

tf g

memoria

comunicación
audiovisual



TÍTULO: _____

ESTUDIANTE: _____

DIRECTOR/A: _____

CODIRECTOR/A: _____

PALABRAS CLAVE: _____

RESUMEN: _____





ÍNDICE.

1. INTRODUCCIÓN.....	5-7
2. OBJETIVOS.....	7-8
3. MARCO TEÓRICO.....	8-14
3.1. Los medios y el Infoentretenimiento.....	8-8
3.1.1. El origen del fenómeno.....	8-9
3.1.2. El Infoshow: género estrella del Infoentretenimiento.....	9-12
3.1.3. La figura del presentador.....	12-13
3.2. Una aproximación a la comunicación verbal y no verbal.....	13-14
3.2.1. Comunicación verbal.....	14-14
3.2.2. Comunicación no verbal.....	14-20
4. METODOLOGÍA.....	20-23
4.1. Fuentes de información y selección.....	20-20
4.2. Tipo de investigación: el análisis de contenido.....	20-21
4.3. Población y Muestra.....	21-22
4.4. Recopilación de datos.....	22-23
4.5. Técnicas de análisis e interpretación de datos.....	23-25
5. RESULTADOS.....	25-40
6. DISCUSIÓN.....	40-44
7. CONCLUSIONES.....	44-46
8. BIBLIOGRAFÍA.....	46-51
9. ANEXOS.....	51-56

1. INTRODUCCIÓN.

El presente Trabajo de Fin de Grado (TFG) pretende realizar un estudio sobre la comunicación verbal y no verbal de la figura de los presentadores de *La Sexta Noche* y *Un Tiempo Nuevo*, Iñaki López y Sandra Barneda, respectivamente, en el formato televisivo conocido como *infoshow*, o como también suelen denominarlos, programas de actualidad. Trataremos de entender con una mayor profundidad, a través de diferentes técnicas de investigación, acerca de estos nuevos programas que surgen de la hibridación de géneros y formatos.

Podemos considerar este proyecto como un trabajo monográfico, un proceso de investigación, que pretende llamar la atención sobre el fenómeno del infoentretenimiento, señalado, por algunos autores, como la «mega tendencia» más acusada del periodismo actual (como se cita en Prado, 2003) en la que los contenidos buscan resultar más entretenidos, lo que lleva a dedicar menos espacio a los temas más tradicionales (Berrocal, Redondo, y Campos, 2012). Y sobre el papel del presentador dentro del infoshow, definido como un formato que “subsume en sus fórmulas elementos de los géneros informativos, de los de ficción y de los de entretenimiento. Representa una nueva forma de presencia de la información que se espectaculariza en sus formas y da cabida como protagonistas de las historias narradas a gente común, convirtiendo la televisión en el reino de «los cualquiera »” (Prado, 1999).

Para ello, se fundamentará en el análisis de bibliografía actual encontrada y referente al tema tratado, tales como artículos, libros e investigaciones que demuestran esta clara predisposición de las televisiones por apostar por estos formatos híbridos, lo cual asentarán teóricamente dicho estudio.

Se busca extraer conclusiones, en torno a este contexto, con respecto a la comunicación verbal y no verbal enmarcada en la figura del presentador de infoshows, y su connotación, que permite ejercer influencia positiva o negativa frente a la interacción subyacente en el mensaje.

Se plantean la hipótesis de que los programas seleccionados han evolucionado desde un formato de debate tradicional hasta un formato de infoshow, que busca primordialmente la generación de espectáculo. Como segundo supuesto, que el comportamiento de los

presentadores influye en su forma de mediar el programa. Y que, en base a las hipótesis anteriores, los presentadores mantienen una postura de excitador/a, partidaria de la creación del conflicto.

A raíz de la demostración de estas teorías planteadas, o más bien de la constatación de estos resultados mediante el análisis de la comunicación y la creación de una ficha para tal propósito, se ansía conocer aún más sobre este fenómeno, que cada día, inunda la programación televisiva. Y en definitiva, conocer los desafíos a los que se enfrentarán el periodismo y la comunicación audiovisual.



2. OBJETIVOS.

Como ya hemos expresado, el objetivo principal que se ha planteado en esta propuesta es analizar la comunicación verbal y no verbal de la figura de los presentadores de *La Sexta Noche* y *Un Tiempo Nuevo*, Iñaki López y Sandra Barneda, en el infoshow. Con este estudio se pretende conocer más acerca de estos nuevos programas que surgen de la hibridación de géneros y formatos. Verificar si los programas seleccionados se encuentran dentro de la tendencia del *infoentretenimiento*, y por tanto, espectacularizan la información. Investigar cómo y en qué medida influye el comportamiento, tanto a nivel verbal como no verbal, de éstos en su forma de mediar el programa. Comparar los estilos de ambos presentadores dentro de su rol de mediadores. Así como, resolver el interrogante sobre si estos presentadores poseen una postura de mediadores o de excitadores del conflicto.

Así mismo, en el presente trabajo se plantean una serie de hipótesis de partida las cuales se van a contrastar empíricamente:

- Los programas seleccionados encajan dentro de la categoría de Infoentretenimiento, tendencia que busca primordialmente la generación de espectáculo.
- El comportamiento y/o comunicación de los presentadores influyen en su forma de mediar el programa.
- En base a las hipótesis anteriores, los presentadores mantienen una postura de excitador/a, partidaria de la creación del conflicto.

3. MARCO TEÓRICO.

3.1. Los medios y el Infoentretenimiento.

3.1.1. El origen del fenómeno.

Los medios de comunicación, entendidos como “conjunto de medios materiales y humanos que sirven para la distribución de noticias y de información” (Elosua y Plágaro, 2001), constituyen una de las piezas clave en la sociedad humana, en su función de producir y difundir conocimiento, además de ser considerados como canales para la comunicación entre los individuos que operan en la esfera pública” (McQuail 1983).

Su estrecha vinculación con la tecnología y las continuas necesidades de financiación, son dos de los factores que tendrán sus consecuencias en el desarrollo y la evolución de los géneros y formatos.

El servicio que busca el espectador es la obtención de información, un elemento que se encuentra dentro del propio proceso comunicativo. No obstante, el tratamiento de esa información está orientado a conseguir el entretenimiento del espectador a través de la creación de un espectáculo, especialmente en el caso de la televisión (Cebrián Herreros 1998), el medio en el que se sitúan los programas analizados en los siguientes epígrafes.

Este fenómeno, conocido como *infotainment* o *Infoentretenimiento* aglutina dos conceptos: *information* (información) y *entertainment* (entretenimiento) y pone de manifiesto la predisposición de los medios de comunicación de eliminar los límites entre las aspiraciones tradicionales y las alternativas más recientes. Entre información y ficción, “donde no importa que el público pueda distinguir entre noticias «verdaderas » e «invenciones ficticias » agrega el semiólogo Umberto Eco.

Comienza su andadura en la década de los 90, cuando la televisión empieza a experimentar cambios impulsados por la aparición de la competencia televisiva. La llegada de nuevas cadenas supuso el final del monopolio televisivo por parte del Estado, y con ello, la mercantilización de la información. Además, la urgente necesidad de reinventar los géneros y los formatos periodísticos para atraer a la audiencia que surge a raíz de la expansión mediática, hizo replantear a los medios, los objetivos más tradicionales: informar, formar y entretener. La competencia y el ansia de liderazgo

difuminan las fronteras entre los formatos televisivos, y a su vez; entre el periodismo y el sensacionalismo (García Avilés, 2007).

“Desde que los informativos televisivos se han comercializado, la necesidad de hacer entretenimiento se ha vuelto una prioridad crucial para los programadores de televisión y se han visto forzados a adaptar las características de los formatos de entretenimiento y los modos de la conversación que privilegian un estilo comunicativo informal, con énfasis en la personalización, el estilo, las herramientas del *storytelling* y del espectáculo” (Thusu, 2007). El motivo de su aparición en la búsqueda del beneficio económico y la competición por la audiencia, junto con la liberalización y desregulación de los medios, de forma que las empresas de comunicación actúan con libertad en aras a obtener la máxima rentabilidad” (Lozano, 2004).

En palabras de Thomas (1990) “el *infoentretenimiento* alude a la tendencia de los medios a presentar la información como espectáculo, cuya función principal es la de servir de gancho para captar y mantener la audiencia”. Utilizan la información, tanto visual como narrativa, para despertar cualquier tipo de emociones en la audiencia (Rodrigo Uribe, 2007). Los medios se decantan cada vez más por la espectacularización de la información (Cebrián Herreros, 2003) o la llamada «espectacularización de la realidad» (Prado 2003); y lo hacen mediante la elaboración de piezas informativas que muestran el lado más humano de la información para poder enganchar al espectador (Brants, 2003).

3.1.2. El Infoshow: género estrella del Infoentretenimiento.

Con la evolución de los géneros surgen nuevos formatos híbridos, entre contenidos propiamente informativos, basados en el rigor y la seriedad, y los contenidos y la estética propia del entretenimiento.

Dentro de esta categoría se encuentran los programas protagonistas de este estudio. Los investigadores alemanes Früh y Wirth, cuyas investigaciones se centraron en el tratamiento de la imagen, y destacaron los movimientos de cámara y el ritmo rápido del montaje en este tipo de piezas, han recalcado la importancia de investigar estos nuevos formatos y las características que los definen. Autores como Luzon y Ferrer concreta que “el infoshow se caracteriza, entre otras peculiaridades, por la búsqueda de emotividad dentro de las funciones del discurso periodístico, a través de la espectacularización, el sensacionalismo y la banalización de la actualidad”.

Por su parte, otros autores se cuestionan el modo de hacer televisión. Hoy en día, este tipo de programas se centran más en su función de entretener, y huyen del género de la noticia, y tienden a acercarse más a la crónica, la crítica y también a la opinión. “El entretenimiento y la ficción televisiva han provocado que el infoentretenimiento se convierta en puro entretenimiento disfrazado de información” (Marín, 2010).

En el caso de la información política, tema muy recurrente en este tipo de programas, no recibe un tratamiento riguroso como el que se asocia a la manera tradicional sino que se transmite con la finalidad de entretener buscando la anécdota de forma que resulten piezas más atrayentes para la audiencia.

Edu Arroyo (2008), director del primer *Caiga quien Caiga*, añade que “a diferencia de otros géneros, el infoshow no tiene un formato claramente definido: partiendo de la actualidad, como base, surgen algunos modelos muy extendidos como la parodia de informativos, infoshow de reportajes, *infoshow-tertulia*” Es en este último donde se podrán ubicar los programas de muestra.

Así pues, surge de la hibridación de formatos: entrevista, debate, reportajes, sondeos en directo, participación del público, ya sea en plató o por teléfono.

Y dentro de éste se destacan tres formatos diferentes: el debate, *el talk-show* y *el reality-show*. Pero han ido surgiendo numerosos formatos que también se pueden englobar en torno al infoshow.

La puesta en escena se realiza en un plato con grandes decorados, en la que se incita a la participación del público. “Oficiando la sesión, la figura central del presentador estrella que con su “verbo cálido” da identidad al programa, crea una atmósfera de interpelación y fideliza la audiencia, manteniéndola cautiva durante la emisión, que puede sobrepasar la dos horas. Resultado: una cierta forma de información convertida en gran espectáculo de prime time” (Prado, 1992).

Atendiendo a su funcionamiento y su estructura encontramos que estos programas presentan múltiples estilos, especialmente, según la personalidad del presentador.

Ahora bien, la estructura más empleada es en la que nos encontramos a varias personalidades a las que el presentador trata de extraer la información a través del debate y de la confrontación de ideas y opiniones. Este enfrenamiento es lo que busca el

presentador. Ya no se trata de ser un mero moderador que controla los temas, tiempos de habla y preguntas, debe incitar a que los invitados se enfrenten de forma dialéctica, por supuesto. A medida que el debate es mucho más apasionado o la entrevista es arremetadora, las posibilidades de éxito aumentan. El espectáculo nace del conflicto.

“Su naturaleza espontánea conlleva que en la tertulia haya, más que enfrentamiento dialéctico, simple acumulación o yuxtaposición de opiniones. A menudo prevalece el ingenio sobre la argumentación sólida y estructurada, y no es frecuente una defensa acérrima de las posturas, que se expresan más bien en un lenguaje coloquial” (Martínez-Costa, 2008).

Por ello, es una modalidad de programa que se sitúan con frecuencia en prime time. Y que a diferencia del magazine intenta crear el espectáculo a través de los argumentos ingeniosos, la capacidad de conversar y embelesar a la audiencia, la originalidad de las versiones ofrecidas por los tertulianos o invitados, escogidos minuciosamente, en ocasiones no tanto por sus conocimientos cuanto por su capacidad de alentar el escándalo, y por supuesto, a través de la confrontación de ideas, base de los infoshows.

Este enfoque, dirigido a la creación de un espectáculo, se incrementa con la presencia de un público en el plató. De ellos, se busca crear el ambiente adecuado con sus aplausos y reacciones más emocionales. Incluso, a veces, se da pie a la entrada de llamadas telefónicas, tanto de los telespectadores como de personajes involucrados, en menor o mayor medida, en el tema en cuestión, para que puedan ofrecer sus opiniones y formular preguntas a los participantes del programa. También se introduce material audiovisual para propiciar el análisis y la discusión o encuestas para llevar las declaraciones de la gente de la calle al estudio y/o plató. A fin de brindar la interpretación de alguien ausente en el estudio y que tenga algo que aportar.

Con respecto al contenido, generalmente, los temas que se abordan refieren a algún acontecimiento de actualidad, y en el caso de los infoshow-tertulia, con mayor tendencia al debate, la realidad social y política, que cada vez interesan más al público por la forma amena en que se espectaculariza la información, para después analizarla. “Todo lo que sale en televisión tiene voluntad de espectáculo”, explica el periodista Fernando Ónega (2015), creador de la primera tertulia política, entonces emitida sólo en la radio en España, *La trastienda*. “Cuando planteamos el género era como complemento de la información encorsetada. Eso ha derivado en pura opinión y confrontación ideológica. Pero es verdad que ahora es mucho más entretenido”.

Estos programas se suelen organizar por bloques repartidos conforme a la inserción de publicidad o por el contenido que se abordará. Cada uno de los bloques es una unidad temática con el objetivo de que acotar la ruta y que el programa no se desvíe de lo establecido previamente. Sin embargo, no se trata de una organización completamente rígida pues los participantes suelen introducir aspectos adyacentes que son difíciles de parar. Sólo en caso de que estas intervenciones se alejan demasiado del tema plantado, el presentador deberá de concluir el diálogo para que no afecte al siguiente bloque.

En resumen, estos programas invitan a un personaje de actualidad y se le entrevista, generalmente en el estudio y en directo. Y para su presentación se acude al reportaje o el uso de material audiovisual (acompañar las respuestas con imágenes de archivo acerca del tema y de referencias).

De este modo, el programa se cierra con una intervención de los invitados y los colaboradores para que ofrezcan su última palabra, y la despedida del presentador.

3.1.3. La figura del presentador.

En este tipo de formatos, la relevancia del presentador se hace más notable. Convertido en imagen de la cadena, es el encargado de situar el tema a comentar, identifica a los participantes, anima a que haya conversación, introduce temas comprometedores e incita a hablar de cuestiones de interés que algunos invitados no quieren entrar a debatir, es el conductor del programa, quien da paso de unos contenidos a otros, controla los tiempos de las intervenciones, vigila que se mantenga en todo momento el pluralismo y el equilibrio de estas participaciones, y entre los cortes publicitarios. En definitiva, es el generador del espectáculo, por lo que debe ser alguien que atraiga a la audiencia y sea capaz de seleccionar a invitados que hagan lo mismo.

“Un buen comunicador ha de ser capaz de establecer objetivos concretos y dirigir bien a su equipo para conseguirlos; ha de ser creativo, con capacidad de improvisación para actuar en situaciones inesperadas; ha de ser simpático, con don de gentes y con dominio del lenguaje coloquial; además de tener una gran dosis de sentido común. Un presentador “estrella” con su facilidad de palabra, da identidad al programa, crea un ambiente cálido para el diálogo y fideliza a la audiencia, manteniéndola a lo largo de toda la emisión” (García Jiménez, 2000).

Este mismo periodista añade que “el presentador, debe tener esa cuota de humor incorporada, sutileza, perspicacia, creatividad y naturalidad para que no resulten

monótonos los diálogos y para que el público pueda aparte de identificarse con él, seguir el programa de una manera entretenida y divertida”, añade el periodista.

La estructura parte de la presentación del tema y de los invitados participantes e inmediatamente se comienza a ceder la palabra a cada invitado. El primer turno suele concederse para tomar una posición y, después se entra en el debate. El presentador marca las pautas y solicita que se respete esta primera actuación. A partir de aquí cada participante actúa cuando se lo pidan o cuando él lo indique

La participación del público asistente, la incorporación de material audiovisual o la realización de encuestas salpican las intervenciones de los invitados a criterio del presentador, que puede actuar en el rol de moderador –excitador. Esto le permite jugar con los ritmos del debate, frenar la exaltación excesiva, o por el contrario, avivar más la confrontación. Sus preguntas deben ser contundentes, los invitados no pueden sortear las cuestiones, si alguno lo hiciera, el presentador tiene que insistir repetidamente hasta desvelar la opinión de dicho participante.

De este modo, tal y como se plantea en los supuestos de este trabajo, el presentador puede tomar el rol de moderador-excitador, e incitar arbitrariamente al enfrenamiento dentro del debate, incluso aproximándose al papel del tertuliano, actitud que no haría un moderador tradicional, pues se le exige un carácter imparcial. Aun así, el presentador continúa siendo el responsable de la estructuración global del programa, sigue velando por el desarrollo temático y la interacción del mismo.

3.2. Una aproximación a la comunicación verbal y no verbal.

La comunicación es el proceso de transmisión y recepción de ideas, información y mensajes entre dos o más personas.

Dicho proceso consiste en que un emisor emite un mensaje a un receptor. El mensaje se envía a través de un canal, constituido por un código, que ha de ser común entre el emisor y el receptor para que el segundo pueda interpretar el mensaje enviado.

La comunicación constituye una característica y una necesidad del ser humano, como ser social que es. El objetivo de ello es el intercambio de información y relacionarse entre sí.

Por tanto, para realizar un correcto estudio es pertinente tener en cuenta el factor entorno, los aspectos culturales del resto de pueblos y sociedades, las características personales de los individuos, ya sea su lugar de nacimiento o estrato social.

La comunicación humana adopta diferentes formas. Las más relevantes son la comunicación verbal y no verbal.

3.2.1. Comunicación verbal.

Al hablar de comunicación verbal nos referimos al lenguaje humano, a la producción e interpretación de signos verbales y que requiere de un hablante o emisor con capacidad fonológica, sintáctica, semántica y textual. Es decir, el uso del lenguaje, propiamente dicho, y que se centra en “lo que se dice”.

Existen dos formas en las que se puede realizar un acto de comunicación verbal:

- **Comunicación oral:** a través de signos orales (gritos, llantos, risas, silbidos, etc.) y palabras habladas o lenguaje articulados (sonidos estructurados que dan lugar a las sílabas, palabras y oraciones).
- **Comunicación escrita:** por medio del papel o mensajes (ideogramas, alfabetos, siglas, graffiti, logotipos...).

3.2.2. Comunicación no verbal.

Aunque muchos autores hacen un relevante hincapié en exponer que el lenguaje es el instrumento de comunicación más importante, algunos de los más notables investigadores de este campo, como pueden ser Ray Birdwhistell o Flora Davis, inciden en la necesidad de no separarla de la comunicación no verbal, dado que ésta, le permitirá completar el significado de lo hablado o ayudar con el “feedback” del receptor.

El antropólogo iraní Albert Mehrabien llevó a cabo una investigación sobre comunicación, cuyos resultados no dejaron indiferente a nadie entonces. Concluyó que “tan sólo un 7% de la comunicación entre dos personas se realiza mediante palabras, un 38% lo hace mediante la voz y todos sus componentes, y el 55% restante se lleva a cabo

a través del lenguaje corporal, o lo que es lo mismo, la comunicación no verbal” (Mehrabien, 2008).

La comunicación no verbal se puede definir como la “*comunicación mediante expresión o lenguaje corporal desprovisto de palabras*” (Pease, 1997). Un conjunto, mucho más complejo que el lenguaje humano, de signos, de movimientos, de expresiones faciales, referidos al “cómo se dice”. Constituye un tipo de lenguaje no hablado y se lleva a cabo (generalmente) de manera inconsciente” (Duncan, 1990).

Así pues, siguiendo con esta introducción a la comunicación no verbal, podemos diferenciar en ella tres partes, según el manual sobre comunicación creado por la editorial Mcgraw Hill. La formada por los gestos, las posturas, las miradas, el movimiento de las manos, etc., lo correspondiente a la voz, su tono, su velocidad, entre otros, y la distancia espacial entre emisor y receptor.

Por tanto, podemos asumir que existen tres áreas de estudio a tener en cuenta en el análisis de la comunicación.

A) Paralingüística o paralenguaje: estudia los rasgos no semánticos del lenguaje. Es un factor asociado al lenguaje verbal, por lo que es común asociarlo a la comunicación verbal. No obstante, al depender del estado anímico o la intención del emisor más que del significado del contenido, se incluye de la no verbal. Los aspectos que analiza esta disciplina son los siguientes:

- **Tono:** relaciona lo que sentimos con lo que al final hablamos o verbalizamos.

Se distinguen tres tonos al hablar: ascendente (expresa duda, interrogación), descendente (determinación, confianza) y mixto (ironía o sarcasmo).

- **Ritmo:** la fluidez verbal con la que una persona se expresa. El ritmo de la voz se mide por el número de palabras por minuto que se pronuncia de una manera totalmente legible. Por encima de las 200 palabras, será un ritmo rápido y puede que haya dificultades de entendimiento, y por debajo de las 100, un ritmo lento, lo que puede provocar el aburrimiento del receptor.

- **Volumen:** la intensidad con la que se habla, y que se emplea para regular la conversación. Un volumen bajo indicará timidez o tristeza, y por el contrario, un volumen alto, seguridad y autoridad.

- **Silencios:** pausas en el discurso, y que puede llevar connotaciones positivas como negativas. Diferentes a los silencios, y que se deben incluir en este epígrafe, son las pausas, propiamente dichas. Son paradas que el emisor hace para poder invitar al receptor a tomar la palabra, o enfatizar nuestro discurso.

- **Timbre:** registro vocal único para cada ser humano. Suelen diferenciarse en cuatro grados, y según el género: agudo, medio o grave.

B) Kinesia: estudio de las posturas, los gestos, incluidos los faciales, y los movimientos del cuerpo humano. Con ellos podemos transmitir información acerca de nuestro estado de ánimo o expresar lo que estamos pensando. El comportamiento kinésico se puede dividir en dos categorías referidas a la zona del cuerpo que se esté analizando.

En primer lugar, los gestos faciales, donde la mirada, la sonrisa y las emociones del rostro son las subcategorías más importantes.

Las investigaciones realizadas por Paul Ekman concluyen que hay siete emociones básicas: alegría, tristeza, miedo, ira, asco, desprecio y sorpresa. No obstante, otros autores añaden una emoción neutral al análisis.

La sonrisa es otro aspecto importante de la comunicación no verbal, dado que puede tener un buen impacto en la calidad de nuestra conversación.

A pesar de que hay muchas tipologías de sonrisa, algunos de los tipos más comunes son los siguientes: sonrisa auténtica, amortiguadora, triste, conquistadora, de turbación, mitigadora o falsa.

Con respecto a la mirada, a través de los ojos transmitimos mucha información. La mirada es un perfecto indicador de que estamos escuchando a la persona que está hablando. Podemos distinguir cuatro clases: laboral (debe procurarse que la mirada no caiga por debajo del nivel de los ojos del receptor), social (cae por debajo de los ojos), íntima (el emisor recorre de arriba abajo el cuerpo del receptor) y de reojo.

Aquí puede incluirse el movimiento de cejas, que enfatizan aun más la expresión facial. Por ejemplo, el elevamiento de una de sola ceja muestra duda, al igual que el acto de fruncir el ceño, puede también transmitir incertidumbre, enfado, extrañeza o concentración.

Otro aspecto destacable de la comunicación no verbal es la postura del cuerpo, que, al igual que los gestos, acompaña al lenguaje hablado. Y como el resto de actos no verbales refleja el estado emocional de la persona, y en especial, si están relajadas o tensas, a través de la posición de las piernas o de los movimientos del cuerpo. Así pues, el ángulo y orientación del cuerpo también indicará el grado de implicación en la conversación de los interlocutores. Las categorías en las que podemos dividir la postura corporal son las siguientes:

- a) **Acercamiento:** inclinación del cuerpo hacia adelante, cabeza alta y espalda recta.
- b) **Retirada:** el cuerpo se retrae e inclina hacia atrás. O bien también, se caracteriza por cabeza agachada espalda doblada, hombros que cuelgan y pecho hundido.
- c) **Expansión:** una postura que transmite arrogancia y de desprecio. El pecho se expande, el tronco está erguido o inclinado hacia atrás, cabeza alta y hombros elevados.
- d) **Contracción:** el tronco se encuentra inclinado hacia delante y la cabeza y el pecho hundidos. Esta postura demuestra una actitud depresiva, cabizbaja.

En el caso de estar sentado, distinguiríamos tres tipos: posición erguida y de inclinación hacia delante o hacia atrás.

En segundo lugar, se encuentran los gestos corporales. Estos actos no verbales que conforman la comunicación no verbal y que depende del entorno en el que emisor se mueva se conocen como **gestos**, acciones que conforme a lo establecido por los estudiosos Paul Ekman y Wallace Freisen varía según el origen (cultura, creencias...), el uso (realzar, repetir o ilustrar el mensaje) y a codificación (la relación del gesto con el significado verbal).

Los gestos se pueden clasificar dentro de cinco categorías.

- a) **Emblemas:** suelen realizarse a través de las manos o el rostro. Y equivalen a una palabra o frase cuyo significado es entendido, y por tanto, aceptado por el colectivo social. Un ejemplo de emblema sería el agitar la mano para despedirse o levantar el pulgar como signo de aceptación.

b) Ilustradores: gestos unidos al discurso y cuya función es la de reforzar el significado de aquello que se expresa verbal. Existen seis tipos:

- Bastones o batutas: enfatizan al discurso o marcan el ritmo del pensamiento con las manos.
- Ideógrafos: traza una dirección de pensamiento.
- Apuntadores: movimientos que muestran algo dirigiéndose a algo a alguien.
- Espaciales: describen el tamaño, la forma, la relación espacial o la proxémica o distancia espacial emisor-receptor
- Pictógrafos: indica la distancia entre la gente, los objetos o las ideas.
- Manos ventosa: unir las yemas de los dedos de ambas manos mientras se habla.

Este tipo de gestos son muy utilizados en la comunicación no verbal humana. Así pues, en el caso de que el acto comunicativo se haga en un programa de televisión, objeto de nuestro estudio, donde se mantiene un cara a cara con los invitados, tertulios o con la audiencia que no se encuentra como público en el mismo plató, a través de la cámara, también tiene cierta relevancia.

c) Reguladores: su función es organizar o conducir la conversación, regular el habla y escucha. Los más comunes son los gestos de negación o asentimiento con la cabeza pero podemos diferenciar tres clases. Aquellos que marcan el fin de una conversación, las posiciones del cuerpo, y la orientación de éste con respecto al resto del grupo de conversación.

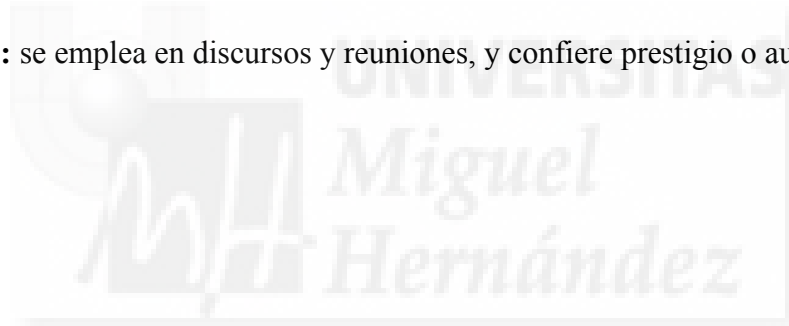
d) Adaptadores: acciones que empleamos de manera inconsciente para dirigir nuestras emociones o controlar nuestras respuestas. Dentro de esta categoría, también podemos distinguir entre adaptadores sociales (p.ej: estrechar manos a modo de saludo), instrumentales (actos aprendidos para desarrollar un tarea concreta) y de subsistencia (actos orgánicos como rascarse la barbilla).

Todos los gestos que se clasificaron aquí pueden realizarse a través de varios instrumentos de gesticulación que componen el cuerpo humano como la cabeza, las manos, los brazos, las piernas, etc.

C) Proxémica.

Es el área de estudio encargada de analizar el espacio que guardan las personas en el momento de la comunicación. Esta distancia depende principalmente del motivo de la reunión, la personalidad, la edad, el factor ambiental y cultural y del grado de intimidad entre los hablantes. Este grado marca las distintas zonas espaciales, que son las siguientes:

- **Íntima:** conversación íntima reservado a familiares y amigos. Las personas pueden tocarse con facilidad. La distancia es igual o menor al antebrazo.
- **Personal:** se mantiene con personas conocidas en encuentros personales pero no de carácter íntimo. Aquí la distancia es mayor, algo menor al brazo extendido, pero sigue siendo posible el contacto.
- **Social:** se utiliza en conversaciones formales o con desconocidos por lo que el contacto físico es casi imposible. Superior al brazo extendido.
- **Pública:** se emplea en discursos y reuniones, y confiere prestigio o autoridad.



4. METODOLOGÍA.

En este epígrafe del presente Trabajo Fin de Grado se atenderá a los aspectos metodológicos. Se intentará exponer el camino que hemos elegido para abordar el objeto de estudio, así como también aportar una justificación acerca de por qué se ha elegido realizar el estudio de esta manera.

4.1. Fuentes de información y selección.

Posterior a las indagaciones oportunas, se ha encontrado una cantidad bastante amplia de información sobre los géneros y formatos televisivos, y la nueva tendencia de infroentretener. Estos datos provienen de fuentes primarias (libros, revistas científicas y de entretenimiento, periódicos, diarios, informes técnicos y de investigación, normas técnicas) y secundarias (enciclopedias, antologías, directorios, libros o artículos que interpretan otros trabajos o investigaciones). De igual manera sucede con la información acerca del análisis de la comunicación verbal y no verbal, extraída de libros de autores especializados en comunicación y psicología, monografías y manuales.

Esta selección de las fuentes de información se ha realizado bajo los criterios de fiabilidad y validez, precisión y actualización, origen, presentación formal y facilidad en el acceso a dichos contenidos.

No obstante, cabe mencionar que, hoy en día, categorizar los géneros y formatos televisivos es una tarea complicada debido a la hibridación entre ellos. Por tanto, buscar y finalmente conocer con qué formato de programas se realizaría el análisis ha sido la parte más complicada de la fase de documentación.

4.2. Tipo de investigación: el análisis de contenido.

Fijado el objeto al cual este estudio se quiere acercar, se ha visto la necesidad de afrontar el avance de la investigación empleando una metodología cualitativa y cuantitativa basada en el análisis de contenido. Un procedimiento apropiado, debido a las posibilidades que ofrece para conocer la estructura y los componentes del mensaje mediático. Una solución competente ya que, como apunta José J. Sánchez Aranda (2005) “su condición de herramienta óptima para recopilar, procesar y evaluar grandes

cantidades de información”, o en palabras de Juan José Igartua (2006) "su utilización frecuente en la descripción de los componentes de los mensajes mediáticos la convierten en el método de indagación más apropiado".

De acuerdo con la definición clásica de Berelson (1952), el análisis de contenido es una técnica para estudiar y analizar la comunicación de una manera objetiva, sistemática y cuantitativa. A esta definición añade varios usos entre los que destaca la descripción de tendencias, diferencias entre el contenido, comparativas, determinar el estado psicológico de una persona o grupo, entre otras más. Así como también las unidades de análisis que posee. La más simple de ellas, la palabra, seguido del tema, el ítem u objeto, el personaje, y el espacio-tiempo. "Es una técnica muy útil para analizar los procesos de comunicación en diversos contextos como artículos de prensa, libros, conversaciones, discursos o programas televisivos, etc." (Hernández, Cellado, y Baptista, 1995). Estas unidades deben elegirse en función de los objetivos y supuestos de la investigación y se insertan en categorías.

Esta técnica, por tanto, posibilita crear un sistema de los marcadores no verbales más representativos en función de su comportamiento y la temática del discurso. Así como, detectar y reflejar la intencionalidad de estos elementos, con el fin de determinar el grado de persuasión de los sujetos a través de la comunicación no verbal, y en que medida es eficaz con respecto al conjunto del mensaje.

4.3. Población y Muestra.

Al tratarse de programas con una dinámica similar se ha tomado como población objeto de estudio los infoshows de actualidad La Sexta Noche y Un Tiempo Nuevo, y a sus presentadores, Iñaki López y Sandra Barneda. Tomando en cuenta la población escogida, la muestra seleccionada son las emisiones que corresponden al programa 112, en el caso de La Sexta Noche, con fecha 15 de marzo de 2015, y el programa 24, en Un Tiempo Nuevo, emitido el 4 de abril de 2015.

La razón por la que se escogieron estos y no otros, entre la variedad de capítulos, fue que en ambos infoshows se trataron, puede que no en su totalidad, las mismas cuestiones de actualidad. Además de por ser los dos infoshows de mayor seguimiento

pertenecientes a las cadenas generalistas Cuatro, previamente emitido en Telecinco, y La Sexta. Y éstas, a su vez, propiedades de los grupos de comunicación Mediaset y Atresmedia.

4.4. Recopilación de datos.

La recolección de información para el presente trabajo de investigación se ha realizado a través del ordenador y el servicio de Internet, así como las plataformas web oficiales de las cadenas que emiten los programas seleccionados como población de este estudio, que ha permitido visionar las emisiones de muestra con mayor facilidad, y llegar al contenido bibliográfico necesario para desarrollar el análisis y confeccionar este trabajo.

Así pues, se ha empleado la técnica de la observación indirecta, definida como situación en la que el investigador conoce el hecho observado a través de las observaciones realizadas por otras personas, valiéndose de libros, revistas, informes, fotografías, piezas audiovisuales, etc., que en nuestro contexto, permitirá conocer el comportamiento del presentador. Para ello, se buscó la identificación de las modalidades o categorías presentes en la variable del estudio.

Tras determinar el procedimiento mediante el cual se recopiló toda la información, se procede a la creación de una ficha de análisis o matriz a través de la cual recoger todo los datos. Para este estudio se ha elaborado una ficha dividida en tres partes para poder analizar con mayor detalle los dos tipos de comunicación que tiene por objeto este trabajo, y que se encuentra íntegra en el ANEXO I.

La primera parte se dedica a la comunicación verbal, insistiendo en el análisis de la expresión oral de los presentadores. Por tanto, nos centraremos en estudio de la paralingüística, disciplina puente entre la comunicación verbal y no verbal. Ésta se fragmentará en varias unidades de análisis de la voz: el tono, el ritmo, el volumen, los silencios y el timbre.

La segunda parte, se compone de un conjunto de categorías del comportamiento kinésico entre las que destacan los gestos faciales (cabeza, mirada, cejas, boca y emociones del rostro), puesto que son movimientos que transmiten multitud de estados

emocionales, sentimientos y actitudes; la otra gran parte son los gestos corporales (hombros, brazos, manos, dedos, pecho, espalda).

Por su parte, la tercera parte del estudio está dedicada al análisis de la proxémica o distancia interpersonal entre los presentadores y el resto de asistentes al programa.

Esta ficha se realizó para comprobar, por un lado, la influencia del lenguaje verbal y corporal de los presentadores en sus obligaciones de mediadores del debate y de dirección del programa. Y por otro, esclarecer si estas responsabilidades tienen la finalidad de generar conflicto, y en consecuencia, espectáculo.

4.5. Técnicas de análisis e interpretación de datos.

Esta investigación se ha realizado bajo un enfoque metodológico tanto cualitativo, que ha permitido verificar la presencia de movimientos, gestos, entre otros elementos propios de todo acto de comunicación, como cuantitativo, a efecto de cuantificar los datos, y establecer la frecuencia de repetición de los gestos.

De este modo, para interpretar los datos obtenidos, a cada presentador se le ha aplicado las fichas de análisis creadas previamente. A cada unidad de análisis se le otorga un significado persuasivo, desde el punto de vista favorable (positivo), desfavorable (negativo) o neutral. Y a su vez, se calcula el grado de reiteración, analizado en escalas de Baja, Media, Alta, Muy Alta y Nula, para poder distinguir los elementos constitutivos del lenguaje no verbal.

Para su codificación se eligió un sistema binario de presencia-ausencia en el que los valores numéricos son otorgados respectivamente a las escalas mencionadas en el párrafo anterior, y que representan la presencia, en mayor o menor medida, y el 0 la ausencia de un comportamiento u otro.

Así pues, el sistema de codificación se establece a partir de los siguientes valores numéricos:

Nula (0): Ninguna repetición [0%]	Baja (1): 1-7 repeticiones [25%]	Media (2): 7-15 repeticiones [50%]
Alta (3): 15-25 repeticiones [75%]	Muy Alta (4): 23-35 repeticiones [100%]	

Tabla. 1. Grado de repetición de un gesto.

La cuantificación se basa en la estadística descriptiva univariada (frecuencias y porcentajes). Así, el número de frecuencias en porcentajes se efectuó observando el número de repeticiones de un mismo valor numérico de una variable y/o comportamiento. Tras definirlo, se trabajó con tantos por ciento, dado que facilita la comparación de los resultados teniendo en cuenta la temática y las conclusiones.

Mencionar, también, que el análisis se realizó con el programa informático Microsoft Excel, debido a que es una aplicación que permite representar gráficamente los resultados, facilitando su interpretación, y comparativa.

Mencionar, también, que el análisis se realizó con el programa informático Microsoft Excel, debido a que es una aplicación que permite representar gráficamente los resultados, facilitando su interpretación, y comparativa.



5. RESULTADOS.

A continuación, se pretenden exponer los resultados, obtenidos partiendo de los objetivos del estudio, y como respuesta a las hipótesis del mismo. Asimismo, se puede formular lo siguiente:

En primer lugar, *los programas seleccionados encajan dentro de la categoría de Infoentretenimiento, tendencia que busca primordialmente la generación de espectáculo.*

Los programas *La Sexta Noche* y *Un Tiempo Nuevo* encajan dentro de la categoría de Infoentretenimiento. El formato televisivo al que pertenecen se conoce como infoshow, definido como aquel formato híbrido entre el debate, la tertulia, la entrevista y el reportaje, entre otros.

Después el visionado y análisis se pueden apreciar los rasgos formales que caracterizan al infoshow: puesta en escena con un plató de grandes decorados, el presentador como imagen del programa, invitados y contertulios estrella que proporcionen dinamismo y confrontación, presencia del público en el plató, posibilidad de entrada de llamadas telefónicas o realización de encuestas, uso de material audiovisual y reportajes. Estructura por bloques temáticos, tratamiento de temas de actualidad, realidad social y política.

Toda esta enumeración de características se puede apreciar en sendos programas, con la excepción de alguna, como las llamadas telefónicas, que en el programa de muestra de *La Sexta Noche* no tuvieron cabida.

En segundo lugar, *la manera de comunicarse de los presentadores influye en su forma de mediar el programa.*

Por lo tanto, se presentan en las siguientes líneas los resultados más destacables:

Para esta parte del trabajo se analizó una única ficha de análisis, dividida entre los dos presentadores, y en la que se comprenden las tres áreas de estudio: paralingüística, kinesia y proxémica.

El análisis paralingüístico, donde cabe mencionar que los resultados de los dos sujetos son similares, con ligeras diferencias, explicadas a continuación.

Ambos presentadores exhiben tonos de voz descendentes, lo que señala una actitud de firmeza, determinación y confianza.

El ritmo del uno y el otro se clasifica dentro de la categoría de velocidad media. Los presentadores emiten entre 100 y 200 palabras por minuto, lo que demuestra un claro manejo del lenguaje, requisito indispensable para el trabajo de periodista y presentador de televisión. Un ritmo rápido podría provocar un problema de comprensión por parte de los interlocutores, y un ritmo demasiado lento, aburrirles.

Con respecto al volumen ninguno tiene una intensidad de voz excesivamente alta pero la suficiente para hacer notar su función de capitanear el programa. El volumen alto transmite autoridad, seguridad, y control de la situación.

Como profesionales del periodismo, el uso de los silencios dentro de su discurso será totalmente relevante. Ambos presentadores vuelven a hacer gala de su dominio discursivo y realizan una exposición oral pausada, sin prisas ni retrasos.

En el caso de la presentadora de *Un Tiempo Nuevo* se muestra más visible dado que el enfoque utilizado en este programa, con respecto al empleado por Iñaki López en *La Sexta Noche*, contiene una carga más sensacionalista, propio de las tertulias matinales o vespertinas de las cadenas parte del grupo Mediaset.

Por último, el timbre, ese sonido particular de cada persona. Sandra Barneda presenta un timbre medio tirando a grave. Su voz es profunda y pausada.

Por su parte, Iñaki López posee un tono de voz también medio pero tiende a una tesitura aguda para los estándares masculinos.

Con todos estos resultados, se puede resumir que ambos presentadores mantiene un claro control sobre su postura corporal, siendo posiciones de los más favorables para una correcta comunicación: un cuerpo erguido y con tendencia al acercamiento hacia los invitados y los colaboradores del programa.

La segunda disciplina que aborda este proyecto es la kinesiología, cuyos datos más relevantes son los siguientes.

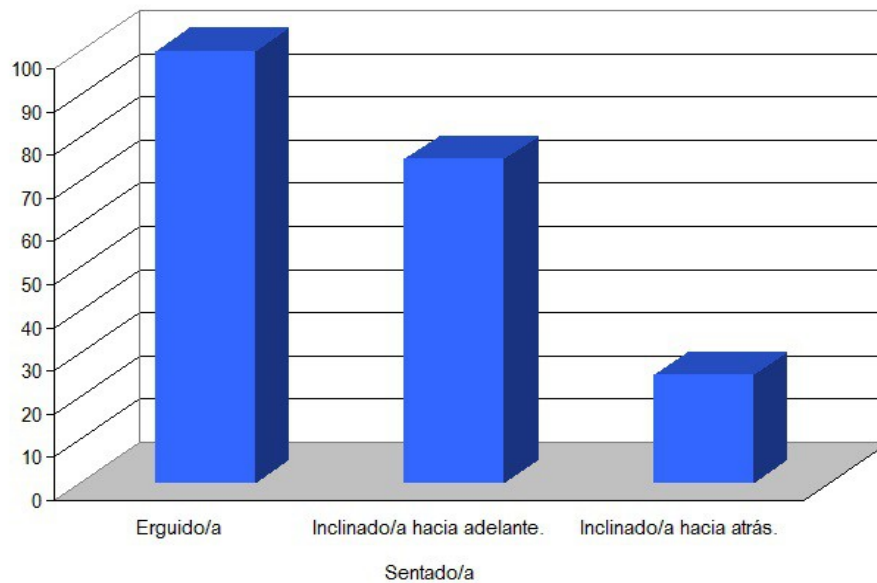


Fig. 1. Postura corporal de Sandra Barneda.

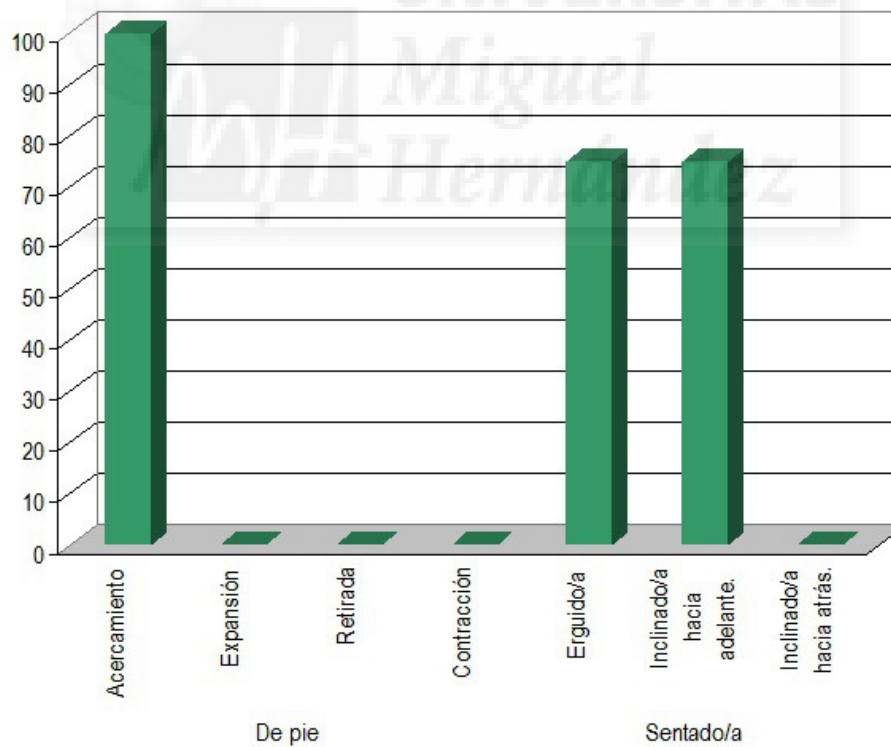


Fig. 2. Postura corporal de Iñaki López.

Como puede observarse, las Figuras 1 y 2 muestran el porcentaje de aparición de las diferentes clases de posturas codificadas en la ficha de análisis.

Primero, la Figura 1, donde se muestra la postura corporal de la presentadora de *Un Tiempo Nuevo*, Sandra Barneda. En este caso, la presentadora permanece sentada durante todo el programa, por lo que se contempló solo esa posición y las subcategorías: erguido/a, Inclinado/a hacia delante o hacia atrás.

Así pues, el análisis determina que las subcategorías la presentadora emplea las tres en mayor o menor medida, siendo la más repetida la posición Erguido/a, con un grado de reiteración muy alto. Especialmente cuando se encuentra sentada alrededor de una gran mesa de debate con los demás participantes del programa. Así como un significado persuasivo favorable dado que dicha actitud denota respeto, atención y/o autoridad ante el resto de personas presenten el set de televisión. En orden descendente, la siguiente subcategoría más recurrente es la de Inclinado/a hacia delante. Con un nivel de repetición medio, y cuyo significado persuasivo es favorable e demuestra atención y cercanía hacia su interlocutor. Seguido de Inclinado/a hacia atrás, con un grado de repetición muy bajo, rebajado a 3 repeticiones en los 160 minutos que aproximadamente dura el programa, y un significado persuasivo favorable. Aun a pesar de lo que exponen algunos trabajos académicos o manuales, que esta posición corporal indica rechazo y desinterés por la otra persona. En esta situación, la actitud de la presentadora es neutra pues la inclinación hacia atrás que realiza es para apoyarse en el respaldo de la silla, en los momentos del programa en que no está dirigiéndose a cámara o a los presentes a su alrededor.

En segundo lugar, la figura 2, es correspondiente a la postura corporal del presentador de *La Sexta Noche*, Iñaki López. A propósito de este análisis, el presentador se mantiene de pie la mayor parte del programa, salvo en dos ocasiones, la entrevista a Manuela Carmena y al escritor Arturo Pérez Reverte, al comienzo del espacio, que permanece sentado.

Comenzando por la posición Sentado, mencionar que se mantiene erguido, de forma altamente repetitiva, y con un significado persuasivo idéntico al de la presentadora de *Un Tiempo Nuevo*, posición que indica respeto y autoridad. Durante el tiempo que está sentado también emplea la subcategoría Inclinado/a hacia delante, con un grado de

repetición medio, y que realiza en momentos donde está particularmente interesado en el discurso del personaje entrevistado.

Tras estas entrevistas, el presentador se mantiene de pie hasta la finalización del programa, en una actitud a la que se ha denominado como Acercamiento. Se trata de una posición de atención donde el cuerpo erguido, se inclina ligeramente hacia delante, y que posee un significado claramente favorable o positivo, que expresa interés hacia el/la/los hablantes.

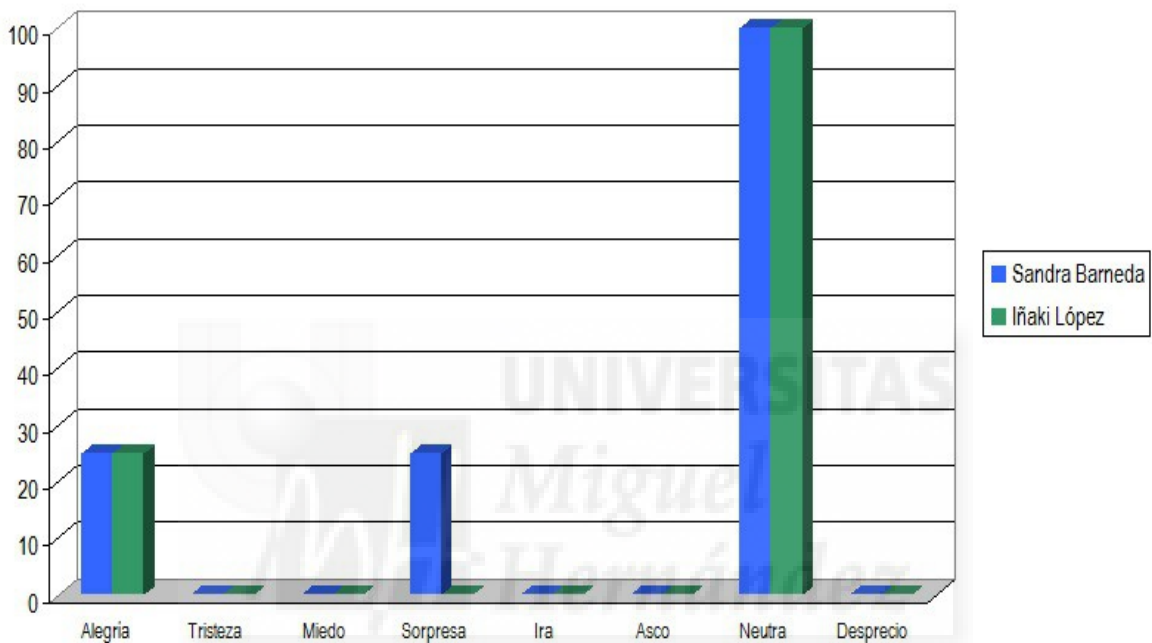


Fig. 3. Emociones del rostro.

De todas las emociones, la que más prevalece en ambos presentadores, con un grado de repetición muy alto, es la emoción Neutra, en la que los músculos faciales se encuentran relajados, y la que se considera como la reacción emocional natural. Seguido a esto, y en los dos infoshows, los presentadores muestran la emoción Alegría de manera muy puntual: la entrevista de Iñaki López a Arturo Pérez Reverte, Sandra Barneda al ver un reportaje acerca del SalouFest y la conducta inapropiada de sus asistentes.

Y de forma particular, la emoción Sorpresa, en Sandra Barneda, tras también visionar un reportaje del SalouFest.

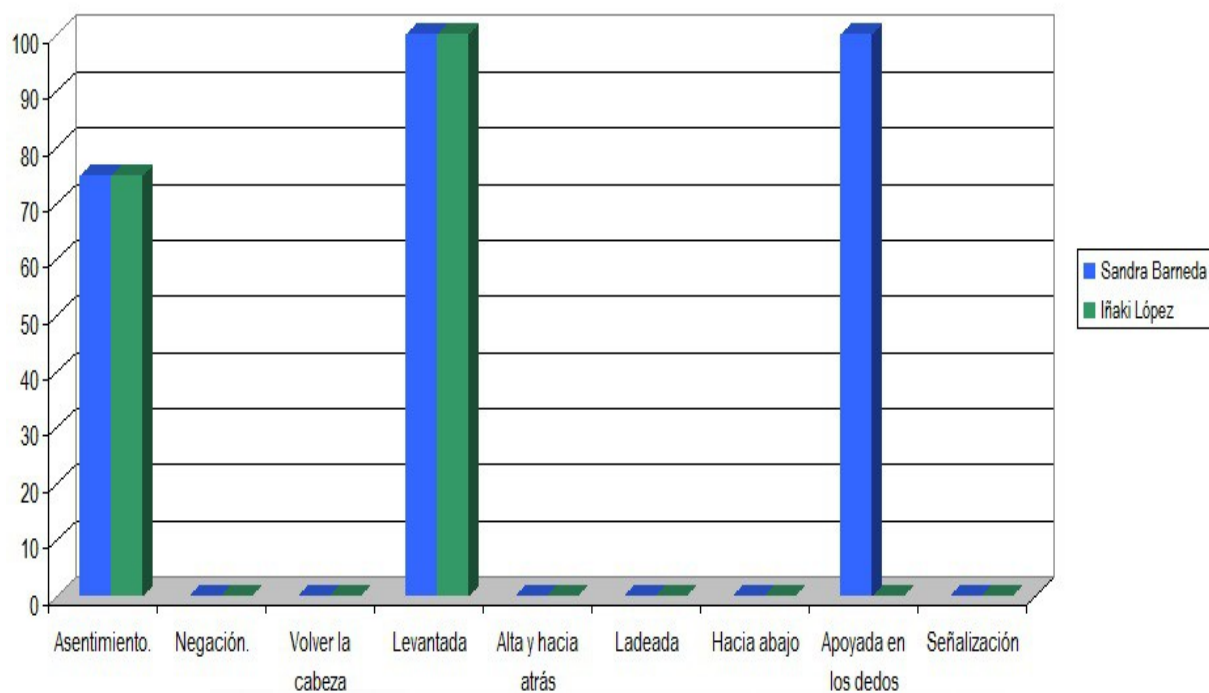


Fig. 4. Movimientos con los brazos.

Tal y como se observa en la Figura 4, los valores numéricos más altos corresponden a la subcategoría llamada Cabeza levantada, una actitud neutral. Asimismo, hay un nivel de repetición alto de la subcategoría Asentamiento, también predominante en ambos presentadores.

No obstante, exclusivamente de Sandra Barneda, la subcategoría Cabeza apoyada con los dedos, se repite constantemente en los momentos del programa en que está realizando una entrevista, y que, con un significado persuasivo favorable, denota una actitud de interés y de escucha activa hacia las entrevistadas.

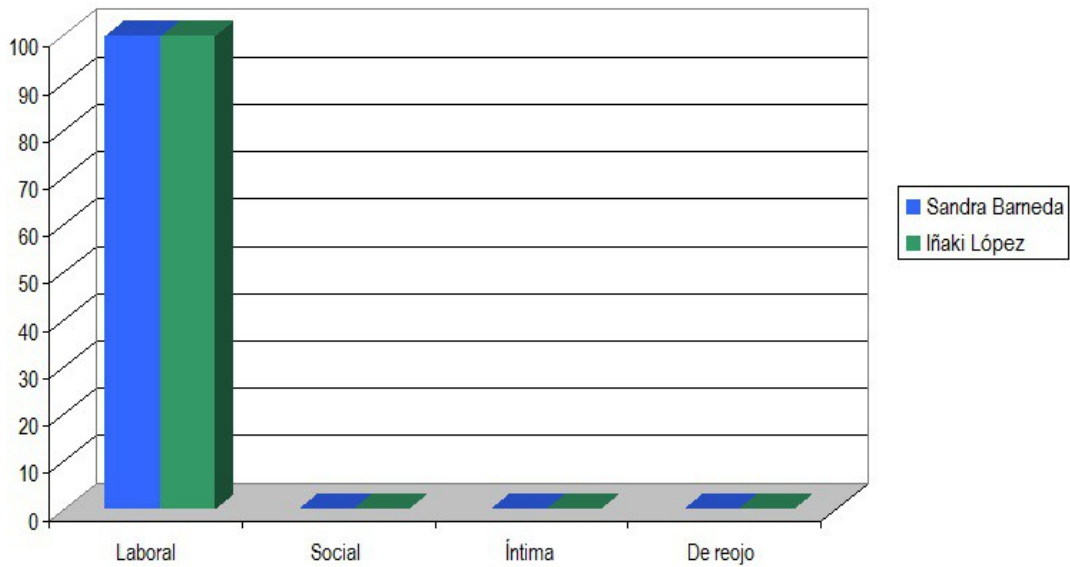


Fig. 5. La mirada.

En ambos casos, la única mirada que predomina en los dos presentadores es la que conocemos como Laboral, a la que podemos definir como aquella en los ojos no deben caer por debajo del nivel de ojos del interlocutor, y que tiene un significado persuasivo favorable. Dado el ambiente profesional en el que se mueven ambos presentadores es lógico que no resalte otro tipo de mirada.

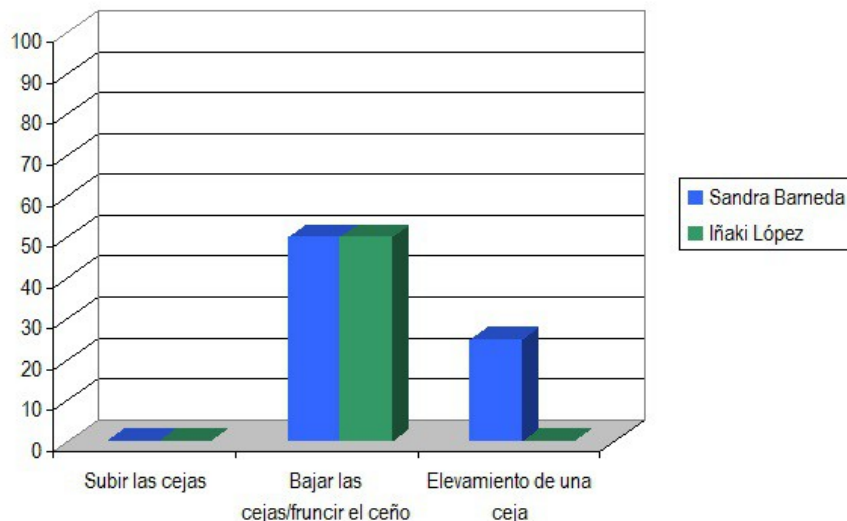


Fig. 6. Movimientos de cejas.

Los movimientos de cejas predominantes, y también puntuales, son el de Bajar las cejas/Fruncir el ceño, que según los manuales especializados o trabajos dedicados a este mismo tema, exponen su significado persuasivo desfavorable pues denota rechazo y confrontación. Sin embargo, este estudio determina que su significado es favorable o neutral porque no hay ningún indicio de enfrentamiento o desacuerdo por parte de los presentadores ante esta reacción. Así pues, se aclara que el simple fruncir el ceño es un signo de concentración y no de confrontación.

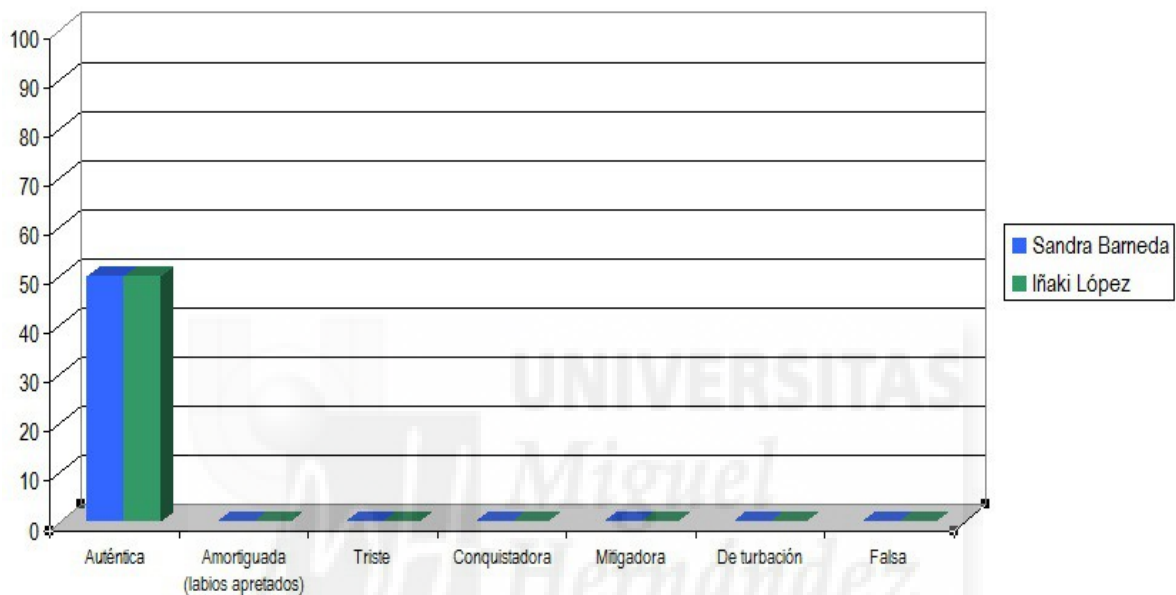


Fig. 7. La sonrisa.

Al igual que con la mirada, tan solo se destaca un tipo de sonrisa, la que llamamos Auténtica. Dicha sonrisa, denota sinceridad, por lo que este estudio determina que se trata de una reacción natural en los presentadores ante una situación que es de su agrado. Su grado de repetición es Medio, dentro de los 160 minutos de programa.

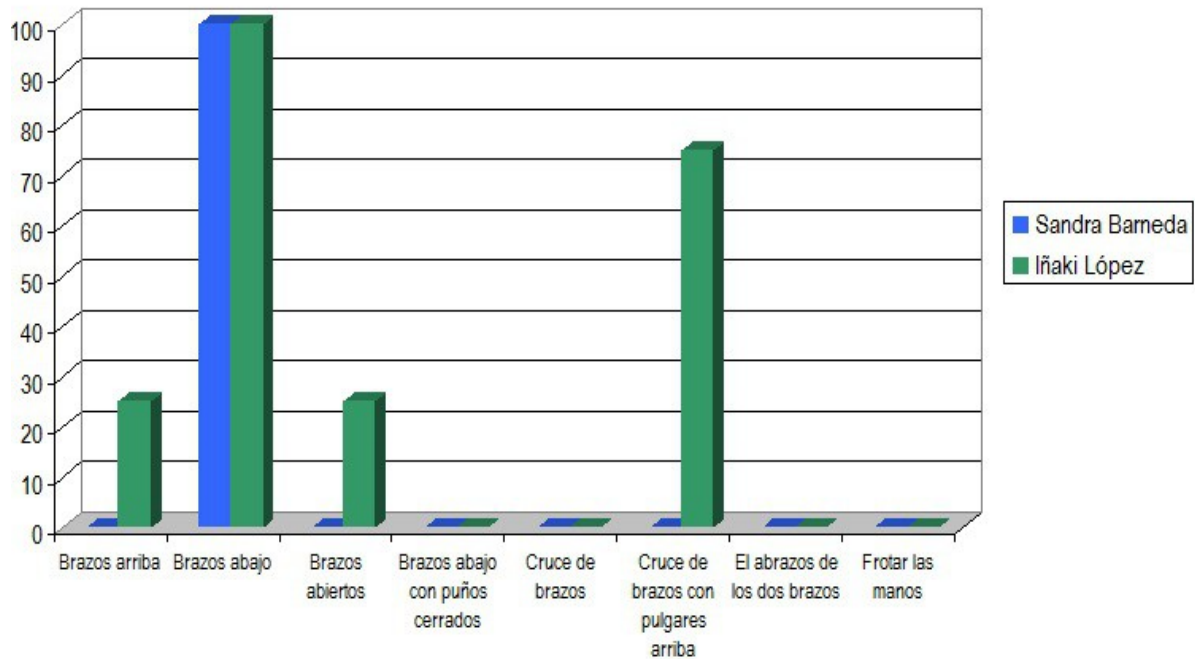


Fig. 8. Movimiento de brazos.

Los movimientos de los brazos más significativos son, en el caso de Sandra Barneda, en su posición sentada, Brazos abajo. Con un grado de repetición alto, ya que la posición natural estando sentado es la de tener los brazos hacia abajo, y no de otra manera.

Por su parte, el presentador Iñaki López, también emplea la posición Brazos abajo, de forma altamente continuada. Brazos arriba, en momentos precisos de programa, para llamar la atención de los contertulios, o como gesto ilustrador (ver en Figura 9). Así pues, es un gesto con un significado persuasivo favorable puesto que invita a la comunicación. Y por último, Cruce de brazos con pulgares arriba, gesto que denota seguridad y control de la situación, y que se reitera también en una escala alta dentro del espacio

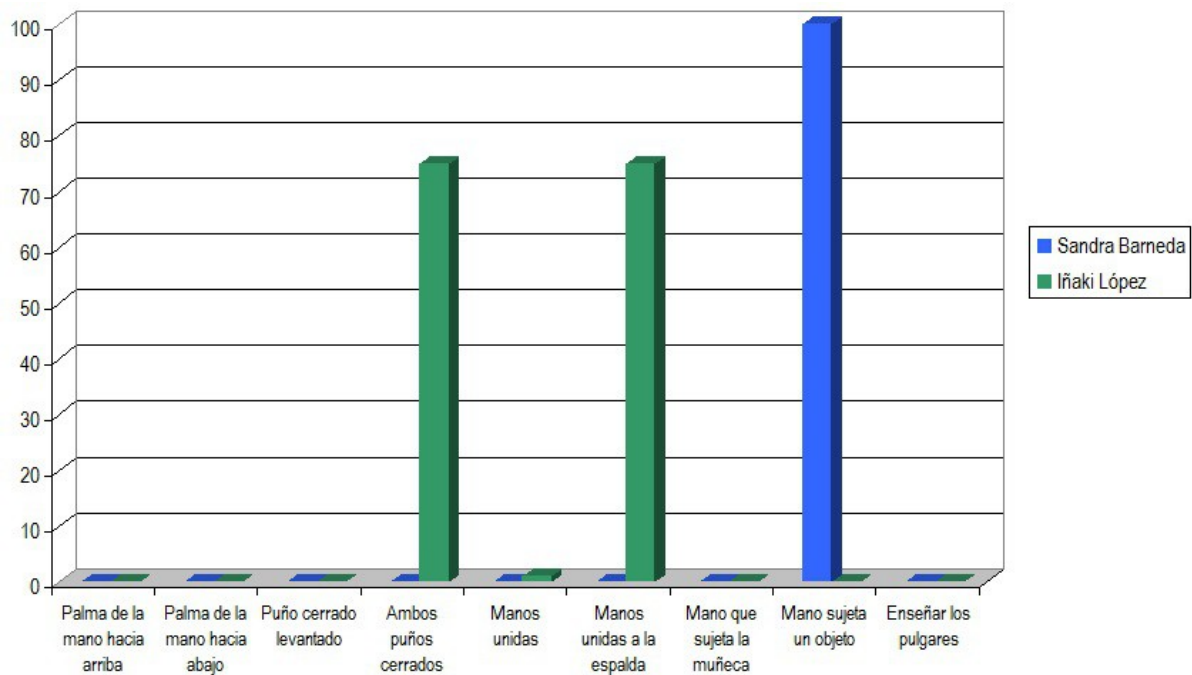


Fig. 9. Movimientos de las manos.

En los casi 160 minutos que duran cada uno de los programas que componen la muestra de este proyecto, los movimientos de manos estuvieron acotados a uno o dos subcategorías de gestos en cada presentador.

Sandra Barneda se encuentra sentada y constantemente tiene sus codos apoyados en los apoyabrazos de la silla, y con su mano derecha sujeta un bolígrafo, y la izquierda sobre su regazo. Esto ocurre durante todo el programa, salvo en los momentos donde el decorado cambia y, ella y los demás contertulios se sientan alrededor de una gran mesa para comenzar el debate. En esta situación, su posición es erguida, y las manos, la derecha aún sosteniendo el bolígrafo, están apoyadas en la mesa sobre unos papeles con la documentación correspondiente al tema que está tratando entonces.

Iñaki López, de modo muy reiterado cuando está de pie, tiene sus manos unidas a la espalda. Esta actitud indica poder, seguridad y autoridad. Y de forma alterna a este, la posición con ambos puños cerrados.

Ahora bien, en los momentos en lo que está sentado el gesto que prevalece, dejando a los demás con valores numéricos de cero, es el de Manos unidas. No obstante, puesto

que el tiempo que permanece sentado es ínfimo con respecto a las cuatro horas de duración del programa, el nivel de repeticiones está en una escala media, alrededor de un 50 %.

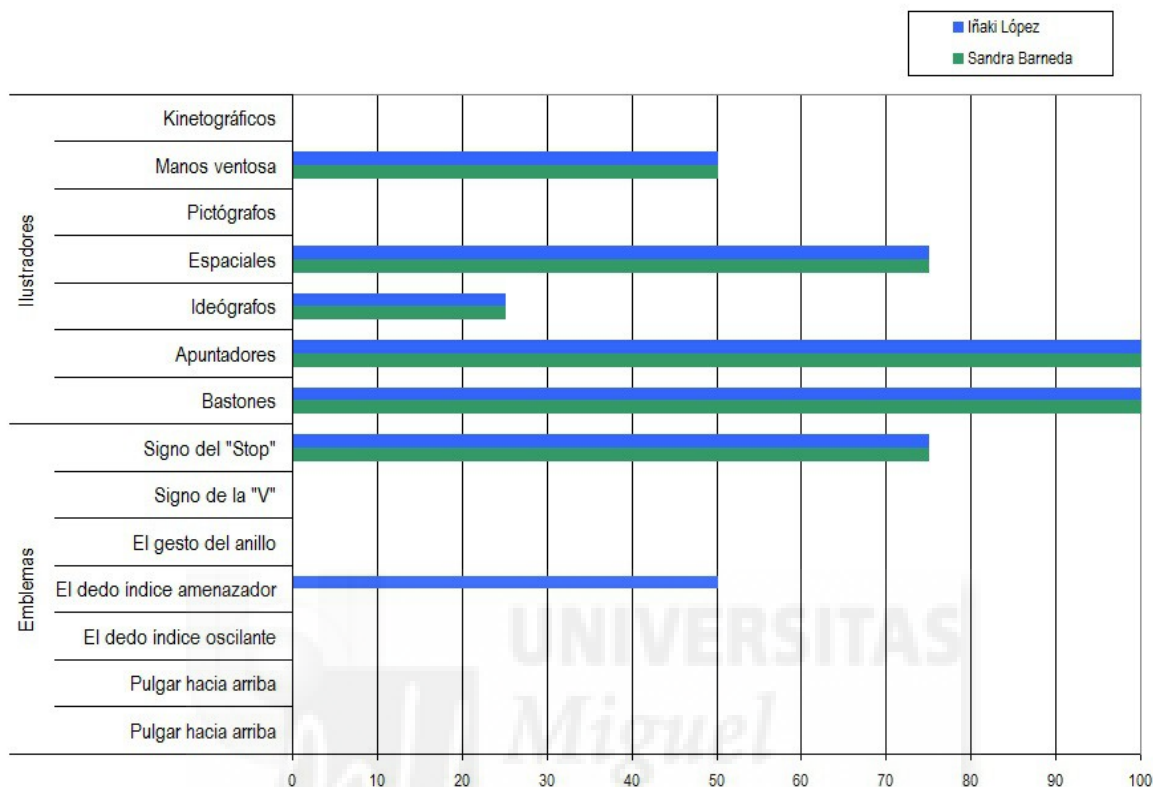


Fig. 10. Otros movimientos con las manos.

Independiente a lo anterior, se ha querido analizar la tipología de gestos explicada en el epígrafe 3.2. Una aproximación a la comunicación verbal y no verbal, de una manera más desglosada, y haciendo hincapié en los Emblemas y los Ilustradores.

De esta primera subcategoría mencionar el gesto en el que el brazo está completamente extendido y las manos están en ángulo recto al brazo, en señal de detener a la persona que está hablando en ese momento. Es un gesto que el presentador de *La Sexta Noche* repite con mucha frecuencia. En menor medida, también lo realiza la presentadora Sandra Barneda, pero el brazo no está extendido completamente. Como acompañante a este gesto está lo que se conoce como el dedo índice amenazador, un gesto con una connotación negativa y agresiva pero que en este caso es, valga la redundancia, un mero compañero del gesto realizado con la mano y el brazo.

Aun así, de esta clasificación los gestos más empleados son los ilustradores, aquellos unidos al discurso y cuya función es la de reforzar el significado de aquello que se expresa verbalmente. A su vez, los ilustradores más utilizados por ambos presentadores son los conocidos como Bastones o batuta, que marcan el ritmo del pensamiento. Por su parte, los apuntadores aparecieron de forma similar, cuando los presentadores señalaban a algún contertulio y a sus copresentadores para otorgarles su turno de palabra o para dirigirse a la misma audiencia cuando hablan directamente a cámara. Los espaciales, se manifiestan de una manera menos acusada pero con un nivel de repetición alto. Este tipo de gestos favorece la descripción del espacio ilustrado en el discurso.

Los gestos ventosa surgen de forma más notoria en la presentadora Sandra Barneda, especialmente, en momentos en los que se dirige directamente al personaje entrevistado y a los telespectadores. Aun a pesar de la incertidumbre que envuelve a esta clase de ilustradores, la mayoría de la bibliografía consultada para este estudio afirma que denota firmeza y seguridad.

En el caso de Iñaki López aparecen puntualmente, con un grado de reiteración medio, atendiendo a la totalidad temporal del programa, cuando también se dirige directamente a cámara.

En ambos casos, la presencia de los ilustradores ideográficos, pictográficos y kinetográficos resumiéndose los primeros a una o dos repeticiones en contexto donde hay que resaltar posturas de a favor o en contra. Las dos subcategorías siguientes no tiene presencia en ninguno de los sujetos asumiendo que su ausencia con un valor del 0%:

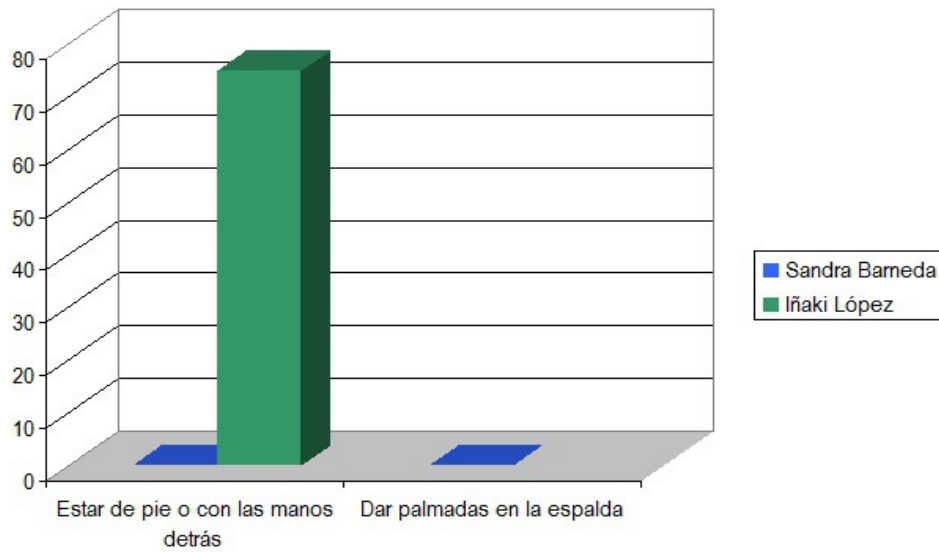


Fig. 11. La espalda.

Dentro de esta categoría, al único sujeto que se puede analizar es al presentador de *La Sexta Noche*, Iñaki López. En una escala alta de repetición, el movimiento dominante es el denominado Estar de pie o con las manos atrás, el cual posee un significado persuasivo favorable. Se trata de un gesto asociado a la confianza, autoridad y poder. Cualidades ventajosas para un presentador al frente de este tipo de programas.

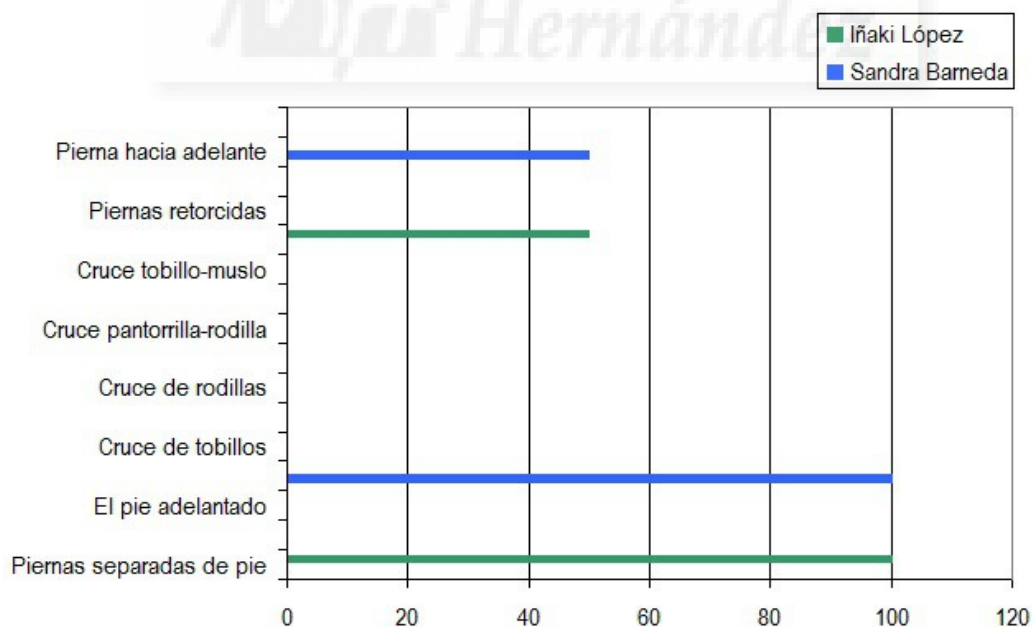


Fig. 12. Movimientos con las piernas.

Respecto a los movimientos de las piernas, Iñaki López sólo registra las posiciones Piernas separadas de pie, con una escala muy alta de repeticiones, añadiendo un ligero movimiento hacia delante y hacia atrás innato de su persona cuando realiza su labor mediador. Y estando sentado, su cuerpo está ligeramente inclinado hacia delante y sus talones están próximos entre sí, si llegar a tocarse. Este segundo gesto tiene un nivel de reiteración bajo, teniendo en cuenta que el tiempo que pasa sentado, supone menos de la mitad de la duración completa del programa.

Por su parte, Sandra Barneda se encuentra sentada todo el programa, y las posiciones que más predominan, y aparecen de forma alterna, y las que entendemos que son su pose natural estando sentada, son la de Piernas cruzadas sentado/a. Seguido de Pierna hacia delante, en minutos precisos, donde muestra el interés por la conversación.

La tercera área de estudio que se expone aquí es la proxémica. Disciplina que estudia la distancia que guardan los individuos entre sí.

Los dos presentadores muestran una distancia social durante todo el programa. No existe ningún tipo de contacto físico entre el presentador y los tertulianos e invitados al programa. No obstante, sí hay pequeños acercamientos que casi rebasan la frontera entre distancia social y personal. Esta última propia de encuentros con personas conocidas, compañeros de trabajo, vecinos, etc.

Por último, y como se plantea en el marco teórico de este estudio, en particular, dentro del subapartado 3.1.3. *La figura del presentador*. El moderador tiene la tarea de moderar las intervenciones de los diferentes participantes del programa: controla el tiempo, establece los turnos y apacigua los intercambios más acalorados con el fin de mantener el orden. Sin embargo, se puede apreciar, que en géneros como el debate de actualidad, la tertulia, y por supuesto, el infoshow, formato que agrupa a los dos primeros, el moderador pueden adquirir un papel en el que da su opinión como otro colaborador y participa en el debate. En esencia, existe un menor grado de formalidad y uno mayor de flexibilidad.

De igual modo, uno de los objetivos de este trabajo es comparar los estilos de los dos presentadores, y corroborar si en sus funciones están la de simplemente moderar o ser

un excitador del conflicto entre colaboradores, invitados, y la audiencia. No obstante, las grandes diferencias estilísticas comienzan, en primer lugar, por aquellas referidas a la estructura propia de los programas, que como se explicaba en epígrafes anteriores, se divide en bloques temáticos. Sendos programas comienzan con una entrevista, y en concreto, al mismo personaje, la por entonces candidata a la alcaldía de Madrid, Manuela Carmena. Este bloque de conversaciones presentador-contertulios- invitado prosigue con la diferencia que en *La Sexta Noche*, dicha entrevista fue realizada por el presentador en un periodo de tiempo anterior y que se emite en forma de reportaje audiovisual en la pantalla principal del plató. Por el contrario, en *Un Tiempo Nuevo* es el invitado quien asiste al programa.

Ahora bien, las semejanzas se alejan cuando el bloque cambia y pasa a la sección de debate. Mientras en *La Sexta Noche*, el presentador se sitúa de pie con sus colaboradores a ambos lados, y así, hasta la finalización del programa. En *Un Tiempo Nuevo*, el debate, o más bien tertulia, se produce alrededor de una mesa presidida por Sandra Barneda. Después vuelve hacer una nueva entrevista a otro personaje de actualidad, y de nuevo regresa al debate, esta vez, si una mesa, un indicativo de lo que la evolución del programa a una posición más relajada e informal.

Asimismo, los estilos de los dos presentadores, en general, son bastante neutrales en lo que respecta a su comportamiento verbal y no verbal. No obstante, como se ha venido diciendo en los párrafos previos, el enfoque discursivo y formal, y el tipo de audiencia que han querido reunir cada programa, es lo que provoca la diferencia entre ellos.

La Sexta Noche posee un tratamiento dedicado en mayor medida al análisis político. Ha sabido combinar el periodismo más crítico con la esencia de la tertulia televisiva, con unos colaboradores, convertidos en personajes con unos roles muy diferenciados, que despierten el conflicto. Esto provoca que el estilo del presentador Iñaki López sea de un carácter más serio.

Por su parte, la presentadora de *Un Tiempo Nuevo*, Sandra Barneda, se encuentra sentada durante todo el programa, lo que parece indicar que el enfoque del programa está más próximo a la realidad social, y no tanto a la política. El estilo de mediación de la presentadora es serio, pero se puede apreciar un componente más informal, propio de los magazines matinales, tales como *Espejo Público*, emitido en Antena 3.

6. DISCUSIÓN.

Este trabajo tuvo como propósito entender con más detalle los nuevos programas televisivos surgidos de la hibridación de géneros y formatos, a los que hoy se conoce como infoshows. Y especialmente, investigar cómo y en qué medida influye la comunicación verbal y no verbal de los presentadores en su forma de dirigir estos programas. Así como también la comparación de los estilos de estos profesionales en los programas muestreados, en cuanto a sus posturas de mediadores o excitadores del espectáculo.

Ahora bien, en base a los resultados obtenidos, se puede discutir lo siguiente:

Los medios de comunicación son una pieza clave en la sociedad humana, en su función de facilitar información al espectador. Y aún más, en la de proporcionar entretenimiento, tal y como exponía Cebrián Herreros (1992). El infoshow proporciona información y entretenimiento en un mismo paquete, y dadas las características expuestas en el marco teórico, se puede afirmar que se cumple la primera de las hipótesis: los programas seleccionados encajan dentro de la categoría de Infoentretenimiento, tendencia que busca primordialmente la generación de espectáculo.

Como se ha observado en los gráficos expuestos anteriormente, se puede decir que la manera de comunicarse de los presentadores si influye en su forma de mediar el programa.

El análisis paralingüístico proporciona unos resultados bastante los similares pero con sutiles diferencias en el timbre de voz, siendo más grave él de la presentadora Sandra Barneda en comparación con él de Iñaki López.

Por su parte, el análisis kinésico muestra lo que diversos autores como Birdwhistell (1979). “La importancia del comportamiento no verbal es incuestionable hasta tal punto que algunas investigaciones apuntan a que entre el 60 y 65 por ciento del significado de una comunicación se obtiene de forma no verbal”. Y aún más si exhibe a través de cualquier medio audiovisual como la televisión.

En las observaciones realizadas se identificó que los movimientos con mayor carga de significación eran los realizados con las manos, y en especial, los gestos denominados ilustradores. Aquellos gestos o actos no verbales que acompañan al discurso verbal, reforzándolo. Seguido de la mirada, un indicador de atención hacia la persona que

habla, y de la cual podemos transmitir una cantidad bastante grande de información. Además de la postura corporal, donde ambos presentadores se mantienen erguidos, y de forma alterna, en una posición inclinada hacia delante, actitud que indica interés y atención por el hablante. Estos datos son comparables con aquellas investigaciones centradas en el análisis de la comunicación no verbal de representantes políticos en contextos de debate electoral.

Entre los dos presentadores, destacar que no existen grandes diferencias entre ellos, en lo referido a la comunicación no verbal. Por supuesto, el género es un factor importante, pero dicha cuestión no es una variable que atañe a este estudio. En lo que atañe al discurso formal y el enfoque del propio programa, mencionar, de nuevo, que *La Sexta Noche* se aproxima al análisis político y de actualidad más puro y crítico, y *Un Tiempo Nuevo*, más cercano a la realidad social.

Siendo ambos periodistas profesionales con un gran control sobre su presencia en el programa, su voz, la forma de hablar y de moverse por el, y en general, con la comunicación entre ellos y los personajes que les asisten, eran de esperarse estos resultados. Por lo tanto, es evidente que los datos de cada subcategoría o gesto sean muy reiterativos, y por ello, se reporten como movimientos inconscientes de la persona.

De estos datos se puede concluir que la figura del presentador del programa, y el comportamiento de éste influye. El presentador entra en escena y da identidad al programa, crea el ambiente y atrapa al público para que se quede, tal y como apunta Prado (1992). Sin embargo, no hay que menospreciar la labor de los colaboradores pues a fin de cuentas ellos son los que crean el espectáculo, y en parte, fidelizan a la audiencia que esperan a la próxima emisión del programa. Pero, como se ha dicho en varias ocasiones en el texto, es el presentador el encargado de detenerlo o dejar que fluya esperando en qué dirección seguirá la conversación, siendo esta segunda opción por la que ambos presentadores optarán. Verdad, que los dos, como se ha expuesto en el análisis kinésico, realizan de forma continuada movimientos con el fin de detener la conversación, más o menos acalorada, entre varios de los tertulios, y que siempre parecen estar en alerta ante cualquier futuro enfrentamiento. Sin embargo, se percibe una espera antes de detener y hacer callar a los colaboradores.

Esto indica que, aunque la postura de moderador sigue ostentándola, si deja paso a la actitud en la que propicia y consiente cierta hostilidad, y por tanto, el espectáculo.

Ya lo decía Prado (1999), “el infoshow subsume en sus fórmulas elementos de los géneros informativos, de los de ficción y de los de entretenimiento. Representa una nueva forma de presencia de la información que se espectaculariza en sus formas...”.

Por otra parte, ya desde la fase de documentación se percibió que no había ningún estudio como el que se plantea aquí. La mayoría de estas investigaciones se centraban en el mero estudio de la comunicación no verbal de uno o dos sujetos. También en una revisión bibliográfica acerca del término infoentretenimiento y el formato de infoshow, o el análisis estructural de los programas. Pero en ningún caso ambas temáticas no se habían unido en una misma investigación, en la que se tuviera como objetivo el análisis comparativo de dos presentadores en un formato concreto como es el infoshow.

De esta manera, la comparación de los resultados con los obtenidos por otros autores o en proyectos similares no es totalmente posible. Sin embargo, cabe mencionar que en aquellos que analizan la comunicación no verbal de candidatos políticos, la resolución de sus investigaciones era bastante similar a la de este estudio. No en términos absolutos porque algunas variables eran diferentes pero a nivel general, los movimientos o gestos con mayor porcentaje de repetición eran los mismos. En este caso, gestos con las manos, y sobre todo, los que se denominan ilustradores, la mirada y la postura corporal.

Además de que ha supuesto una clara limitación a la hora de encontrar referentes previos, en especial, para elegir la metodología adecuada.

No obstante, la cantidad de información sobre géneros y formatos televisivos y la teoría sobre el análisis de la comunicación, tanto verbal como no verbal, ha sido por el contra, una ventaja en la recopilación de la información que después serviría de marco teórico.

Asimismo, resulta oportuno mencionar que algunos de los elementos analizados en la ficha son reproducidos de forma inconsciente. De tal modo, que la validez de la herramienta se centra en determinar si la comunicación de ambos presentadores afecta a su manera de mediar y dirigir el programa.

Y que el tamaño de la muestra, un solo programa parte de una temporada mucho más amplia, no permite generalizar las conclusiones a todos los presentadores ni a todos los programas del medio televisivo nacional ni internacional, si nos aventuramos más allá.



7. CONCLUSIONES.

Gracias al visionado de los programas de muestra y al análisis de la comunicación de los presentadores se ha refutado una vez más el hecho de que la forma en la que el ser humano se comunica es determinante para cualquier acto de comunicación en el que se pretende mandar un mensaje. El mundo audiovisual, y más en concreto, el de la televisión, se ha percatado de ello, y lo utiliza a su favor, en los nuevos formatos de infoentretenimiento que han ido surgiendo desde hace unos años, y que hoy por hoy, dominan la programación televisiva.

Por ello, la realización de una investigación sobre la comunicación verbal y no verbal de los presentadores de infoshow ayuda a entender más el fenómeno del infoentretenimiento que actualmente está en auge en el medio televisivo. Y, por supuesto, conocer los desafíos a los que se enfrentará el periodismo y la comunicación audiovisual.

Por otra parte, a través de la metodología empleada, que combina el método cualitativo y cuantitativo se ha podido evitar las posibles deficiencias o puntos débiles que han podido tener otros estudios de este ámbito. Así como definir los aspectos fundamentales en los que se basa este proyecto. Se puede decir que el análisis de contenido, a través de la elaboración de una ficha, es la técnica apropiada en este caso debido a la posibilidad que ofrece de recopilar, procesar y evaluar grandes cantidades de información.

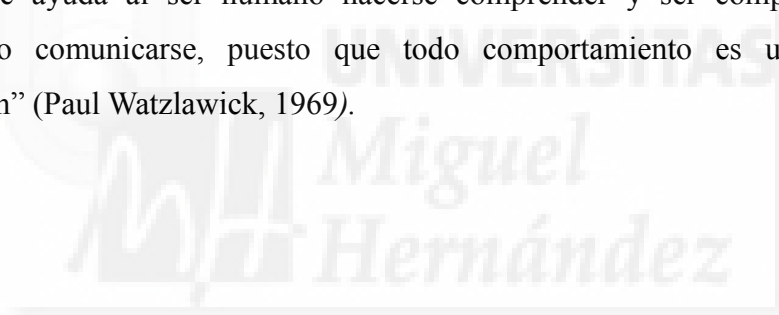
Este estudio pone de manifiesto la importancia de la comunicación verbal y no verbal en el ámbito televisivo, y en concreto, en los formatos propios del infoentretenimiento como el infoshow. Además de enriquecer la investigación aportando, no un nuevo punto de vista, pero sí unos nuevos sujetos de análisis, los presentadores Iñaki López y Sandra Barneda.

En relación a los resultados obtenidos, se puede concluir que cualquier movimiento corporal tiene un gran nivel de significación, siendo aquellos realizados con los brazos, y por extensión, las manos, los de mayor grado. Seguido de la postura corporal y la mirada. La voz, su intensidad y tono, o los silencios también son relevantes en cualquier acto comunicativo, y en el ámbito profesional en el que se mueven los presentadores aún más, ya que son la figura de la que emana la identidad del programa, el principal elemento distintivo, y en ocasiones, el reclamo del público, junto con los colaboradores.

Todos estos componentes de la comunicación pueden llevar una intención, a veces oculta, que se traslada en el enfoque o la manera de dirigir el programa. ¿El presentador tomará el enfoque tradicional y se limitará a la mera moderación del debate o se adaptará a las características del formato infoshow permitiendo la evolución ascendente del conflicto?

Según este estudio, ambos presentadores no abandonan de modo radical la actitud clásica de moderador, pero si se ven influenciados cada vez más por el *reality show* u otros formatos de la telerrealidad, en los que la creación del espectáculo, a través de la confrontación de ideas y/o opiniones prima antes que la propia información. No obstante, el contenido informativo es de gran importancia en sendos programas, siendo *La Sexta Noche* más proclive a la política, y *Un Tiempo Nuevo* a temas de actualidad ciudadana.

La comunicación con sus elementos verbales y no verbales es el instrumento más completo que ayuda al ser humano hacerse comprender y ser comprendido. “Es imposible no comunicarse, puesto que todo comportamiento es una forma de comunicación” (Paul Watzlawick, 1969).



8. BIBLIOGRAFIA.

- AGUILERA, M. (1995). *El telediario, un proceso informativo. Análisis e historia*. Barcelona, Editorial Mitre.
- BALADRÓN PAZOS, A. J. (2004). *Violencia y publicidad televisiva. De la violencia como recurso creativo a la publicidad como violencia*. Murcia: Quaderna editorial.
- BARTHES, R. (1990). *Lo obvio y lo obtuso: imágenes, gestos, voces*. México: Paidós.
- BETTETINI, G. (1996). *La conversación audiovisual*. España: Editorial Cátedra.
- BIRDWHISTELL, R. (1952). *Introduction to Kinesics*: MacMillan.
- BLAS ARROYO, J. L. (1998). Funciones y estructuras discursivas del moderador en el debate político. En *Langues et Linguistique*. Nº 24, (Págs. 35-57).
- BLASCO DUATIS, M (2013). Propuesta metodológica para el análisis de la tertulia política en televisión [Abstract]. *Thesis Abstracts*.
- BRENES PEÑA, E. (e.p.). *Tertulia televisiva y descortesía verbal. Análisis pragmalingüístico*. Bern: Peter Lang.
- BRENES PEÑA, E (2013a). La descortesía mediático-lúdica en los programas de entretenimiento. El rol del jurado agresivo. En *Imagen social y medios de comunicación*, Madrid: Arco Libros (Págs. 145-168).
- BRENES PEÑA, E (2013b) La descortesía verbal en el medio televisivo. Análisis comparativo de tertulias políticas y de crónica social. En *(Des)cortesía para el espectáculo: estudios de pragmática variacionista*, Madrid: Arco Libros.
- CAMACHO VILA, J. (n.d.) *La nueva era del infoshow: Sálvame Diario, el formato híbrido en la televisión española* (Trabajo de Fin de Grado). CEU-Universidad Cardenal Herrera. Valencia.
- CARRILLO, N (2013). El género-tendencia del infoentretenimiento: definición, características y vías de estudio. En *Infoentretenimiento. El formato imparable de la era del espectáculo*. (Págs. 33-58).
- CEBRIÁN HERREROS, M. (1992). *Géneros informativos audiovisuales: radio, televisión, periodismo gráfico, cine, video*. Madrid: Ciencia.

- CEBRIÁN, M. (1998). *Información televisiva. Mediaciones, contenidos, expresión y programación*. Madrid: Síntesis.
- CEBRIÁN, M. (2004). *La información en televisión. Obsesión mercantil y política*. Barcelona: Gedisa.
- GECA. PÉREZ DE LA SILVA, J. (2000). *La televisión ha muerto. La producción audiovisual en la era de internet: la tercera revolución industrial*. Barcelona, Gedisa.
- CHARAUDEAU, P. (2003). *El discurso de la información. La construcción del espejo social*. Barcelona: editorial Gedisa.
- COLOMBO, F. (1976). *Televisión: La Realidad como espectáculo*. España: Editorial Gustavo Gili.
- DAVIS, F. (1993). *La Comunicación no verbal*. México: Editorial Alianza.
- ELÍAS, C. (2004). *Telebasura y periodismo*. Madrid: Libertarias.
- FLUSSER, V. (1994). *Los gestos: Fenomenología y Comunicación*. México: Herder.
- GARCIA, A. (2004). *Esta es mi historia*. Madrid: La esfera de los libros.
- GARCÍA GALERA, M. J. (2000). *Televisión, violencia e infancia. El impacto de los medios*. Barcelona: Gedisa.
- GARCÍA JÍMENEZ, J. (2000). *Información Audiovisual. Los géneros*. Madrid: Paraninfo.
- GONZÁLEZ MELÓN, E (2013). *Uso y función de los marcadores del discurso en el discurso argumentativo oral: desde la tertulia hacia el debate político televisivo*. Dpto. de Filología Hispánica y Clásica, Universidad de León. Tesis doctoral.
- GONZÁLEZ REQUENA, J. (1989). *El espectáculo informativo o la amenaza de lo real*. Madrid: Editorial Akal.
- GONZÁLEZ REQUENA, J. (1992). *El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- GONZÁLEZ SANZ, M; BRENES PEÑA, E (2013). El nuevo moderador. En *Imagen social y medios de comunicación*, Madrid: Arco Libros, N°1. 2011 (Págs. 95-120).

- GOMÉZ CALDERÓN, B.J., y LEÓN GROSS, T (2011). La tertulia en España: medios públicos, última frontera de la pluralidad. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. Vol. 17, Nº. 1. 2011 (Págs. 67-80).
- GITLIN, T. (2005). *Enfermos de información. De cómo el torrente mediático está saturando nuestras vidas*. Barcelona: Paidós.
- HERNÁNDEZ HERRARTE, M., y RODRÍGUEZ ESCANCIANO, I (2009). Investigar en comunicación audiovisual: un modelo para el análisis del comportamiento kinésico de líderes políticos y para la determinación de su significación estratégica. *Enseñanza & Teaching*. Nº 27. 2009 (Págs. 61-94).
- HERNÁNDEZ HERRARTE, M., y RODRÍGUEZ ESCANCIANO, I (2010). Análisis de la comunicación no verbal de José Luis Rodríguez Zapatero. En *Revista Latina de Comunicación Social*. Nº 65. 2010 (Págs. 436-450).
- IMBERT, G. (2003). *El zoo visual. De la televisión espectacular a la televisión especular*. Barcelona: Gedisa.
- PALACIO, M (2001). *Historia de la televisión en España*. Barcelona: Gedisa.
- PALACIO, M.; CONTRERAS, J.M. (2001). *La programación de televisión*. Madrid: Síntesis.
- PEASE, A. 1997 *El lenguaje del cuerpo*. México: Paidós.
- PRADO, E. (2003). *La espectacularización de la realidad, El Anuario de la Televisión 2003*. Madrid.
- PRADO, E.; DELGADO, M.; GARCÍA, N.; HUERTAS, A.; LARREGOLA, G. y PERONA, J.J. (1999). El fenómeno Infoshow: la realidad está ahí fuera. En *Área 5. Revista de Comunicación Audiovisual y Publicitaria*. Nº 6. 1999 (Págs. 197-210).
- POLONIATO, A (2005). *Géneros y formatos para el guionismo en televisión educativa: escenarios actuales y futuros*. México – Madrid: ILCE – ATEI.
- REBEL, G. (2001). *El lenguaje corporal*. México: Bolsillo Edaf.
- SALGADO LOSADA, S (2010). Actualidad, humor y entretenimiento en los programas de televisión: de la terminología a la realidad profesional. En *Trípodos*. Nº 27.

2010 (Págs. 59-73).

WILLIAMS, R. (1990). *Television, technology and cultura form*. Madrid: Routledge.

ARANA, M. (2014). "Tertulias políticas: la nueva 'Tómbola' televisiva". [En línea]. URL: <http://www.estrelladigital.es/articulo/television/tertulias-politicas-nueva-tombola-televisiva/20140520181133196852.html> [Última consulta:05/04(2015)].

BERROCAL GONZALO, S.; REDONDO GARCÍA, M, y CAMPOS DOMÍNGUEZ, E (2012). "Una aproximación al estudio del Infoentretenimiento en Internet: origen, desarrollo y perspectivas futuras" [En línea]. En *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*. Núm 4. Castellón: Asociación para le Desarrollo de la Comunicación adComunica, Universidad Complutense de Madrid y Jaume I, 63-67.

URL: <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2012.4.5>. [Última consulta: 20/04/2015].

BROC, D. (2013). "En tiempos de crisis, las tertulias políticas son la estrella" [en línea]. URL: http://www.playgroundmag.net/articulos/columnas/tiempos-crisis-tertulias-politicas-estrella_5_1056544337.html [Última consulta: 05/04/2015].

GUTIÉRREZ LOZANO, J.F. (2005). "La presencia del debate en televisión y su utilidad en la calidad de las programaciones" [En línea]. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*. N° 25, 2, 1134-3478. URL:<https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/36946/35755> [Última consulta: 07/04/2015].

GUTIÉRREZ SAN MIGUEL, B (2010). "El tratamiento de las noticias televisivas a debate: de la información a la dramatización" [En línea]. En *Revista Latina de Comunicación Social*, N° 65, Universidad de La Laguna, (Págs. 126-145). URL:http://www.revistalatinacs.org/10/art/888_Salamanca/10_Begona_Gutierrez_et_al.html [Última consulta: 05/04/2015].

HERNÁNDEZ, C. (2014). “El auge de las tertulias políticas: entre la crisis, el 'efecto Iglesias' y las inquietudes ciudadanas” [En línea].

URL: <http://www.20minutos.es/noticia/2283557/0/tertulias-politicas/debates-politicos/lasexta-noche/> [Última consulta: 05/04/2015]

NEBREDA, DANIEL. (2014). “La edad de oro de las tertulias políticas en televisión”.

URL: <http://laguiatv.abc.es/audiencia/20140701/abci-debates-como-generola-edad-201407010648.html> [Última consulta: 16/03/2015]

PRIETO, C (2015). “Telecracia: la televisión y la política” [En línea].

URL: <http://www.cambio16.com/reportajes/telecracia-la-television-se-hace-politica/> [Última consulta: 05/04/2015].

RICO JERÉZ, M (2014). “Aplicación de los géneros informativos e interpretativos en las tertulias políticas” [En línea]. *En Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. Vol.

20, N° 2. 2014 (Págs. 873-884).

URL: <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/47060/44131>.



9. ANEXOS.

ANEXO 1. Ficha de análisis 1ª Parte – Estudio Paralingüístico.

PARALINGÜÍSTICA		
	Sandra Barneda de <i>Un Tiempo Nuevo</i>	Iñaki López de <i>La Sexta Noche</i>
Tono.		
Ascendente		
Descendente	X	X
Mixto		
Ritmo.		
Rápido (+ 200 palabras/min)		
Lento (- 100 palabras/min)		
Medio (100 – 200 palabras/min)	X	X
Volumen.		
Bajo		
Alto	X	X
Silencios.		
Timbre.		
Agudo		
Medio	X	X
Grave		

ANEXO 2. Ficha de análisis 2ª Parte – Estudio Kinésico.

SISTEMA GESTUAL							
Significado Persuasivo			Repeticiones				
Favorable	Neutral	Desfavorable	Baja (1)	Media (2)	Alta (3)	Muy Alta (4)	Nula (0)

KINESIA				
	SIGNIFICADO PERSUASIVO		REPETICIONES	
1. POSTURA CORPORAL	<i>Sandra Barneda</i>	<i>Iñaki López</i>	<i>Sandra Barneda</i>	<i>Iñaki López</i>
1.1. De pie				
Acercamiento		Favorable		Muy Alta
Expansión				
Retirada				
Contracción				
1.2. Sentado/a				
Erguido/a	Favorable	Favorable	Muy Alta	Media
Inclinado/a hacia adelante.	Favorable	Favorable	Alta	Media
Inclinado/a hacia atrás.			Baja	
2. GESTOS				
2.1. Gestos Faciales				
2.1.1. Emociones del rostro				
Alegría	Favorable	Favorable	Baja	Baja
Tristeza				
Miedo				
Ira				
Asco				
Desprecio				
Sorpresa	Neutral		Baja	
Neutra	Favorable	Favorable	Muy Alta	Muy Alta
2.1.2. Cabeza				
Asentimiento.	Favorable	Favorable	Alta	Alta
Negación.				
Volver la cabeza				
Cabeza levantada	Neutral	Neutral	Muy Alta	Muy Alta

Cabeza alta y hacia atrás				
Cabeza ladeada				
Cabeza hacia abajo				
Cabeza apoyada en los dedos	Favorable		Alta	
Señalización				
2.1.3. La mirada				
Laboral	Favorable	Favorable	Muy Alta	Muy Alta
Social				
Íntima				
De reojo				
2.1.4. Las cejas				
Subir las cejas				
Bajar las cejas/fruncir el ceño	Desfavorable	Desfavorable	Media	Media
Elevamiento de una ceja	Neutral		Baja	
2.1.5. La sonrisa				
Auténtica	Favorable	Favorable	Media	Media
Amortiguada (labios apretados)				
Triste				
Conquistadora				
Mitigadora				
De turbación				
Falsa				
2.2. Gestos corporales				
2.2.1. Brazos				
Brazos arriba		Desfavorable		Baja
Brazos abajo	Neutral	Neutral	Muy Alta	Muy Alta
Brazos abiertos		Favorable		Baja
Brazos abajo con puños cerrados				
Cruce de brazos				
Cruce de brazos con pulgares arriba		Favorable		Alta
El abrazos de los dos				

brazos				
Frotar las manos				
2.2.2. Las manos				
Palma de la mano hacia arriba				
Palma de la mano hacia abajo				
Puño cerrado levantado				
Ambos puños cerrados		Desfavorable		Media
Manos unidas	Desfavorable	Desfavorable	Alta	Alta
Manos unidas a la espalda		Favorable		Alta
Mano que sujeta la muñeca				
Mano sujeta un objeto	Neutral		Muy Alta	
Enseñar los pulgares				
2.2.3. Gestos ilustradores con las manos				
EMBLEMAS				
Pulgar hacia arriba				
Pulgar hacia arriba				
El dedo índice oscilante				
El dedo índice amenazador		Desfavorable o Neutral		Media
El gesto del anillo				
Signo de la "V"				
Signo de "Stop"		Favorable		Alta
ILUSTRADORES				
Bastones	Favorable	Favorable	Muy Alta	Muy Alta
Apuntadores	Neutral	Neutral	Muy Alta	Muy Alta
Ideógrafos	Favorable	Favorable	Baja	Baja
Espaciales	Favorable	Favorable	Alta	Alta
Pictógrafos				
Manos ventosa	Favorable	Favorable	Media	Media
Kinetográficos				
2.2.5. La espalda				
Estar de pie o con las		Favorable		Alta

manos detrás				
Dar palmadas en la espalda				
2.2.6. Las piernas				
Piernas separadas de pie		Favorable		Muy Alta
Piernas juntas de pie				
El pie adelantado				
Piernas cruzadas sentado/a	Favorable		Muy Alta	
Cruce de tobillos				
Cruce de pantorrillas				
Cruce de rodillas				
Cruce de muslos				
Cruce pantorrilla-rodilla				
Cruce tobillo-rodilla				
Cruce tobillo-muslo				
Toque de talones		Neutral		Media
Piernas retorcidas				
Posición de salida				
Pierna hacia adelante		Favorable	Media	
Piernas hacia atrás				

ANEXO 3. Ficha de análisis 3ª Parte – Estudio Proxémico.

PROXÉMICA		
	<i>Sandra Barneda</i>	<i>Iñaki López</i>
Íntima		
Personal		
Social	X	X
Pública		

