso de los siguientes consejos y recomendaciones sobre cómo manejar su comunicación de una manera más objetiva le aseguramos que su comunicación no verbal mejorará notablemente y podrá aprender a manejarla de forma más provechosa, para poder comunicar claramente con todo lo que respecta a su persona. Esperamos sea de su agrado el manual y de mucha utilidad.

Michelle Obama

Conociendo a Michelle Obama

Su nombre completo es Michelle LaVaughn Robinson Obama (Chicago, Illinois, 17 de enero de 1964) es una abogada, administradora universitaria y escritora estadounidense que se desempeñó como la primera dama de los Estados Unidos de 2009 a 2017.

Está casada con el cuadragésimo cuarto presidente de los Estados Unidos, Barack Obama, y fue la primera dama afroamericana en la historia de ese país. Criada en el área sur de Chicago (Illinois). Obama se graduó de la Universidad de Princeton y en la Facultad de Derecho de Harvard. En los primeros años de su carrera legal, trabajó en la firma de abogados Sidley Austin en Chicago, donde conoció a Barack Obama.

Posteriormente trabajó en organizaciones sin fines de lucro y como la decana asociada de Servicios Estudiantiles en la Universidad de Chicago y Vicepresidenta de Asuntos Comunitarios y Externos del Centro Médico de la Universidad de Chicago. Michelle se casó con Barack en 1992 y tienen dos hijas.

Se dice que sin la ayuda de Michelle Obama, Barack Obama nunca habría llegado a ser el presidente que fue, y ellos mismos han afirmado su continuo apoyo mutuo en diversas ocasiones, como con el siguiente comentario...

“No sería el hombre que soy hoy sin la mujer que aceptó casarse conmigo hace 20 años. Lo voy a decir en público: Michelle, nunca te he querido tanto como en este momento” - Barack Obama.

Michelle Obama hizo campaña por la candidatura presidencial de su esposo durante 2007 y 2008, pronunciando un discurso en la Convención Nacional Demócrata de 2008. Ella volvió a hablar por él en la Convención Nacional Demócrata de 2012. Durante la Convención Nacional Demócrata de 2016 en Filadelfia, donde pronunció un discurso en apoyo a la candidata presidencial demócrata, Hillary Clinton, ex Primera Dama.

Como Primera Dama, Obama sirvió como un modelo a seguir para las mujeres, y trabajó como defensora en la concientización de la pobreza, la educación, la nutrición, la actividad física y la alimentación saludable. Ella apoyó a los diseñadores estadounidenses y fue considerada un icono de la moda.

Éxito de Michelle Obama

Con su espontaneidad, su fuerte personalidad y sus batallas en favor de las familias norteamericanas, Michelle Obama ha transformado el tradicional papel de la esposa de un presidente.

“Una mujer negra del sur de Chicago... no se suponía que hoy estuviera aquí”. No podían ser más ciertas esas palabras pronunciadas por la esposa de Barack Obama en su primera carrera hacia la presidencia de los Estados Unidos.

Cuando en el 2008 la pareja llegó a la Casa Blanca, se pensó que la importancia de su rol radicaría exclusivamente en lo que representaba históricamente ser la primera mujer de su raza descendiente de esclavos en llegar a esa instancia, un símbolo más fuerte incluso que el del presidente, cuya madre era una estadounidense blanca. Sin embargo, Michelle Obama se ha encargado de que sus acciones y su gestión sean las que ganen protagonismo. Es una de las tres esposas de un jefe de Estado norteamericano más preparadas, junto con Laura Bush y Hillary Clinton, a quien deja atrás en popularidad.

La revista *Forbes* la ubica en el top 10 de su famosa lista de las mujeres más poderosas del mundo y todo gracias a que transformó el papel de la primera dama en uno menos formal, más accesible y relevante.

Así lo demuestra también en su forma de vestir, marcada por una elegancia descomplicada. Kate Betts, autora del libro *Everyday Icon: Michelle Obama and the Power of Style*, destacó que el día de la posesión saludó a los asistentes con unos guantes de la marca J. Crew que “cualquiera podría comprar”, con el fin de mostrarse “más real y cercana”.

Entre tanto, se ha convertido en un ícono cultural que asiste a eventos deportivos, y que luego del Super Bowl escribió en su Twitter que lo había visto “con su familia y amigos” y que “Beyoncé estuvo fenomenal”. Fue todo un suceso su aparición en el *show* del comediante Jimmy Fallon, en el que mostró su aptitud para el baile, que se convirtió en un *hit* en YouTube con más de 15 millones de visitas.

Su objetivo era promover, por medio de una hilarante presentación titulada *Evolution of Mom Dancing*, su campaña Let's Move para evitar la obesidad infantil, que incluye haber sembrado vegetales orgánicos en los jardines de su actual residencia y la publicación de un libro sobre esta experiencia.

“Su popularidad se debe a su autenticidad, es claro que genuinamente le importa el país, su familia y la salud de nuestros niños y veteranos. Ella es muy afectuosa, lo demostró cuando abrazó a la reina Isabel. El mundo se escandalizó porque estamos acostumbrados a ver líderes demasiado formales, pero esa no es la naturaleza de Michelle Obama y eso es lo que amamos de ella”, explicó a FUCSIA Emily Bennington, autora del libro *Who Says It's a Man's World*.

“Ella ha cambiado el rol de primera dama, mostrando que se puede tomar el trabajo en serio, sin tomarse ella misma muy en serio”. Quienes la conocen aseguran que a sus 49 años es tal y como se muestra. Algunos analistas explican que su espontaneidad se debe al ascenso meteórico de su esposo, lo que no les dio tiempo de construir la imagen pública con la que suelen protegerse las figuras para sobrevivir.

Definición de comunicación no verbal y su importancia

Se refiere al conjunto de herramientas que las personas usamos consciente o inconscientemente para transmitir un mensaje. La manera de moverse y de vestirse, las expresiones faciales, los desplazamientos incluso mínimos del cuerpo, el tocar los objetos y hasta la manera de rascarse determinadas áreas del cuerpo constituyen lo que podemos definir como un lenguaje subterráneo.

La comunicación no verbal es una comunicación integrada por varios aspectos que transmiten igual o aún bastante más información que la comunicación con palabras. Es una gran fuente de información que sabiéndose descifrar puede hablarnos de lo que realmente opina una persona, si algo le incomoda o le agrada, si miente, si tiene inquietudes, si no está convencido de lo que está diciendo, etc.

Edward T. Hall ha subrayado que poco más de 60% de la comunicación en el hombre se da en la esfera no verbal, mientras que Mario Pei calculó que el cuerpo humano produce más de 700 mil signos físicos. Ray Birdwhistell, por su parte, ha destacado que en el rostro humano se pueden localizar 250 mil expresiones distintas.

Respecto a la Comunicación no verbal y la interpretación Ángela Collado dice: “La relación entre la CNV (Comunicación no verbal) y la interpretación, en general, nos parecería fascinante. Son muchos los aspectos que representa la CNV y que pueden refrendar dicha relación: distancias, contacto físico, orientación y actitud del cuerpo, gestos y movimientos del cuerpo, adaptadores, expresión facial, miradas, aspecto exterior, factores del entorno etc.

Cómo manejar la comunicación no verbal según el ejemplo de Michelle Obama

Proxémica

Proxémica viene del latín *proximus* de *prope* ‘cerca’ y *ximus* ‘más’ en el sentido de ‘máximo’, es decir, el espacio que rodea nuestro cuerpo. El término ‘Proxémica’ viene del antropólogo Edward T. Hall, y lo define como la estructuración inconsciente por parte de los seres humanos del espacio micro, conocido como la distancia entre los interactuantes en las comunicaciones diarias, la organización del espacio en nuestras casa, o el diseño de las ciudades.

La Proxémica es la ciencia que estudia el conjunto de comportamientos no verbales que hacen referencia a la organización del espacio y se encarga de analizar el valor expresivo que el ser humano le confiere a dicho dominio. Además, la proxémica está relacionada con las culturas y la territorialidad, la forma de acomodar los espacios y de la percepción de los mismos. En pocas palabras, la proxémica estudia las maneras inconscientes que los seres humanos empleamos para estructurar, utilizar y percibir el espacio en el proceso de la vida diaria y la interacción con otros individuos.

Analizando los videos de Michelle Obama sobre su interacción con el público podemos observar que siempre está desde el escenario atrás del podio al dar discursos, esto tiene que ver con el hecho de poner una barrera entre el público y ella, con el objetivo de marcar la superioridad, la importancia y los límites. En el caso de que no sea en algún discurso, aun así siempre se le ve desde un escenario, casi nunca con gran cercanía hacia los espectadores.

Es recomendable cuidar mantener cierta distancia con el público especialmente a la hora de dar un discurso para poder captar la atención de los espectadores y como signo de poder, sin embargo, en otras circunstancias como cuando no es un evento político y se le ve en un evento social o de caridad es recomendable todo lo contrario, en este caso sería mejor ponerse al nivel de la gente para que la puedan ver como parte del grupo y que ellos sientan empatía.

Microexpresiones

Las micro expresiones son expresiones faciales realizadas de manera natural, sin ningún control en estas, su duración es menos de un segundo y teóricamente con el estudio de estas podríamos conocer el estado emocional del emisor.

Paul Ekman es un psicólogo estadounidense, co-descubridor de las micro expresiones. Es el autor e investigador más conocido de la comprensión de la conducta no verbal, que abarca las expresiones faciales y gestos. Según Ekman, las micro expresiones son algo universal, ya que son el resultado de ciertos genes que hacen que ciertos grupos musculares de la cara se contraigan a la vez siguiendo un patrón cada vez que aparece un estado emocional básico.

Las micro expresiones según el Dr., Ekman son expresiones que toman menos de un segundo y se producen cuando una persona consciente o inconscientemente oculta una verdadera opinión o sentimiento. “Se reconocen siete emociones que tienen señales universales: ira, miedo, tristeza, disgusto, desprecio, sorpresa y felicidad. Según el Dr. Ekman, cualquier persona por medio de un entrenamiento, puede aprender a detectar las microexpresiones, las cuales nos ayudarán a desarrollar ciertas habilidades como poder reconocerlas o modificarlas para nuestro favor si lo volvemos un acto consciente.

Vestido

La vestimenta crea "cultura" y sentimiento de muy diferentes maneras y en diferentes situaciones y ámbitos. "Las prendas de vestir están formadas por una serie de características (líneas, formas, tejidos, colores...) que en función de cómo sean, harán que quien los lleve transmita una determinada imagen u otra (seriedad, cercanía, seguridad, distanciamiento...). La vestimenta por tanto desprende códigos de información, habla por y sobre nosotros. La manera en que vistas da información acerca de tu personalidad, tus aspiraciones, tu estatus social, tus aficiones... Por ejemplo, no se ofrece la misma imagen con una chaqueta con hombros estructurados, que con otra con hombros redondeados. No se ofrece la misma imagen con una camisa con cuello de pico que con cuello barco o caja. No se ofrece la misma imagen con una camisa de rayas que con una de cuadros, etc.

Analizando la imagen de Michelle Obama podemos observar que su equipo y ella siempre eligen preferentemente vestidos antes que pantalones para mostrar aún más el lado femenino del personaje, siempre de corte muy básico y elegante., muchos escotes de cuello "V" o redondo, siempre cuidando no mostrar demasiado por el papel que tiene ella en la sociedad; también las faldas que utiliza son largas o máximo a la rodilla para guardar el protocolo.

Los colores que más se utilizan son tonos básicos como azul marino o rey, rojo, negro blanco, amarillo, verde, casi no usa tonos cafés o verde oscuro porque no combinan bien con su piel, la selección de tonos que viste siempre son alegres y brillantes para darle más luz a su piel y cara. Es de suma importancia tener cuidado con éste detalle ya que es la primera impresión que das a las personas; además, cada color expresa algo, y puede ayudar al personaje a estar en ventaja o desventaja gravemente.

Accesorios

Los accesorios son de los pocos elementos que reflejan mejor la personalidad de una mujer.

Desde el tamaño, cómo y cuándo los usa; la manera en que los combina. Su gusto personal, edad a qué se dedica, su personalidad, etc.

Para la mayoría de las mujeres, complementar su estilo de vestir con accesorios es básico al mismo tiempo que divertido.

Verse elegante es cuestión de saber equilibrar y coordinar correctamente no solamente los accesorios, sino también las prendas de vestir; además, de que esto ayuda a ahorrar dinero ya que puedes echar andar tu creatividad y crear varios estilos para cada ocasión.

“El adorno nunca es nada salvo un reflejo del yo.” – Coco Chanel

Michelle Obama en discursos políticos o en invitaciones a shows como los que analizamos utiliza solamente aretes discretos de perla o unas arracadas finas plateadas; collares casi nunca, y alguna pulsera o anillo de plata.

Solamente se le ve más cargada como con algún collar o gargantilla cuando va a algún evento social importante o con vestidos de noche. Esto para verse como una mujer sencilla y elegante sin intención de llamar la atención, solo para resaltar sus facciones y complementar su arreglo.

Maquillaje y peinado

En un ambiente profesional, es esencial que tu apariencia refleje frescura, pero también que eres capaz de cuidar de todos los detalles sin que parezca que te tome demasiado esfuerzo. Hacer un buen uso del maquillaje no es sólo sugerible sino también altamente recomendable. Proyectar una imagen profesional con presencia ejecutiva implica ofrecer una apariencia seria y cuidada pero también fresca y saludable, lo que, por ende, redundará en un despegue de tu autoestima y seguridad.

Cuanto más natural luzcas, mejor. El maquillaje de diario debe ser solo un potenciador de tus rasgos y facciones. No se trata de impactar a nadie, se trata de tener una piel uniformada y suave, sin nada de estridencias ni abusos. Una base de maquillaje lo más parecida a tu tono de piel natural. Puedes usar algo de colorete para ruborizar la zona de tus mejillas. Maquillar un poco tus ojos siempre te favorecerá y te ayudará a resaltarlos. Una línea de contorno de ojos marrón, gris, verde o incluso morada (para ojos marrones y verdes) y una sombra beige mate harán un buen trabajo.

En cuanto a lápiz de labios, evita colores muy brillantes aunque sean transparentes. Y, por supuesto, colores estridentes tales como fucsia, naranja o colores blanquecinos. Colores naturales como el nude, salmón, melocotón o rosas claros y mates serán perfectos.

El maquillaje que utiliza Michelle Obama siempre es muy natural, nunca utiliza un maquillaje como “smokey eye” o labios rojos, siempre su equipo de imagen opta por tonos muy naturales. Una base con buena cobertura para mostrar una piel muy brillante y sana, ojos con tonos dorados y un delineado sencillo para marcarlos mejor, rubor solo para contornear y darle una apariencia jovial-natural-saludable al rostro, labios rosados claro con un brillo muy suave.

El maquillaje tiene que ayudar únicamente a resaltar la belleza natural haciéndola ver saludable y brillante, igualmente el peinado tiene que ser un cabello cuidado, brillos, hidratado y con un estilo fresco, fashion, y jovial, sin que se vea muy producido.

El peinado solía ser al principio de su etapa como primera dama sin mucho diseño, simplemente con un corte “boom” y lacio peinado para atrás haciéndola ver más grande, con el paso del tiempo fueron dejando su equipo y ella el cabello más largo y brillante para darle una apariencia más juvenil y saludable, además de aclararlo un poco más para darle más luz a su rostro y peinandola con las puntas hacia afuera pero con caída natural para darle un look fresco y a la moda.

Voz

Tono

Nuestra voz en gran medida se conforma por las costumbres de la vida que hemos tenido, y revela quienes somos, nuestras inseguridades, miedos, ansiedades, alegrías, etc. Así como la voz es un elemento 100% natural que viene con nosotros desde muy pequeños, también es algo que podemos ir modificando y adaptando con la práctica para obtener el resultado que buscamos o queremos obtener.

Sin duda, el tono de voz es uno de los elementos con mayor influencia sobre la comunicación de cuantos existen. En el tono de una persona hay ciertos elementos que le dan sentido a la oración que está pronunciando, y pueden estos modificar 100% el mensaje. Algunos de ellos son: el timbre, la intensidad del sonido, la velocidad de la dicción, la claridad, la proyección, etc.

La voz es un patrón tan personal, que actualmente se emplea para verificar la identidad y dar acceso a muchos sistemas informáticos. También sirve como evidencia en un juicio. Su confiabilidad es tan grande, o más, que la de una huella dactilar.

Después de ver los videos de Michelle Obama podemos notar que recurre a hacer altas y bajas con su voz para llevar al espectador por cierto camino en el discurso que enfatice el núcleo del mismo, también podemos notar que en los temas de familia y temas emocionales enfatiza aún más la voz. Otra observación es que en ciertos momentos donde quiere llamar a la gente a movilizarse recurre a hacer su voz con un tono más fuerte y serio.

Pausas

“El silencio dice más que 1000 palabras”

Michelle Obama recurre a hacer muchas pausas en momentos emocionales para acentuar el significado del discurso. Las pausas las hace más a la mitad del discurso en su mayoría para dejar descansar al público y llamar su atención nuevamente. Al final de su discurso para tener un cierre impactante termina las últimas palabras con un ritmo acelerado y un tono más fuerte.

También algo que pudimos analizar es que si de lo que habla es algo más fuerte que emocional no realiza muchas pausas para proyectar su preocupación o darles seriedad al tema que se está tratando.

Expresiones

Proyecta en sus discursos mucha emoción al hablar de temas inspiradores, melancolía para tocar a su público y felicidad para transmitirla a su público y mostrar una buena imagen de ella misma. Además expresa mucha fuerza en su rostro para demostrar su personalidad y su papel como primera dama y como mujer. Utiliza mucho sus manos y su cara para expresar. Al principio de su periodo como primera dama no utilizaba demasiado su cuerpo para expresar, como manos, torso, etc; el discurso era mucho más plano. Al final de su discurso suele expresar aún más con su cuerpo. Si es un tema serio y de baja importancia no juega mucho con la expresión corporal. Un último comentario en este tema es que cuando se dirige a los jóvenes utiliza expresiones más tiernas y “maternales”.

Miradas

La mirada es uno de los elementos clave la comunicación no verbal, ya que por ejemplo nuestras pupilas se dilatan cuando algo nos gusta o atrae, y nuestro contacto visual en una conversación puede hablar mucho de nuestro estado de ánimo o respuesta, si nos aburre o nos desagrada ya sea el mensaje o el emisor es difícil evitar que sea obvia nuestra opinión.

En una conversación se suele mantener el contacto visual directo entre un 40 y un 60% del tiempo total. De manera inconsciente, nuestro cerebro intenta recuperar información, o piensa qué hay que decir, o cómo mentir... y eso se traduce en que nuestros ojos miren arriba, a los lados, abajo, derecha o izquierda.

La vista de las personas se dirige hacia un lado cuando mienten (procesos creativos) y hacia el lado contrario cuando recuerdan. No podemos evitarlo, y tanto la policía en los interrogatorios como muchas personas formadas de recursos humanos, controlan estas funciones para saber cuándo una persona es sincera o no. Esta predisposición de mirar hacia un lado u otro depende de si eres zurdo o diestro, ya que el predominio de los hemisferios cerebrales es diferente.

Hablando de Michelle Obama, en sus discursos siempre tiene la mirada fija hacia el público y las cámaras, casi siempre hacia enfrente pero suele voltear a ver a los lados para hacer contacto visual con el público que se encuentra ahí, esto para no perder la atención de los mismos. Además juega con la mirada endureciendo y abriendo los ojos en ciertos momentos para enfatizar y darle poder al discurso.

Posturas y sistema axial

Las posturas hablan mucho de lo que se quiere comunicar, de su mensaje oculto, de su intención, de su opinión a cierta situación, su estado de ánimo, etc. Hablando de la postura en el ámbito profesional expresa también acuerdo o desacuerdo por ejemplo en una negociación o al conocer a un nuevo compañero de trabajo.

La postura que el individuo adopte en cada proceso comunicativo es de suma importancia para el espectador. A través de los símbolos que desarrolle estará dotando a la imagen de un significado u otro.

La posición corporal y sus partes se definen por la disposición que tome el cuerpo del sujeto hacia otro individuo. En la interacción la relación entre ambos factores terminará por interpretar las diversas señales que forman parte del proceso kinésico.

A nivel laboral también nuestros bloqueos pueden coincidir cómo nos relacionamos con los demás, a pesar de que nuestra comunicación oral se distinta a la corporal, debe existir cierta coherencia.

SISTEMA AXIAL

a)Cabeza: Suele voltear mucho de lado a lado para mostrarle importancia a todo su público, cuando se le ve hablando en los reality shows acentuar al escuchar a Oprah o Ellen.

b)Manos: Manos señalando al público con mucha sutileza de movimientos, suele señalar mucho hacia el cielo expresando sabiduría, las utiliza también para puntualizar ciertos momentos del discurso, también se señala mucho a ella al ponerse de ejemplo

c)Torso: Su torso solo lo voltea rara vez, más al saludar y despedirse, al comienzo de su papel como primera dama en sus primeros discursos solía encontrarse más y fue cambiando esto con el paso del tiempo, ensayos y práctica.

d)Pies: No se alcanzan a ver atrás del potro, pero cuando habla en los reality shows suele cruzarlas y ponerlas de lado o juntas.

La norma

La norma son hábitos que cumple una persona continuamente en el momento de hacer algo. Todas las personas cuando hablamos tenemos algunos actos involuntarios o a propósito que hacemos continuamente y forma parte de lo que queremos expresar consiente o inconscientemente y de cómo lo transmitimos.

Michelle Obama como cualquier personaje importante y más en la política tiene un equipo de imagen y relaciones públicas que le ayuda a entrenar y naturalizar gestos, expresiones, normas y ademanes que le convienen para que junto con su mensaje tenga un mejor impacto a su público. Las normas que pudimos analizar que más utiliza fueron:

A) Señalar hacia el cielo y a si misma: Lo utiliza muy recurrente en sus discursos políticos o cualquier otro tema de seriedad, lo utiliza desde mi punto de vista para llamar la atención de su público y que no se distraigan, así como para hacer énfasis de que ella tiene la razón y sabiduría. Además en mi opinión la mano señalando hacia el cielo puede ser también para expresar que la verdad la tiene ella desde una conexión “divina”.

B)Subir el tono de su voz en ciertas partes del discurso: Desde mi perspectiva podría decir que eso lo hace con el objetivo de llamar la atención del público y mantener el interés, resaltando lo más relevante.

C)Hablar mucho de ella y su familia: Suele mencionar en repetidas ocasiones lo que ella ha realizado, como ha llegado hasta ahí, los logros que ha obtenido, su papel “ejemplar” y los valores que tiene ella. Así también como la relación con su familia, los valores que han inculcado a sus hijas, y también la labor de su esposo como presidente y su importante papel que tenía. Esto con el objetivo de subir su imagen y la de su familia como ejemplo para los demás.

Temas principales en los discursos de Michelle Obama

- A) Barack Obama como presidente, esposo, papá y persona.
- B) Sus hijas (familia)
- C) Valores (Confianza en uno mismo, compromiso con la sociedad, nunca darse por vencido, etc.)
- D) La importancia de la familia
- E) Su preferencia a Hilary Clinton contra su ex oponente Donald Trump
- F) Del personal que la rodea en la casa blanca
- G) Apoyo a la educación
- H) Apoyo a la mujer
- I) Sobre ella misma y su papel.

El ciclo de sus discursos suele comenzar con temas emotivos y de agradecimiento, en la mitad del discurso dice el verdadero mensaje que quiere compartir y en la salida un cierre fuerte y emocional.

Conclusión del manual

La Imagen Personal es parte de la vida diaria de los seres humanos, es tu mejor estrategia de comunicación y la que nos permite establecer vínculos y relaciones, así como el cumplimiento de nuestros objetivos personales y profesionales.

Sea a lo que sea a lo que te dediques, cuales sean tus gustos y tus intereses, tienes una imagen; te has puesto a pensar en ¿cómo te percibes a ti mismo?, ¿estás cumpliendo tus objetivos?, ¿qué estás proyectando actualmente o qué te gustaría proyectar?

Así como le damos importancia a nuestro trabajo, la salud, nuestros seres queridos, es muy importante ver por nosotros mismos y un buen manejo de la Imagen Personal te ayudará a fortalecer tu autoestima, sentirte bien y reflejarlo en todos los ámbitos de tu vida.

Conclusiones

Éste proyecto nació con el objetivo de realizar un manual de comunicación no verbal para mejorar la imagen pública de una mujer en el ámbito de la política. Durante el proyecto se siguieron una serie de pasos para llegar a dicho objetivo y encontrar las características que representan la clave del éxito para una persona en dicho sector.

Para esto se necesitaba encontrar una persona que representara dignamente un personaje ejemplar e importante en el mundo de la política y que fuera del sexo femenino, así que se optó por analizar a Michelle Obama.

La razón por la que se eligió enfocarse en el personaje de Michelle Obama se debe al papel que juega ella en la sociedad, ya que se ha ganado con el paso del tiempo un cariño, respeto y admiración por parte de los estadounidenses y también ha ganado mucho valor a nivel mundial.

Esto se debe en gran parte a las estrategias de comunicación no verbal que utiliza, todo esto viene de un equipo de imagen, comunicación y relaciones públicas que asesoran el comportamiento, las normas y la imagen de Michelle con el objetivo de generar cierto mensaje, todo esto no es más que simples cambios que ayudan a que dicho personaje tenga un mejor impacto en sus discursos, haciendo que Michelle tenga el lugar que tiene hoy en día.

Para este manual se analizó a Michelle Obama por la razón que ya se comentó, que es la excelente opinión y cariño que se ha ganado por su manera de hacer las cosas diferente, dando una imagen de personaje público con más cercanía a la gente en comparación de muchas otras figura públicas, y más en el mundo de la política.

Este manual es la recopilación de todo un proceso de investigación y análisis que comenzó primero con la definición de que es comunicación no verbal y su importancia de estudio ya que representa según expertos entre el 70% y 90% (dependiendo del autor) de la comunicación general, es por esto que es básico su estudio.

Además de esto se definió cada una de las partes que involucran el mismo como la proxémia que es la distancia de los cuerpos lo cual no es casualidad, siempre hay una razón más allá

dependiendo del objetivo. Las micro-expresiones que se refiere al análisis de los movimientos faciales que transcurren en una fracción de segundos y que en su mayoría no se pueden ver a simple vista porque son movimientos involuntarios que vienen desde el ser y dejan a la luz la verdad de las intenciones u opiniones de la persona analizada, sin embargo en ésta investigación no se analizaron las micro- expresiones ya que eso solamente puede realizarlo un experto con años de estudio y práctica por la razón de que existen cientos de ellas.

Otra parte muy importante analizada fue el tono de voz que juega con las palabras para dar énfasis y marcar la importancia, así como las miradas y postura que se pueden usar para empedrar la imagen de la persona y dejar claro quien es la/el que manda.

Un detalle que parece irrelevante pero es de lo más fuerte de la comunicación no verbal es el vestido, maquillaje y peinado, es decir, la imagen en general. Es de suma importancia tener cuidado con éste detalle ya que es la primera impresión que das a las personas; cada color expresa algo, y puede ayudar al personaje a estar en ventaja o desventaja gravemente, además de cuidar el corte de la ropa para estar en el balance de verse como una mujer a la moda pero formal.

También el maquillaje tiene que ayudar únicamente a resaltar la belleza natural haciéndola ver saludable y brillante, igualmente el peinado tiene que ser un cabello cuidado, con brillo, hidratado y con un estilo fresco, fashion, y jovial, sin que se vea muy producido.

Otra parte esencial es la postura y la forma de caminar, que tiene que ser una posición erguida pero nada forzada, completamente natural con elegancia, glamour y altura.

Después se realizó una breve investigación sobre Michelle Obama para conocer mejor quien es este personaje y de dónde viene; investigamos su pasado familiar en la ciudad de Chicago, Estados Unidos. Así como también sus estudios en Princeton y Harvard que la llevaron a ser una destacada abogada y a conseguir su trabajo en la importante firma de abogados “Sidney Austin” en Chicago donde conoció a su esposo y expresidente de EUA Barack Obama.

El papel que jugó Michelle Obama como esposa de Barack Obama que lo llevó a ganar la candidatura en el año 2009 fue muy importante, el mismo Barack Obama ha comentado abiertamente frente a los medios que él no hubiera llegado hasta donde ha llegado sin ella. Sin

duda su simpatía, solidaridad y entusiasmo de ella elevaron la buena imagen y la simpatía con el expresidente.

Además, Michelle Obama es bien conocida antes de su carrera como primera dama por su apoyo a organizaciones sin fines de lucro que apoyaban a los más desprotegidos, a las mujeres y a la educación.

La revista Forbes la ubica en el top 10 de su famosa lista de las mujeres más poderosas del mundo y todo gracias a que transformó el papel de la primera dama en uno menos formal, más accesible y relevante, siendo esta la razón de su gran éxito y la causa del gran cariño y admiración que se le ha creado a través de los años, y todo esto se debe en gran parte como ya se comentó antes en la estratégica campaña de comunicación e imagen que se ha manejado casi a la perfección para transmitir dicha imagen y apoyar su discurso, que sin esto sería bastante más irrelevante.

Como respuesta a las preguntas de investigación, la comunicación no verbal es gran parte del éxito de cualquier persona, y con mayor razón si se trata de un personaje público en la política, ya que si bien quiere dar una imagen de seriedad para cuidar su posición, también tiene que verse accesible y moderna, sobre todo para atraer al público más joven.

Los aspectos de la comunicación no verbal que se tiene que trabajar son todos los ya analizados, desde el tono de voz, las pausas, las expresiones, el sistema axial que son los movimientos de cabeza, manos, torso y pies, la vestimenta, la joyería, maquillaje, peinado, postura, etc.

Hablando de éste último punto se pudo analizar que la postura de Michelle Obama fue cambiando con el paso del tiempo y de práctica, al principio podíamos verla con una postura un poco rígida que no favorecía a darle presencia y naturalidad, esto se fue transformando con el tiempo a una postura más recta, segura y natural donde se puede ver su cuerpo estilizado ya sea sentada o de pie favoreciendo sus facciones y alargando su torso y cuello, haciéndola ver más elegante y segura.

Los tonos que más le favorecen a ella y su color de piel son más los colores primarios y alegres como azul rey, blanco, negro, rojo, verde vivo, morado, etc. Casi nunca se le ve con algo muy

pálido como un rosa palo o un color pastel porque no la harían ver como una mujer fuerte y poderosa, así que los colores alegres y vivos ayudan a marcar una diferencia con los demás, además de resaltar su color de piel, los cortes son cortes modernos pero recatados para alargar su figura y estilizarla.

El tono y timbre que se debe utilizar debe ser algo amable pero firme, sumamente claro, con buena gesticulación, respetando las pausas y los signos de puntuación; además de ir jugando a través del discurso con el tono de la voz para generar énfasis y donde sea necesario resaltar el mensaje.

En conclusión la comunicación no verbal es un tema de suma importancia y la comunicación más grande que existe y no siempre se cuida.

Cuidar de nuestra comunicación no verbal estudiando cómo mejorarla y analizando lo que queremos proyectar para aplicarlo en nuestra imagen y comportamiento puede traer grandes cambios en la percepción que tiene la sociedad de nosotros.

Es básico que todas las personas cuidemos nuestra comunicación no verbal., esto puede traer extraordinarias consecuencias en la profesión o papel que sea que represente la persona así como en su vida personal.

Sin embargo esto se debe cuidar aún más si el personaje es una figura pública ya sea masculina o femenina porque en todo momento se le estará analizando consiente e inconscientemente cualquier detalle de su persona, aún más un personaje que represente una figura pública en algún tema serio como la política debe de cuidar aún más estos aspectos, porque un personaje en el mundo del espectáculo o un artista se le podría “perdonar” algún error de imagen o puede que no importe mucho su comunicación no verbal porque lo que quiere ver su público es a ellos mismo como sea que son, sin embargo, si es el caso de una figura pública en el mundo de la política como nuestro objeto de estudio, siempre se esperará lo mejor de éste personaje, ya que se espera que sea un ejemplo para la sociedad, y un error podría ser letal para la reputación de este mismo.

Desde el momento en el que ves a una persona ya lo estás analizando y generando una opinión de él/ella. Si se tuviera que enumerar el orden de importancia según la percepción este sería el

orden, **el vestuario** (colores que utiliza, corte de la ropa cuidando nunca enseñar de más porque podría distraer o dar una mala imagen, la calidad de la tela que sea buena y jamás algo descuidado o arrugado porque le restaría seriedad, esto debe cuidarse hasta si se está en ropa deportiva), **el cabello** (siempre debe verse arreglado, natural, brillante, a la moda y fresco), **el maquillaje** en el caso de ser mujer siempre cuidado dar una apariencia saludable, fresca, y glamurosa, cuidando sobre todo lo natural, usando sobre todo el maquillaje para resaltar las facciones y darle un poco de color y brillo al rostro.

Después de esto que es la primera percepción que se tiene de la persona, viene ya **la postura, la forma de caminar y los movimientos de las extremidades** que siempre debe ser erguida y elegante pero sin caer en lo falso y acartonado, cuidando la sutileza de cada movimiento. En el caso de los movimientos de los brazos y manos estos son una gran herramienta para la comunicación a la hora de reforzar un mensaje juntando los movimientos con el discurso para acentuar ciertas partes cuidando siempre de no abusar para que no representen una distracción.

Después de ahí vendría **el tono de voz y las pausas** en un discurso, que como ya se comentó deben ser objetivas, elegantes y de poder, siempre cuidando la naturalidad.

En conclusión, la comunicación no verbal es una muy poderosa fuente de información y por lo mismo representa la razón principal del éxito o fracaso de algún mensaje., esto lo pudimos observar a lo largo del desarrollo de la carrera profesional de Michelle Obama al analizar como fue mejorando su comunicación no verbal e imagen personal y de la mano fue mejorando el impacto de sus discursos. Con esto, se **CONFIRMA EL SUPUESTO** de este proyecto remarcando que **EL ÉXITO PRINCIPAL DE MICHELLE OBAMA** hablando de su carrera política se basa en la fuerza de sus discursos gracias a su excelente manejo de **COMUNICACIÓN NO VERBAL E IMAGEN PERSONAL** que ha ido puliendo a lo largo de su carrera profesional con su equipo de trabajo.

En el siguiente apartado les comparto el **“MANUAL DE COMUNICACIÓN NO VERBAL PARA LA MUJER EN LA POLÍTICA” (Utilizando como análisis la figura pública de Michelle Obama)** que se realizó con el objetivo de concretar de una manera más entendible y simple algunos conceptos y consejos para mujeres principalmente (pero también sirve para hombres) que se desarrollen en el mundo de la política, o que representen una figura pública para la sociedad

Bibliografía

20minutos(2017). Si las miradas mataran: las caras de Michelle Obama con Donald y Melania Trump. Recuperado de <https://blogs.20minutos.es/comunicacion-no-verbal-lo-que-no-nos-cuentan/tag/lenguaje-corporal-de-michelle-obama/>

Álvarez, M. (2016) Lo que dice tu mirada: comunicación no verbal. Recuperado de <https://abcblogs.abc.es/protocolo-etiqueta/2016/02/09/lo-que-dice-tu-mirada-comunicacion-no-verbal>

Anónimo (2015). Let's Move!. Recuperado de https://en.wikipedia.org/wiki/Let%27s_Move!

Anónimo (2018). Michelle Obama. Recuperado de https://es.wikipedia.org/wiki/Michelle_Obama

Anónimo (2018). Michelle Obama. Recuperado de https://es.wikipedia.org/wiki/Michelle_Obama actividades de los voluntarios en el campus y la comunidad aumentaron considerablemente.

Anónimo (2018). Michelle Obama. Recuperado de https://es.wikipedia.org/wiki/Michelle_Obama

Barquero José Daniel, Comunicación estratégica: relaciones públicas y publicidad, McGraw Hill, México, 2005.

Biografías y vidas (2015). Oprah Winfrey. Recuperado de <https://www.biografiasyvidas.com/biografia/w/winfrey.htm>

Chomsky, Noam. 1990. Estructuras Sintácticas. México. Siglo Veintiuno Editores, S.A. de CV. 10ª edición en Español.

Collado Ais, Ángel.(2000) La evaluación de la calidad en interpretación simultánea. La importancia de la comunicación no verbal. Comares, Granada, 1998. Pág. 3-4

Dávila, M. (2008) El cuerpo: lenguaje silencioso acerca de la comunicación no verbal. (Tesis

de grado,Universidad Nacional Autónoma de México) Recuperado http://oreon.dgbiblio.unam.mx/F/5A77UVVXJSY2IB7P7A2NVR7V6EGC3Q5H4LVXH2PUEAVCRA99TB-18644?func=full-set-set&set_number=009259&set_entry=000021&format=999

De Man, Paul. 1983. *The Resistance to Theory. Essays in the Rethoric of Contemporary Criticism*. 2nd.ed., revised. Minneapolis. University of Minnesora Press.

Domínguez Lázaro, M. A. de los Reyes. (2018). *La importancia de la comunicación no verbal en el desarrollo de las sociedades*. Recuperado desde http://www.razonypalabra.org.mx/N/N70/REYES_REVISADO.pdf

Domínguez Lázaro, M. A. de los Reyes. (2018). *La importancia de la comunicación no verbal en el desarrollo cultural de las sociedades*. Recuperado de http://www.razonypalabra.org.mx/N/N70/REYES_REVISADO.pdf

Eco, Umberto. 2000. *Tratado de Semiótica General. Introducción; Hacia una Lógica de la cultura*. Barcelona. Lumen, quinta edición.

Ellen and Michelle Obama Break It Down

First Lady Michelle Obama Speaks on The Power of Education (Archivo de video). Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=AY6h804boFs>

Fucsia (2019). *Michelle Obama, una dama de primera*. Recuperado de <https://www.fucsia.co/edicion-impres/otras-notas/articulo/michelle-obama-una-dama-primera/38841>

García Gutierrez, S. (2005) *Análisis de la comunicación no verbal*. (Tesis de grado,Universidad Nacional Autónoma de México) Recuperado http://oreon.dgbiblio.unam.mx/F/5A77UVVXJSY2IB7P7A2NVR7V6EGC3Q5H4LVXH2PUEAVCRA99TB-18656?func=full-set-set&set_number=009259&set_entry=000025&format=999

García Gutiérrez, S. (2005) Análisis de la comunicación no verbal. (Tesis de grado, Universidad Nacional Autónoma de México) Recuperado http://oreon.dgbiblio.unam.mx/F/5A77UVVXJSY2IB7P7A2NVR7V6EGC3Q5H4LVXH2PUEAVCRA99TB-18656?func=full-set-set&set_number=009259&set_entry=000025&format=999

Gordoa Gil Víctor, El Poder de la Imagen Pública, Grijalbo, México, 1999.

Gordoa Gil Víctor, Imagen vendedora, Grijalbo, México, 2007.

Guiraud Pierre, El lenguaje del cuerpo, Fondo de la cultura económica, México, 1993.

Heller, Eva, Psicología del color, Gustavo Gili, México, 2004.

Hozven. 1979. El Estructuralismo Literario Francés. Santiago de Chile. Editorial del Dpto de Estudios Humanísticos. Facultad de Cs. Físicas y Matemáticas.

Jakbson, Roman. 1998. El Marco del Lenguaje. Ojeada al Desarrollo de la Semiología. México. Fondo de Cultura Económica.

Jofré, Manuel. 1990. Teoría Literaria y Semiótica: 4. Todos los Barthes en Barthes. Santiago de Chile. Editorial Universitaria.

López García E. (2013) La vestimenta: Poderosa herramienta de comunicación personal. Recuperado de <https://www.emagister.com/blog/la-vestimenta-poderosa-herramienta-de-comunicacion-personal/>

Michelle Obama's Big Moment (Archivo de video). Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=cHZirxxmSIc>

Rea Jimenez, R. (1995). La comunicación verbal y no verbal en la creacion de la imagen personal.(Tesis de grado, Universidad Nacional Autónoma de México) Recuperado desde <http://oreon.dgbiblio.unam.mx/F/5A77UVVXJSY2IB7P7A2NVR7V6EGC3Q5H4LVXH2PUEAVCRA99TB-03879?func=full-set->

set&set_number=009259&set_entry=000045&format=999.

Rius Mercè. 1985. T.W.Adorno, del Sufrimiento a la Verdad. Barcelona. Editorial LAIA

Ruiz de Gauna C. (2016). Donald Trump será el nuevo presidente de Estados Unidos. Recuperado de <https://www.expansion.com/economia/politica/elecciones-estados-unidos/2016/11/09/58226d9ee2704ea5678b460e.html>

Salud y psicología. Paul Ekman y las micro expresiones. Recuperado de <http://www.saludpsicologia.com/posts/view/940/name:Paul-Ekman-y-las-microexpresiones>

Sánchez E. (2017) ¿Qué comunica nuestro tono de voz? Recuperado de <https://lamenteesmaravillosa.com/comunica-tono-voz/>

Sánchez Vanessa (2017). Matrimonio Obama, el liderazgo es cosa de dos. Recuperado <http://vanessasanchezcoaching.com/matrimonio-obama-el-liderazgo-es-cosa-de-dos>

Sánchez Vanessa (2017). Matrimonio Obama, el liderazgo es cosa de dos. Recuperado de <http://vanessasanchezcoaching.com/matrimonio-obama-el-liderazgo-es-cosa-de-dos>

Sandoval Muñoz, L.P. (2004) La comunicación no verbal en el discurso político, Vicente Fox y su campaña presidencial.(Tesis de grado, Universidad Nacional Autónoma de México) Recuperado

de http://oreon.dgbiblio.unam.mx/F/5A77UVVXJSY2IB7P7A2NVR7V6EGC3Q5H4LVXH2PUEAVCRA99TB-10074?func=full-set-set&set_number=009259&set_entry=000032&format=999

Santiago, Paloma. De la expresión corporal a la comunicación interpersonal, Narcea, Madrid, 1985. p. Pag.13

Sebeok Thomas. 1996. Signos: Una Introducción a La Semiótica. 1. El estudio de los Signos. Barcelona. Paidós

Sensacine México (2013). Ellen Degeneres. Recuperado de <https://www.sensacine.com.mx/actores/actor-4065/biografia/>

Slevin Peter (2016). Why Michelle Obama's 2008 convention speech was a major turning point for her. Recuperado de https://www.washingtonpost.com/opinions/why-michelle-obamas-2008-convention-speech-was-a-major-turning-point-for-her/2016/07/20/77debd26-4e85-11e6-aa14-e0c1087f7583_story.html

Tchen Tina (2013). The First Lady on the Power of education. Recuperado de <https://obamawhitehouse.archives.gov/blog/2013/11/12/first-lady-power-education-12>

There's a lot that's been done by and for women and girls, but there's still plenty to do. Convened by the White House, the United State of Women Summit will rally all of us together to celebrate what we've achieved, and how we're going (Archivo de video). Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?reload=9&v=LCmwkjSzc2g>

Tory Bruch Foundation (2016). Watch: First Lady Michelle Obama and Oprah Winfrey. Recuperado de <http://www.toryburchfoundation.org/resources/inspiration/first-lady-michelle-obama-oprah/>

Triglia, A.(2015) Paul Ekman y el estudio de las micro expresiones. Recuperado de <https://psicologiaymente.com/psicologia/paul-ekman-estudio-microexpresiones>

Watch first lady Michelle Obama's full speech at the 2016 Democratic National Convention (Archivo de video). Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=4ZNWYqDU948&t=205s>

Anexo

Aquí se anexa la estructura de cuadro utilizado para analizar los 5 videos y al lado la razón.

VIDEO # Número de Video:

Nombre del video: El nombre con el que aparece en internet el video analizado para poder detectarlo fácilmente en internet.

Referencia del video: Referencia del video citado en APA para que los lectores puedan encontrarlo con facilidad.

Fecha del evento: Cuando se llevó acabo dicho discurso o suceso para darle un contexto del momento histórico acontecido en la carrera de Michelle Obama y ver su evolución a través de los años.

Lugar dónde fue el evento: Especificar el lugar donde se llevó acabo el evento, suceso o conferencia para darle más contexto y poder conocer en qué tipo de situaciones interviene más Michelle Obama.

Contexto en el que se desarrolló: Es importante conocer en que contexto se desarrolló el suceso para así entender mejor la razón de las palabras de dicho personaje y descifrar el objetivo.

Vestido: El vestuario es uno de las principales cosas que comunican en una persona, con esto podemos descifrar mucho de su estilo y su personalidad. Además, el vestuario se puede utilizar para comunicar ciertos mensajes y usarlo a favor en cada contexto.

Maquillaje y Peinado: El maquillaje y peinado también son de las principales cosas que se tienen que cuidar, aquí podemos darnos cuenta de su personalidad y formalidad. Un maquillaje o peinado recargado, o no cuidado puede significar gran desventaja para la figura de dicho personaje, en cambio un maquillaje y peinado que beneficien sus facciones y demuestren naturalidad y elegancia pueden ser una gran arma a favor.

Joyería: En la joyería también se encuentra la personalidad del personaje, podemos darnos cuenta de su elegancia y discreción o al contrario de su extravagancia. También no usar nada de joyería puede verse como una falta al arreglo personal.

La norma: La norma es algo que repite inconscientemente dicho personaje, y refleja su verdadera intención.

IMAGEN DEL VIDEO

(Esto para que el lector pueda darse una pequeña idea de que se está hablando)

Minuto	Tema principal	Pausas	Proxémia con el público	Tono de voz	Expresiones	Miradas	(Sistema Axial)
0-5'	Conocer cuáles son los temas más recurrentes en el discurso según el momento del mismo.	El silencio también habla, y aquí se analizó en que momentos se llevaron a cabo.	La distancia entre dos cuerpos tiene una razón de ser, puede marcar solidaridad o superioridad.	El tono de voz nos refleja la intención o el énfasis del discurso.	Las expresiones son cualquier reacción en el discurso, así se conoce más la intención.	Donde se dirige la mirada es a quien le está hablando, así se pudo dar a conocer el verdadero receptor esperado del discurso.	Cabeza Manos Pies Torso Esto refleja mucho del objetivo del discurso.
5'-10	Igual cada 5 minutos						

“Elaboración propia a partir de Roland Barthes”

Manual de comunicación no verbal para la mujer en la política (documento independiente)