

Autora: María Constanza García García

Título: Patrones de comunicación no verbal y liderazgo: Estudio comparativo de casos en el sector tecnológico

Title: *Patterns of non-verbal communication and leadership: A comparative case study in the technology sector*

Director: Francisco Cabezuelo Lorenzo

Lugar y fecha de lectura: Universidad Complutense de Madrid, 11 de julio de 2023

Tribunal:

Presidenta: Dra. Mónica Viñarás Abad (Universidad Complutense de Madrid)

Vocal: Dr. Eduardo Antonio Villena Alarcón (Universidad de Málaga)

Vocal: Dra. Aránzazu Román San Miguel (Universidad de Sevilla)

Vocal: Dr. Carlos Fanjul Peyró (Universitat Jaume I de Castellón)

Secretario: Dr. Jorge Miranda Galbe (Universidad Complutense de Madrid)

Calificación: Sobresaliente *Cum Laude*

Resumen: En el ámbito de las entrevistas periodísticas, se establece una línea de comunicación directa entre el entrevistado y el periodista. Este intercambio proporciona a los entrevistados la ocasión de proyectar su imagen en los medios de comunicación, mientras que los periodistas pueden difundir información relevante y confiable a la opinión pública. Este estudio destaca la importancia de detectar el patrón comunicativo no verbal inherente al entrevistado. Para ello, se observa a cuatro de los líderes del sector tecnológico con gran repercusión mediática a nivel mundial: Jeff Bezos de Amazon, Sundar Pichai de Google, Tim Cook de Apple y Mark Zuckerberg de Facebook. La metodología seguida en este estudio se basa en el análisis sistemático de la conducta no verbal de dichos líderes en medios audiovisuales seleccionados entre los años 2016 y 2021. Se tienen en cuenta los canales expresivos propios de esta clase de comunicación, tales como la expresión facial, repertorio gestual, postura, mirada, proxémica, háptica y apariencia. Los resultados de la investigación muestran que es factible identificar el patrón no verbal individual del líder y cómo se relaciona directamente con su identidad personal más que con un patrón estereotipado de comportamiento. Se concluye que el nivel de presencia del patrón individual se ubica en torno al 70% - 80%, lo que resulta útil para analizar cualquier desviación por debajo de ese porcentaje. Se ha constatado que cuando el porcentaje es aún inferior, los líderes tienden a adoptar una actitud más natural y emotiva, lo que puede tener un impacto positivo en su desempeño, particularmente si cuentan con el estímulo del público. Además, se lleva a cabo una comparación entre los cuatro líderes, donde se pone de manifiesto que la autenticidad del líder no sigue un único patrón no verbal, aprendido y reproducido, fijándose en un 50% el patrón no verbal común compartido. Este estudio se presenta como una herramienta valiosa para los periodistas interesados en analizar la conducta no verbal de los líderes con el fin de preparar entrevistas, conducirlas adecuadamente y destacar posteriormente información de interés periodístico.

Palabras clave: Comunicación social; comunicación no verbal; liderazgo, entrevista; emoción; personalidad; patrón basal.

Abstract: *In the field of journalistic interviews, direct communication is established between the interviewee and the journalist. This exchange provides interviewees with the opportunity to carry out a media projection of their image while journalists can disseminate relevant and reliable information to the public. This study highlights the importance of detecting the inherent nonverbal*

communication pattern of the interviewee. To do this, four leaders in the technology sector with great international media impact are observed: Jeff Bezos from Amazon, Sundar Pichai from Google, Tim Cook from Apple, and Mark Zuckerberg from Facebook. The methodology followed in this study is based on the systematic analysis of the nonverbal behavior of these leaders in selected audiovisual media from 2016 to 2021. The expressive channels specific to this type of communication, such as facial expression, gestural repertoire, posture, gaze, proxemics, haptics, and appearance, are taken into account. The research results show that it is feasible to identify the individual's nonverbal pattern and how it is directly related to their personal identity rather than a stereotyped pattern of behavior. It is concluded that the level of presence of the individual pattern is around 70% - 80%, which is useful in analyzing any deviation below that percentage. It has been found that when the percentage is even lower, leaders tend to adopt a more natural and emotional attitude, which can have a positive impact on their performance, particularly if they have the encouragement of the public. In addition, a comparison is made between the four leaders, where it is evident that the leader's authenticity does not follow a single learned and reproduced nonverbal pattern, with a shared nonverbal pattern being fixed at 50%. This study is presented as a valuable tool for journalists interested in analyzing the nonverbal behavior of leaders in order to prepare interviews, conduct them properly, and subsequently highlight information of journalistic interest.

Keywords: Social communication; nonverbal communication; leadership; interview; emotion; personality; basal pattern.

URL de consulta: <https://docta.ucm.es/home>