

Análisis comparativo del comportamiento kinésico de las presentadoras de magazine en la televisión generalista

María Hernández Herrarte
Universidad Europea Miguel de Cervantes
mhernandez@uemc.es

Patricia Zamora Martínez
Universidad de Valladolid
patricia.zamora@alumnos.uva.es

Resumen: *El presente trabajo hace un estudio comparativo de la comunicación no verbal de las presentadoras de televisión Susana Griso, Ana Rosa Quintana y Mariló Montero en sus respectivos magazines de mañana: 'Espejo Público', 'El programa de Ana Rosa' y 'La mañana de La 1', en la temporada 2012-2013. A través de la metodología del análisis de contenido se ha conseguido obtener unos patrones de comportamiento kinésico distintos para cada una de las tres presentadoras. Asimismo, también se ha establecido una comparativa acerca de la eficacia de su comunicación no verbal vinculándolo a los datos de 'share' de cada espacio televisivo.*

Palabras clave: *comunicación no verbal, comportamiento kinésico, análisis de contenido, comunicación audiovisual, presentadoras de magazine.*

Abstract: *This paper makes a comparative study of the non-verbal communication of three television hosts: Susana Griso, Ana Rosa Quintana and Marilo Montero in their respective morning magazine TV shows: 'Espejo Público' (Public mirror), 'El Programa de Ana Rosa' (Ana Rosa's program) and 'Las Mañanas de la 1' (The morning of Channel 1), over the 2012-2013 season. Through content analysis methodology, it has been possible to get several kinesic behaviour patterns for each of the three hosts. Besides, a comparison about the effectiveness of their non-verbal communication has also been established by linking them to 'share' data of each TV show.*

Keywords: *non-verbal communication, kinesic behaviour, analysis methodology, audiovisual communication, televisión hosts.*

Recibido: 28 de marzo de 2017
Aceptado: 14 de julio de 2017

1. Introducción. Objetivos e hipótesis de investigación

Este trabajo de investigación parte del estudio de la eficacia comunicativa que despliegan las presentadoras de magazine en la franja de mañana de las principales cadenas generalistas españolas. El punto de partida se vertebra en la comparativa del comportamiento kinésico que muestra cada una de ellas vinculándolo a su éxito en términos de audiencia. Para ello se ha realizado un análisis científico y riguroso en el que, a través de un análisis de frecuencias, se ha determinado quiénes muestran patrones gestuales acordes con significados positivos en el ámbito audiovisual. Así, tras realizar un marco teórico que dota de sentido y profundidad al objeto de la investigación, se ha utilizado como metodología el análisis de contenido aplicado al comportamiento kinésico de las presentadoras seleccionadas¹. Los resultados de este análisis se muestran en una serie de gráficos que a su vez se plasman en una batería de conclusiones detalladas al final de este artículo.

El estudio se centra en tres cadenas generalistas, una pública y dos privadas: TVE, Antena 3 y Telecinco. Las conductoras de los magazines en franja matutina objeto de este análisis son Mariló Montero (TVE, La Mañana de la 1) Susana Griso (Antena 3, Espejo Público) y Ana Rosa Quintana (Telecinco, El programa de Ana Rosa). El marco temporal seleccionado comprende la temporada televisiva 2012-2013 y la semana analizada, dentro de esta temporada, va desde el lunes 15 al jueves 18 de abril de 2013 –no se incluye en la observación el viernes al no emitirse el programa La Mañana de la 1–.

La hipótesis que condensa el objetivo principal del trabajo se resume del siguiente modo:

El comportamiento kinésico es uno de los factores que interviene de forma determinante para la consecución de una comunicación eficaz en televisión, motivo por el que puede contribuir a lograr mayores índices de audiencia en programas de entretenimiento tipo magazine.

De esta hipótesis subyacen varios interrogantes, resueltos en las conclusiones del artículo, que a continuación detallamos:

¿Qué presentadora muestra un comportamiento postural más acertado en términos de éxito comunicativo?

¿Quién gestiona de forma más adecuada su gestualidad facial?

¿Qué periodista realiza movimientos de manos más expresivos en términos de positividad comunicativa?

2. Marco teórico

La mayor parte de los individuos se ha percatado en alguna ocasión de la cantidad de información que puede transmitir un gesto, y la mayoría de nosotros creemos sacar

¹ Esta metodología de análisis ha sido validada en el artículo científico 'Investigar en comunicación no verbal: un modelo para el análisis del comportamiento kinésico de líderes políticos y para la determinación de su significación estratégica', publicado en *Enseñanza & Teaching*, 27 (2009).

de ellos más información que la que obtenemos de las propias palabras. La comunicación no verbal (a partir de ahora CNV) ha sido una pseudociencia que ha interesado a los más diversos campos de investigación desde tiempos inmemoriales. Ya en el 460 a.C. Hipócrates, el médico más destacado de la antigua Grecia, sostuvo que la salud dependía de la armonía interior y del entorno. La cita latina *mens sana in corpore sano* permite ilustrar el pensamiento que tenía el padre de la medicina, de la que se desprende una indiscutible relación entre el cuerpo y la mente. A partir de este momento muchos han sido los que han dedicado su tiempo a este campo. En el siglo XVIII nos encontramos con los nombres de Engel, Lessing, Lavater y Lichtenberg que serán los que ahonden en el estudio de la expresión. Otro de los imprescindibles es Charles Darwin con su obra *La expresión y las emociones en el hombre y en los animales* (1872) con la que sembró los estudios modernos sobre el lenguaje corporal y, de forma especial, sobre las expresiones del rostro. Más autores que han permitido el avance de la CNV han sido Kretschmer con su obra *Physique and Character*, Sheldon con su publicación titulada *The Variations of Human Physique*, Efron quien trazó, a través de su obra *Gesture and Environment*, los nexos de unión entre la cultura y la gestualidad y Gregory Bateson y Margaret Mead, también lo hicieron con su obra *Balinese Character. A Photographic Analysis*. Además, a estos autores se suman los que formaron parte de la Escuela de Palo Alto (California): Don Jackson, Edward T. Hall y Erving Goffman, “para ellos la comunicación verbal y no verbal era un todo integrado sin oposición entre ambas” (Escanciano & Hernández, 2009:6).

En todo este recorrido por los padres de la CNV hay que hacer una parada importante en dos grandes estudiosos del lenguaje no verbal. En primer lugar, está Ray Birdwhistell y su obra *Introduction to kinesics* (1952) y en segundo lugar, tenemos a Edward T. Hall y *The Silent Language* de 1959. Ambos son los pioneros en el estudio de los gestos, las posturas y las maneras. Es lo que hoy se conoce con el nombre de kinesiología y proxémica. Otras investigaciones realizadas en este tiempo por más científicos como Argyle, Davitz, Dittmann, Goldman-Eisler, Hess, Kendon, Mehrabian, Rosenthal, Schefflen, Sommer y Trager, han sido el punto de partida de muchas investigaciones posteriores. Paul Ekman y Wallace Friesen revolucionaron a la comunidad científica con sus aportaciones sobre la universalidad de determinados gestos en 1969. Ambos son los creadores de las categorías no verbales de las que forman parte los gestos emblemas, ilustradores, reguladores de la conversación, adaptadores y muestras de afecto. De la misma manera, en 1974, Randall P. Harrison ayudó al desarrollo del lenguaje no verbal realizando una tipología de códigos de CNV que complementan las aportaciones anteriormente expuestas (Davis, 2001: 5-6).

Los estudios durante los años ochenta y noventa fueron en aumento. En este tiempo destacan investigadores como Desmond Morris, Mark L. Knapp, Fernando Poyatos, Julius Fast, James Borg, José Lorenzo García o Philippe Turchet, entre otros. A partir de este momento, son cientos los proyectos, artículos e investigaciones que intentan descubrir los significados que el lenguaje no verbal aporta a la comunicación oral en su máxima extensión. Las disciplinas que se ocupan de estos trabajos pasan por la psicología, la psiquiatría, la antropología, la sociología y la etología.

En este recorrido teórico por los nexos que unen la CNV con la audiovisual es importante definir ambos conceptos. De este modo, uno de los mayores estudiosos en lenguaje no verbal, Mark L. Knapp, sostiene que el concepto ‘no verbal’ se usa “para describir todos los acontecimientos de la comunicación humana que trascienden las

palabras dichas o escritas” (1995:41-42). Por otro lado, el autor y padre de kinesia, Birdwhistell, señala que el movimiento que hacemos con el cuerpo es una forma de comunicación aprendida, pautada dentro de cada cultura y susceptible de analizarse en forma de sistema ordenado de elementos diferenciables: “Esta última idea añade un dato nuevo: la cuestión de la interculturalidad. (...) Cada cultura, cada pueblo e incluso cada comunidad proyectan un lenguaje corporal con características propias” (Birdwhistell, 1979: 26). Por último, Julius Fast aporta otra definición válida en la que se observa cómo no olvida que para comprender el lenguaje corporal es necesario tener en cuenta las diferencias ambientales y culturales para que el análisis no resulte erróneo: “La comunicación no verbal puede comprender cualquier movimiento, reflexivo o no, de una parte o de la totalidad del cuerpo que una persona emplea para comunicar un mensaje emocional al mundo exterior” (1979:5).

Para terminar, señalamos las seis funciones que cumple la CNV: repetición, contradicción, sustitución, complementariedad, acentuación y regulación de la conversación. En cuanto a sus categorías, aunque son decenas las clasificaciones que pueden encontrarse, desde nuestro punto de vista lo más operativo es dividir el comportamiento no verbal en cinco grandes apartados: kinesia (se ocupa del movimiento: los gestos, las posturas y las maneras), proxémica (estudio de las distancias físicas), aspecto físico y apariencia (la forma del cuerpo, la configuración facial, la vestimenta, los complementos, etc.), entorno (el contexto que rodea al sujeto: arquitectura, temperatura, escenario, colores, etc.) y paralenguaje (se refiere a aspectos emocionales relacionados con la modulación de la voz). Desarrollamos a continuación algunos aspectos clave de la kinesia por ser nuestro objeto de estudio en esta investigación.

2.1. El comportamiento kinésico aplicado al ámbito audiovisual

En este apartado se abordarán los principales aspectos de la dimensión corporal, es decir, del comportamiento kinésico, clave para la parte práctica de este trabajo centrado en los patrones gestuales de las presentadoras de magazine. El término kinesia es de origen griego y proviene del prefijo kiné que significa movimiento, configurándose como el sistema más rico de emisión de mensajes. Según Lorenzo García: “(...) si comparamos los repertorios cinéticos de animales y humanos, comprobaremos que nosotros no sólo realizamos actividades encaminadas a la supervivencia, defensa, protección, ocio, etc., sino que también exteriorizamos nuestras capacidades mentales y espirituales” (2000: 71).

Los movimientos, que son aprendidos dentro de una cultura y poseen una compleja estructura muy parecida a la del lenguaje, tienen un valor comunicativo. Esta categoría, por tanto, estudia el comportamiento del cuerpo, los movimientos que se realizan con la cara, así como los otros que también se realizan con las extremidades superiores e inferiores. Movimientos que dotarán de significado el mensaje transmitido y que en la mayoría de las ocasiones actuarán de refuerzo a lo que se expresa con palabras.

Dentro de la kinesia encontramos tres subcategorías: la postura, las maneras y los gestos. Detallamos a continuación sus principales funciones y significados dentro del inventario gestual.

La postura es una de las grandes partes que integran la kinesiología junto con los gestos. Es un aspecto que ha de ser tenido en cuenta por los individuos expuestos al público ya que puede indicar sumisión, tristeza, energía, etc. De hecho, dicen los autores Ricci y Cortesi que la postura “se trata de una señal en gran parte involuntaria que puede participar en el proceso de comunicación” (1980: 36). Asimismo, sostienen que las posturas van a variar en función de la cultura. El autor Jacques Corraze aporta a la definición dada por los dos autores anteriores el hecho de que la postura se va a ocupar también de la orientación de los elementos corporales. Es el elemento más fácil de observar y de interpretar.

Pero es Caballo (1987) quien establece la siguiente tipología de las diferentes posturas que existen: acercamiento (es una postura atenta que se refleja a través de la inclinación hacia delante del cuerpo), retirada (se trata de una postura que se comunica volviéndose para otro lado o retirándose. Es una postura negativa que muestra rechazo o repulsa), expansión (es un tipo de postura que se transmite por el tronco recto o inclinado hacia atrás, por la cabeza erecta y los hombros elevados, así como también por la expansión del pecho. Es una postura de alguien que se presenta como arrogante, orgulloso o engreído) y finalmente, contracción (es una posición cabizbaja, depresiva, abatida incluso, que se comunica a través de un tronco bastante inclinado hacia adelante con la cabeza hundida, los hombros colgando y el pecho hundido).

Las maneras son acciones más o menos conscientes y dinámicas, casi siempre aprendidas y ritualizadas en función del contexto situacional. Normalmente constan de las formas de comer, saludar y andar. No nos detenemos en ellas al no aplicar esta categoría en el análisis kinésico de las presentadoras.

Por otro lado, Judi James señala que la gestualidad facial por ejemplo,

(...) resulta clave en la transmisión comunicativa porque refleja con fuerza el estado de ánimo de un interlocutor. (...) Debemos saber manejar esta gestualidad facial porque determinados movimientos no adecuados, realizados de forma inconsciente pueden contradecir nuestra comunicación no verbal, generar incongruencias y distorsionar el mensaje. Recordemos que las expresiones faciales y la mirada forman una parte fundamental de la kinesiología (2010:93).

El rostro es rico en potencialidad comunicativa. Ocupa un lugar principal en la comunicación de estados de ánimo, muestra actitudes interpersonales y nos da “retroalimentaciones no verbales sobre los comentarios de los demás” (Knapp, 205:229). Hay quienes afirman que, junto con el lenguaje hablado, los gestos que se realizan con el rostro conforman la principal fuente de información.

Dentro de los gestos faciales, nos interesan especialmente los significados que en el contexto del magazine televisado transmiten la mirada y la sonrisa de los sujetos analizados. Así, las señales visuales pueden mostrarnos una gran cantidad de expresiones emocionales y comunicar información muy interesante sobre el estado anímico de los individuos. Dentro de los tipos de miradas destacan:

La mirada firme y franca: indica atención, interés e inteligencia y se produce cuando la mirada es sostenida hacia algo. La mirada feroz: es la comúnmente utilizada por los padres cuando riñen a sus hijos. En este tipo de mirada los ojos contemplan a la víctima muy abiertos y con el ceño fruncido. La mirada huidiza: se produce cuando

alguien logra que su mirada coincida exactamente con la nuestra y nos desagrade ya que creemos que de ese contacto ocular el otro puede captar nuestros pensamientos o secretos más recónditos. La mirada hacia lo alto o hacia arriba: el sujeto está embelesado con algo que le hace mantener su mirada en lo más alto. La mirada desde arriba o de arriba abajo: se trata de una de las formas de “ojo escudado o velado”. La mirada lateral o de soslayo, es la que se muestra cuando se dirige la atención óptica hacia algo y el semblante gira en la misma dirección que la mirada. Pero se puede dar el caso de que individuo no desea que se reconozca esa actitud de atención hacia una determinada dirección. Entonces el rostro se mantiene inmóvil y la mirada gira en la dirección deseada. Esta sería la típica actitud de la persona recelosa, tímida y que desea disimular sus intenciones. Este gesto también es característico de las personas vanidosas y orgullosas que prestan una reprimida atención a los demás y sin embargo no pueden soportar que se las atienda convenientemente (Lorenzo García, 2000: 99). Otro movimiento ocular es el de bajar los ojos, se trata de una señal de humildad, sumisión o modestia. Suele acompañarse de una inclinación de cabeza o doblamiento de la espalda. Por su parte, los ojos desenfocados es un efecto que se produce cuando el sujeto mira hacia el infinito. Es una mirada propia de quien se evade en sus pensamientos, está enamorado o simplemente se halla en una situación de estrés o cansancio y mira desenfocadamente. Finalmente, los ojos brillantes o centelleantes son los que ante una emoción muy intensa contienen el llanto para no romper en lágrimas.

El otro gran apartado de gestos faciales al que es preciso hacer mención es la sonrisa al tener un peso importante en la expresividad del rostro en televisión. La sonrisa puede hacer cambiar la impresión que una persona tiene de nosotros o transformar cualquier situación. Además, tiene un gran poder de seducción sobre los demás. Aunque son muchas los inventarios de sonrisas que han sido formulados, en este análisis utilizaremos el de Paul Ekman (1975) al ser uno de los más completos. Este autor señala los siguientes tipos de sonrisas: auténtica: es la que más dura y la más auténtica, en ella todo el rostro ríe, los labios y las mejillas se elevan y aparecen ‘patas de gallo’ en la zona ocular. De temor: es más horizontal y en ella la emoción no es positiva. De desdén: provoca en las comisuras de los labios un hoyuelo. Amortiguada: los labios se aprietan disimulando los sentimientos positivos. Triste: es asimétrica. Sádica o cruel: los labios se afinan y se eleva el labio superior. Conquistadora: es la que utiliza el flirteador que mira, se aparta y vuelve otra vez de forma furtiva. De turbación: los ojos se apartan y se bajan para no tropezar con los del otro. Chaplinesca: puede resultar burlona e insolente y se produce cuando de una manera mucho más pronunciada que la auténtica, los labios se elevan. Finalmente, encontramos la sonrisa falsa: es la sonrisa en donde sólo los labios sonríen pero no el resto del rostro (no existen pliegues en los ojos ni se elevan las mejillas).

El otro gran apartado del comportamiento kinésico es el lenguaje corporal. Es el realizado, principalmente, con la cabeza, los brazos, las manos y las piernas. Esta investigación se centrará en el lenguaje de los brazos y las manos por ser el más interesante y el que más significados aporta en el lenguaje audiovisual.

Los brazos son un emblema –según los expertos- de protección, de acción y de amistad. Además, sirven como otros gestos, para enfatizar o acompañar al lenguaje verbal. Cinco son las principales posturas que se realizan con los brazos: brazos abajo: es una posición neutral que tiene lugar cuando el sujeto camina. Brazos arriba:

es una postura incómoda y no suele ir más allá de unos pocos segundos. Brazos abiertos: indican cercanía y muestran apertura a la comunicación. Brazos hacia adelante: depende de la colocación de las manos puede ser un gesto de: repulsa (si las palmas están colocadas como para empujar o si los puños están cerrados); o de súplica (si las manos se colocan hacia arriba). Brazos cruzados: tienen un significado no positivo. Es una posición que puede ser interpretada por nuestros interlocutores como una barrera. Cuando se cruzan los brazos a la altura del pecho se forma una barrera cuyo significado está relacionado con el intento inconsciente de bloquear lo que se interpreta como una amenaza en unas circunstancias que no son las deseadas. Por el contrario, cuando se sitúan a la altura de la zona del corazón y los pulmones, los brazos están transmitiendo que uno está intentando proteger estos órganos vitales para evitar algún posible daño.

Una vez establecidas las distintas formas de cruzar los brazos, incluimos otros gestos que también se realizan con estas extremidades: brazos en jarras: es un gesto prácticamente universal que indica que el sujeto está listo para comenzar una acción. Asimismo, con esta posición se consigue que la persona que lo emplea ocupe más espacio, e incluso, pueda llegar con su posición a amenazar por los codos en punta, que actúan a modo de armas evitando que los demás se acerquen. La postura del vaquero: es una postura muy varonil en la que para realizarla se necesita que los pulgares aparezcan escondidos dentro del cinturón. Sirve para marcar la zona genital. Antebrazo sobre la cabeza: las personas que realizan este gesto transmiten bloqueo, falta de comprensión o de aceptación. Codo apoyado en el otro brazo: es un gesto que recuerda a un pensador, con él, el individuo indica que están inmerso en una profunda reflexión y, por consiguiente, que no está muy atento a lo que se le está contando. Brazos que se agitan en todas direcciones: conviene que los brazos no sobrepasen la altura del pecho a quienes los mueven en todas las direcciones. Con sus aspavientos transmiten autoafirmación y seguridad en uno mismo. Mano que sujeta el antebrazo: es un gesto que se exhibe cuando uno está de pie. Si el sujeto se agarra con la mano derecha el antebrazo de otro brazo estará transmitiendo falta de seguridad en el interlocutor o deseo de defender las propias ideas. Si por el contrario, es la mano izquierda la que sujeta el antebrazo del derecho va a transmitir que se niega a implicarse emocionalmente en la conversación.

Este catálogo de clasificaciones de gestos faciales y corporales concluye con las manos, una de las partes del cuerpo con las que quizá más movimientos se efectúan. El hombre es capaz de realizar hasta 700.000 signos diferentes si combina los movimientos del brazo, muñeca y dedos de las manos. Sirven para ilustrar lo que se está contando, para indicar direcciones o señalar distancias, o para indicar formas, tamaños o movimientos. La utilización de las manos capta la atención, aumenta el impacto de la comunicación y ayuda a retener mejor la información que se recibe. En este sentido, quien muestra las palmas de las manos en una conversación da una pista muy valiosa a su interlocutor. De hecho, con esta acción gestual podemos descubrir si es una persona abierta y sincera. Por el contrario, si tiende a guardar las palmas de las manos (en los bolsillos o cruzando los brazos) es porque algo se quiere esconder. Mostrar las palmas es un gesto (inconsciente) que la intuición interpreta en términos de franqueza y sinceridad.

Además de lo que las palmas de las manos pueden transmitir, existe toda una serie de gestos con ellas que aportan más información sobre nuestro interlocutor. A

continuación presentamos algunos de los gestos más comunes y de utilidad en el ámbito televisivo: frotarse las manos: por lo general es un gesto que indica que se espera algo bueno de alguien, sin embargo, dependiendo de la velocidad con la que realicemos este gesto se podrá deducir quién es el que sale beneficiado de la situación. Si en una conversación alguien se frota las manos de manera rápida, significará que esa persona espera que su interlocutor salga beneficiado. Por el contrario, si en la misma situación, el movimiento se realiza de forma lenta, estará transmitiendo la sensación de que espera que los resultados obtenidos sean beneficiosos para él y no para su interlocutor. Frotar el pulgar con el índice: es un gesto que indica que se espera la llegada de dinero. Manos unidas: es un gesto que indica que una persona es reprimida o negativa a la par que también está transmitiendo confianza. Este gesto cuenta a su vez con tres posiciones: las manos unidas delante de la cara, las manos unidas descansando sobre el regazo o sobre la mesa y las manos unidas delante de los genitales. Las investigaciones han demostrado que cuanto más alto el individuo coloque las manos, mayor será el nivel de frustración de la persona que adopta esa postura, y viceversa. El campanario: es un gesto que indica confianza y seguridad. Se consigue cuando las manos se juntan a través de los dedos adoptando la posición de campanario. Este gesto tiene dos versiones: el campanario elevado, el gesto aparece en sentido vertical y lo utiliza quienes expresan sus ideas y opiniones y, el campanario bajo, el gesto se muestra en sentido horizontal y se suele realizar cuando se escucha. La bandeja en la cara: se trata de un gesto positivo y se realiza al poner las dos manos en horizontal (una mano encima de la otra) debajo de la barbilla. Manos unidas a la espalda: es un gesto transmite la idea de que el sujeto que lo realiza demuestra superioridad, confianza y poder. Existen dos subcategorías de este gesto: la mano que sujeta la muñeca: la mano de uno de los brazos sujeta la muñeca de la otra mano para intentar que se escape el brazo hacia adelante. Indica frustración y un intento de autocontrol y la mano que sujeta el brazo: la mano de uno de los brazos sujeta el otro brazo. Cuanto más arriba esté la mano, mayor será el nivel de frustración del individuo; enseñar el pulgar: al ser los dedos más fuertes de cuantos hay en una mano van a indicar superioridad. Por eso quienes lo utilicen van a transmitir dominio, aseveración o actitudes agresivas.

Dentro de los gestos manuales encontramos los denominados ilustradores, que como su propio nombre indica son gestos que se utilizan para reforzar lo que se dice de manera oral. Por lo general se realizan con las manos, aunque también pueden realizarse con el rostro. A continuación presentamos varios tipos de ilustradores: bastones o batuta: son dedos o manos que oscilan, que enfatizan determinadas partes del discurso a la par que también ayudan a marcar un ritmo en el mismo. Ideógrafos: ayudan a expresar ideas abstractas. Apuntadores: son dedos índices que se mantienen estáticos y que de manera figurada están indicando a alguien o a algo. Es un gesto que transmite agresividad. Espaciales: son aquellos movimientos de mano que dibujan en el aire el tamaño o la forma de algo a lo que nos estamos refiriendo con la palabra. Pictógrafos: señalan la distancia que existe entre la gente, los objetos y los pensamientos. Las manos ventosa: se producen cuando punta de los dedos de la mano izquierda está en contacto con los de la mano derecha conformando una pirámide. Las manos ventosa se asocian a la fe, la sinceridad, la justicia y la confianza y finalmente, los ilustradores kinetográficos: se trata de gestos que acompañan a verbos y oraciones describiendo movimientos más simples o más complejos.

2.2. El magazine audiovisual. Aspectos clave

Para poder dar sentido a nuestro objeto de análisis es preciso hacer mención a algunas de las características básicas del programa que da forma al marco de análisis realizado: el magazine audiovisual. Así, dentro del amplio espectro de los programas audiovisuales que actualmente emiten las televisiones generalistas, los magazines están estructurados en bloques o secciones temáticos y son programas que abarcan todo tipo de contenidos. Van a encontrar su identidad en el presentador que lo dirige, que se trata, por norma general, de un presentador estrella (presentadores con facilidad de palabra y don de gentes, que consiguen hacer del programa un espacio entretenido y agradable para el espectador). Este presentador, que cuenta con un público que le es más o menos fiel y otro variante, da coherencia y unidad al programa.

En los magazines hay capacidad para todo tipo de temas: noticias, reportajes, actuaciones artísticas, espacios educativos y entrevistas. En resumen, el magazine aúna las variedades, la información, los concursos y los juegos. Se asemeja a los programas de variedades en lo heterogéneos de sus contenidos, y se diferencia en su carácter menos espectacular y más próximo al interés de la actualidad, si llegar a convertirse en un espacio estrictamente periodístico.

Además, este formato televisivo se caracteriza por: ofrecer espectáculo o temas del mundo del espectáculo, así como secciones de humor; por presentar cierta dimensión cultural; por introducir aspectos políticos y por el afán de entretenimiento, la función más significativa del programa.

Los magazines están, a su vez, sometidos a una cierta periodicidad, bien pueden ser magazines semanales o diarios. Suelen comenzar, generalmente, con una periodicidad semanal y, dependiendo de la audiencia que consigan, amplían o no los días de emisión. En definitiva, el magazine vive por y para entretener a su audiencia, pero no de una forma “denigrante” para el espectador (Rodríguez Pastorizada, 2003:57).

A continuación, presentamos brevemente información sobre los magazines televisivos analizados y sus respectivas presentadoras (recordamos que el marco temporal del análisis es la temporada 2012-13). Comenzamos por Televisión Española que en este momento emite por La Primera, La mañana de La 1. Creado en 2009, fue un programa de televisión retransmitido de lunes a viernes en horario de 10:15 a 14:00 horas. El espacio introduce crónica social, actualidad, entrevistas, opinión, consejos para el ocio, cocina y salud. La presentadora que se hacía con las riendas del magazine era Mariló Montero, conductora y subdirectora del programa, cursó sus estudios de Magisterio en la Universidad de Costa Rica, y será allí donde comenzará su trayectoria televisiva. Su trabajo le ha valido numerosos premios como el destacado: Premio a la Mejor Presentadora de Televisión en 2005.

Por su parte, Antena 3 emite el magazine Espejo Público de lunes a viernes en horario de 9:00 a 12:15 horas. Inicialmente fue un programa de reportajes de actualidad semanal pero desde diciembre de 2006 el programa se convierte en magazine y se empieza a retransmitir diariamente. En la actualidad, el programa se basa en la combinación de información de prensa rosa con información de carácter general más seria. Al frente del programa está la periodista Susana Griso quien conduce el

programa desde 2006. Cursó los estudios de periodismo en la Universidad Autónoma de Barcelona. Su trabajo le ha valido también numerosos premios, entre ellos: el Premio Ondas 2010 a la mejor Presentadora de televisión.

El último de los espacios sujetos a análisis es El programa de Ana Rosa emitido por Telecinco de lunes a viernes de 9:00 a 12:40 horas. En el programa predominan los contenidos sociales y la crónica de sucesos. Asimismo hay cabida para la actualidad de la prensa del corazón y para los concursos de telerealidad que emite Telecinco. El programa está presentado por Ana Rosa, licenciada en periodismo por la Universidad Complutense de Madrid quien comenzó su trayectoria profesional en Radio Nacional de España. Entre los premios que se le han otorgado se encuentra el TP de Oro como Mejor Presentadora (1998, 1999, 2000, 2001) o el Ondas 2011 en la categoría de Mejor Presentadora de televisión.

3. Metodología de análisis y desarrollo de la investigación

La metodología que se va a utilizar en el marco empírico de esta investigación es el análisis de contenido. En este apartado se abordan las características de esta técnica.

La popularidad de este método para el estudio de productos comunicativos viene de lejos. Son abundantes las definiciones que se pueden encontrar sobre el análisis de contenido pero de entre todas ellas destacamos la que aporta el autor Igartua Perosanz. Este investigador señala que es una técnica que permite de cierta manera entrar y descubrir el ADN de los mensajes procedentes de los medios puesto que de alguna manera deja que se conozca su estructura, sus componentes, y el funcionamiento de los mismos (2006:181). A la hora de analizar ciertos comportamientos del lenguaje no verbal en los personajes públicos, el análisis de contenido va a ser una técnica que se ajustará a la perfección a este objetivo ya que lo que pretende es sistematizar y cuantificar aquellos gestos no verbales más relevantes en función de su comportamiento. Esta técnica supone usar unas reglas que han sido fijadas previamente de una manera sistemática para medir con qué frecuencia aparecen determinados elementos que son de nuestro interés en el conjunto de una masa información seleccionada.

El investigador Igartua distingue cinco campos en donde se puede aplicar el análisis de contenido: descripción de los componentes de una información, comprobación de las hipótesis sobre las características de un mensaje, comprobación de los medios con el 'mundo real', evaluación de la imagen de grupos sociales concretos y establecimiento de un punto de partida para los estudios de los efectos de los medios (2006:195). Recordamos que se va a emplear esta técnica de investigación para evaluar la imagen mediática de las presentadoras de magazine de mañana de las cadenas generalistas: TVE, Antena 3 y Telecinco.

3.1. La categorización

La pieza más importante de todo análisis de contenido es el sistema categorial utilizado para ordenar las unidades cuantificadas que representan dentro de este análisis de contenido los llamados símbolos de la comunicación.

Cada una de estas categorías son características o aspectos que representan aquello a lo que se refiere el texto, también el audiovisual, con el que se va a trabajar en la parte práctica de este proyecto. De esta manera, cuando se habla de categorización, nos estamos refiriendo “a la tarea mediante la cual clasificamos los elementos constitutivos de un conjunto por diferenciación a partir de ciertos criterios previamente establecidos. Así, a través de esta operación, convertimos el escrito en un cúmulo de partes susceptibles de un tratamiento individualizado” (Conde Berganza & Ruiz San Román, 2005:217).

Asimismo es relevante señalar que existen dos tipos de categorías: las formales, entre las que figuran la duración, la fecha de emisión etc., y las de contenido, tales como el tema principal y categorías propias del lenguaje no verbal. De esta forma, “al conjunto de categorías que se utiliza se denomina código, un concepto que entraña a todas las categorías de acuerdo a criterios lógicos. Las categorías, para estar correctamente definidas, deben contemplar cinco características (están desarrolladas en uno de los epígrafes anteriores): exclusión mutua, homogeneidad, pertinencia, claridad y productividad” (Rodríguez Escanciano & Hernández Herrarte, 2009:68)”.

Antes de diseñar la ficha de análisis debemos tener en cuenta un concepto más, el de la unidad de registro. Es el cuerpo de contenido más pequeño en que se cuenta la aparición de una referencia, ya sean palabras, gestos o afirmaciones que nos interesa localizar y contar (Conde Berganza & Ruiz San Román, 2005:221).

Por otro lado, la unidad de clasificación es la base sobre la que se clasifica o analiza el contenido. Por último, hay que tener presente la unidad de enumeración que hace referencia a la base sobre la que se tabula un contenido, que normalmente serán centímetros, minutos, segundos etc.

3.2 El muestreo

Antes de proceder al análisis de la CNV de los protagonistas de este trabajo es preciso señalar que es necesaria la utilización de una muestra, dada la cantidad de unidades documentales que son potencialmente susceptibles de ser analizadas. La selección de la muestra se puede efectuar siguiendo distintos criterios de inclusión o exclusión que darán lugar a distintos tipos de muestreo (aleatorio, sistemáticos, estratificado, estratégico, etc.)

La mayor parte de los análisis de contenido mediático tienen un proceso de muestreo polietápico, con al menos dos fases típicas. La primera fase se refiere al muestreo de las fuentes del material (en nuestro caso, cadenas de televisión). En esta etapa el muestreo puede ser aleatorio, sistemático, estratificado, etc. Tras fijar las fuentes se puede proceder a seleccionar las fechas que dependerán, claro, de nuestro objeto de

estudio. La selección del corpus hace referencia a la selección de los medios de comunicación (televisión, prensa, etc.), el marco temporal en el que vamos a efectuar el análisis, la elección de los soportes (tipos de diarios, cadenas de televisión, etc.) y, en última instancia, la elección de los géneros (informativos, ficción, etc.). En cuanto a la cifra de ejemplares a incluir en la muestra, dependerá del objeto de trabajo.

3.3 La codificación

La ficha de análisis de este trabajo se va a centrar en el comportamiento kinésico de las presentadoras de magazine de mañana de las principales cadenas generalistas porque es uno de los componentes del lenguaje no verbal del que más información podemos extraer.

Llegados a este estadio, sólo añadir que la codificación se suele efectuar en plantillas, fichas de análisis u hojas de registro preparadas en las que sólo figuran los códigos de análisis (variables). A continuación adjuntamos la tabla² que cuenta con dos categorías de análisis (la postura y los gestos –corporales y faciales-) y 53 variables, sobre las que nos hemos basado para realizar el análisis de las tres presentadoras:

KINESIA
LA POSTURA
<i>La postura:</i>
Acercamiento
Retirada
Expansión
Contracción
LOS GESTOS
GESTOS FACIALES
<i>la mirada:</i>
Firme y franca
Feroz o mirada de padre crítico
Huidiza
Hacia lo alto o hacia arriba
Desde arriba o de arriba abajo
Lateral o de soslayo
Bajar los ojos
Ojos desenfocados
Ojos brillantes o centelleantes
Ojo apretado
<i>la sonrisa:</i>
Auténtica
De temor
De desdén

² La tabla mostrada es de elaboración propia.

Amortiguada
Triste
Sádica o cruel
Conquistadora
De turbación
Chaplinesca
Falsa
GESTOS CORPORALES
<i>los brazos:</i>
Brazos abajo
Brazos arriba
Brazos abiertos
Brazos hacia adelante
Brazos cruzados
Brazos cruzados sobre el pecho
El cruce de brazos reforzado
El abrazo de los dos brazos
Cruce de brazos con los pulgares hacia arriba
Barreras de brazo parcial
Formas camufladas de cruzar los brazos
Brazos en jarras
La postura del vaquero
Antebrazo sobre la cabeza
Codo apoyado en el otro brazo
Brazos que se agitan en todas direcciones
<i>las manos:</i>
Frotarse las manos
Frotar el pulgar con el índice
Manos unidas
El campanario
La bandeja en la cara
Manos unidas a la espalda
Gesto del anillo
Enseñar el pulgar
Ilustradores
Ilustradores batuta
Ilustradores espaciales
Ilustradores apuntadores
Ilustradores ideógrafos
Autoadaptadores
Manipular objetos

Tabla 1. Plantilla de análisis

Para la codificación de los datos se ha utilizado el programa informático Excel. Las operaciones realizadas responden a un análisis de frecuencias, es decir, hemos observado el número de veces que se repetía cada variable. El registro se basa en un sistema binario de presencia – ausencia en el que el valor 1 se interpreta en clave de presencia y el 0 en el de ausencia de valor. Los resultados obtenidos se presentan en porcentajes y también gráficamente para facilitar su comprensión.

4. Conclusiones específicas y generales

A continuación, detallamos cuáles son las conclusiones específicas³ fruto del análisis de cada presentadora: Susana Griso, Ana Rosa Quintana y Mariló Montero en función de los parámetros recogidos en la semana de observación (recordamos que la semana analiza fue del lunes 15 al jueves 18 de abril de 2013 –no se incluye en la semana de observación el viernes al no emitirse el programa La Mañana de la 1, dicho día–).

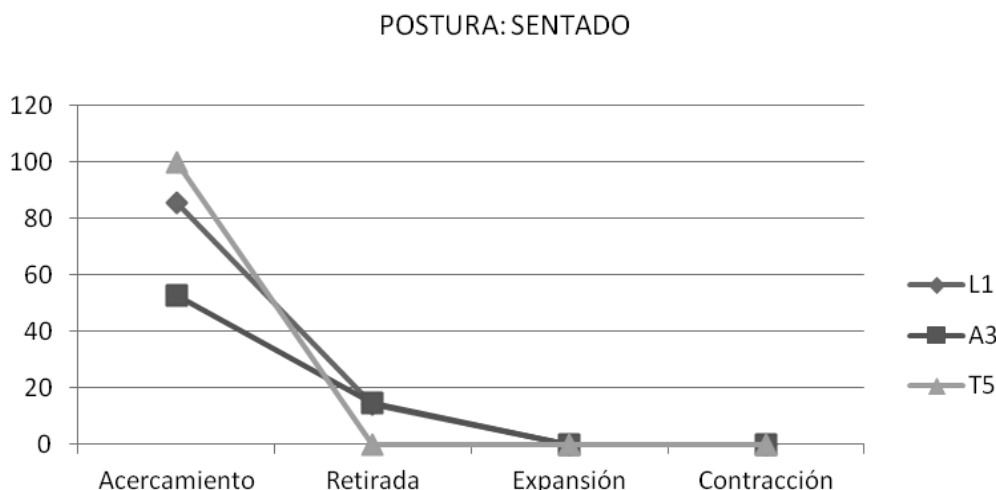


Gráfico 2. Postura: sentado

Aunque no se presenta gráficamente, del análisis comparativo de la postura de pie realizado a las tres presentadoras se extrae, que tanto Susana Griso como Ana Rosa Quintana destacan de manera positiva al emplear ambas una postura de acercamiento que denota interés y atención por parte de las presentadoras hacia la audiencia y/o interlocutor. Negativamente en este apartado encontramos a Mariló Montero debido a la poca información que aporta con su postura neutra (no se presenta gráfico por obtenerse escasa variación en los resultados). En cambio, cuando las periodistas aparecen sentadas, Susana Griso destaca al adoptar muchas más posturas que sus otras dos compañeras de magazine, debido al dominio y

³ La tabla mostrada es de elaboración propia, al igual que el resto de gráficos que aparecen de aquí en adelante.

familiaridad que tiene con el contexto. En contraposición, encontramos a Ana Rosa Quintana y Mariló Montero con una posición fija dominante sobre la que recae el peso, la postura de acercamiento.

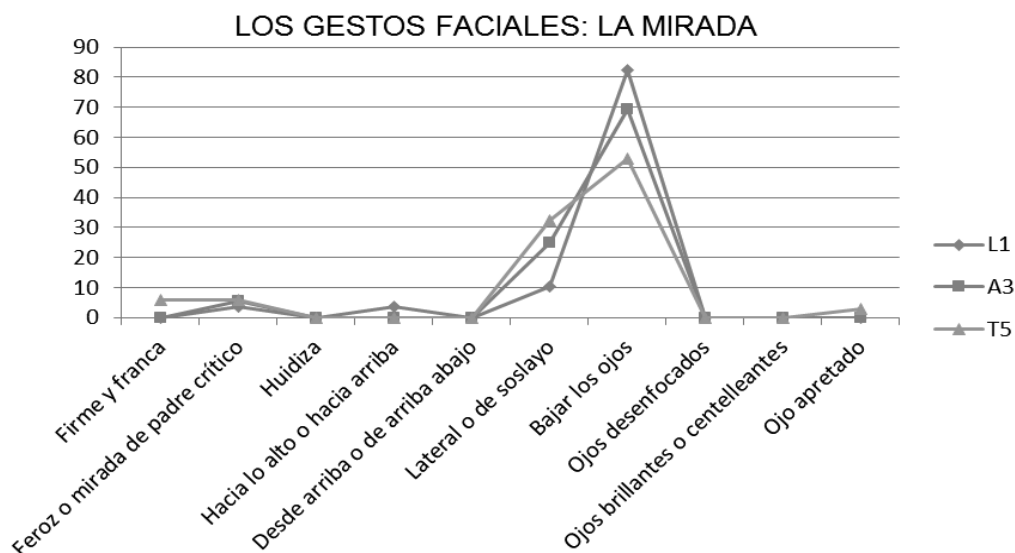


Gráfico 3. Los gestos faciales: La mirada

Los resultados reflejan cómo las tres presentadoras tienen unos patrones de actuación similares. Podría destacarse negativamente en esta ocasión a Mariló Montero al ser la que en más ocasiones, frente a sus dos compañeras, realiza el gesto de bajar los ojos (utilizado para leer la tarjeta de contenidos u otras circunstancias) que se encuentra dentro los tipificados como negativos pues indica modestia, sumisión u omisión de la verdad.

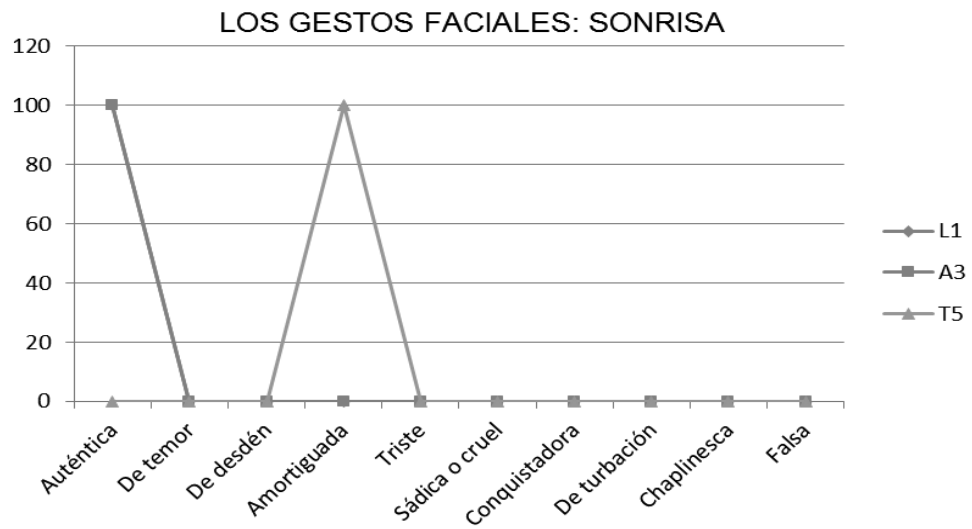


Gráfico 4. Los gestos faciales: La sonrisa

Tanto la presentadora Susana Griso como Mariló Montero destacan de manera positiva en este parámetro facial. No es el caso de Ana Rosa Quintana. Las dos primeras efectúan una sonrisa auténtica en los casos analizados, sonrisa que lleva consigo un significado positivo. Por el contrario, la presentadora de Telecinco realiza una sonrisa con un significado negativo, la amortiguada.

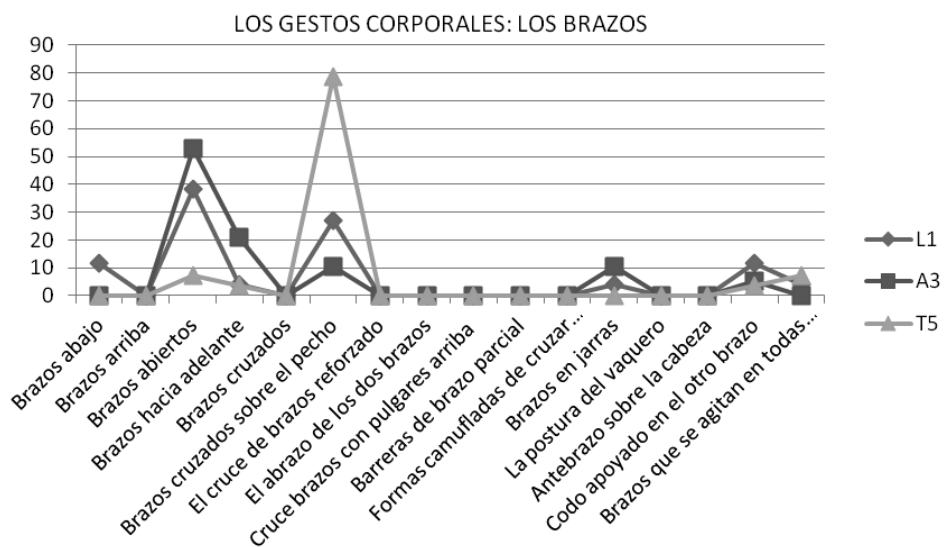


Gráfico 5. Los gestos corporales: La brazos

Dos son los gestos que destacan en este apartado y que dibujan, en cierta forma, unos patrones similares entre las tres presentadoras. Las tres utilizan la posición de los brazos cruzados sobre el pecho, aunque es la presentadora de Telecinco quien acude a él con mayor frecuencia, que es un gesto con significado negativo que se identifica con una actitud defensiva ante el interlocutor. En el lado contrario, de forma positiva, las tres utilizan (aunque existe un predominio de su uso por parte de la presentadora de Antena3) un gesto que indica cercanía y muestra apertura a la comunicación, los brazos abiertos. En menor medida, se reproducen los gestos de brazos abajo, brazos en jarras y codo apoyado en el otro brazo. El primero, es una posición neutral carente de connotaciones. Los brazos en jarras están relacionados con actitudes amenazantes y agresivas y el codo apoyado en el otro brazo indica que quien lo realiza está inmerso en una profunda reflexión y, por consiguiente, que no está muy atento a lo que se le está contando, por lo que es tomado como un gesto negativo.

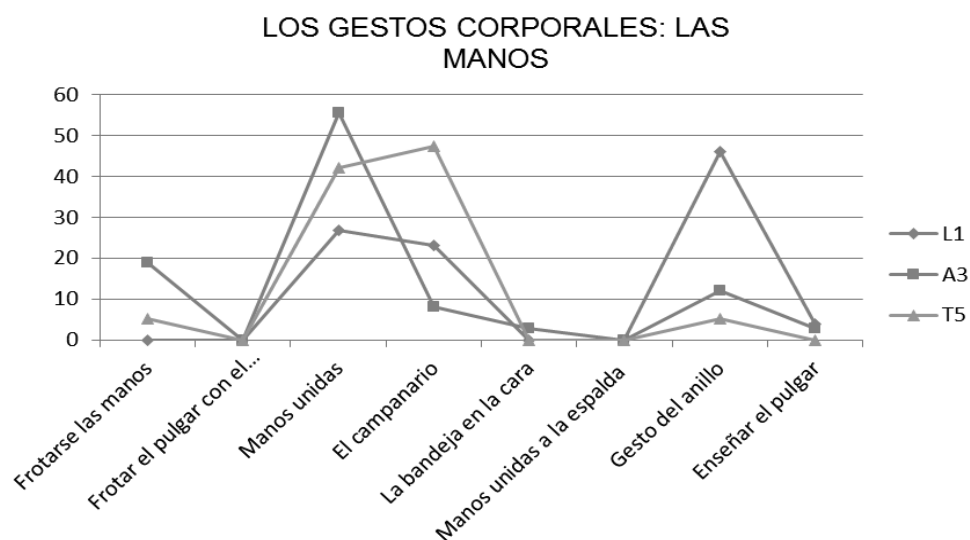


Gráfico 6. Los gestos corporales: Las manos

Las tres presentadoras coinciden en los gestos de las manos unidas, en el gesto del campanario y en el gesto del anillo. El primero utilizado por las presentadoras tiene un significado negativo al transmitir con él una actitud ansiosa o reprimida. Sin embargo, los gestos del campanario y del anillo utilizados por la totalidad de las comunicadoras son positivos al mostrar confianza y seguridad en lo que dicen. En cuanto a los ilustradores, aunque no se presenta la gráfica, los resultados muestran que existen unos patrones de comportamiento similares. Las tres destacan favorablemente en este apartado al utilizar los ilustradores espaciales con elevado porcentaje en todos los casos. Es un gesto tomado como positivo porque ayuda a ilustrar el discurso verbal.

4.1. Conclusiones generales

Este trabajo afronta, en esta última parte, la exposición de los resultados alcanzados, una vez finalizado el trabajo de campo. De acuerdo con la estructura de la investigación, se presentan, a continuación, las conclusiones extraídas del marco teórico:

- Señalamos como primera conclusión la importancia que en cualquier tipo de interacción tiene la sincronización del canal verbal o no verbal. Este aspecto cobra especial importancia en la detección de información revestida de falsedad. Tal y como afirman los expertos, la falta de sincronización suele estar relacionada con la mentira, que suele dejar al descubierto la contradicción de ambos tipos de comunicación. En estas situaciones, los estudiosos en la materia aconsejan fiarse de la banda no verbal, pues resulta más difícil mentir con los gestos, siempre se plantean cuestiones como: ‘cuanto tiempo tengo que mentir’, ‘dónde tengo que empezar a mentir’, etc., que con las palabras con las que tenemos la posibilidad de elegir lo que queremos decir. Concluimos afirmando, por tanto, que el canal no verbal se muestra como el más fiable al no estar sometidos los gestos a una elección premeditada (se realizan inconscientemente).
- El marco teórico arroja una segunda conclusión que pasa por que la CNV ayuda a mejorar la manera en la que los mensajes llegan a nuestros interlocutores, es decir, enriquece el mensaje y lo potencia si se conocen y se saben utilizar bien los gestos que están catalogados como positivos, al tiempo que se desertan aquellos que hacen tener una imagen pública negativa y contraria al mensaje verbal.
- Como tercera conclusión, de forma mucho más concreta, podemos formular que la televisión potencia la CNV de las presentadoras de los magazines. El medio televisivo resalta tanto los gestos positivos como los patrones gestuales catalogados de negativos; por lo que la presentadora que mejor sepa manejar esta comunicación será posiblemente la que cuente con un mayor éxito comunicativo. Decimos que puede tener mayores posibilidades de éxito porque hay que entender que la CNV no es el único factor influyente para determinar el éxito de un comunicador, detrás de este aspecto está también la comunicación verbal y otros factores relacionados con la propia dinámica de la comunicación audiovisual.

Aprovechamos esta última parte para realizar una radiografía general sintetizando los aspectos más interesantes obtenidos del trabajo de campo. Detallamos cuáles son las debilidades, amenazas, fortalezas y, oportunidades (DAFO4) que hemos visto en las presentadoras analizadas de los distintos magazines de la mañana.

- Las debilidades y amenazas detectadas en las presentadoras se corresponden con dos gestos negativos que son recurrentes en las gráficas de las tres

⁴ Es una metodología de estudio de la situación de una empresa o un proyecto en el que se analizan sus características internas (Debilidades y Fortalezas) y su situación externa (Amenazas y Oportunidades).

presentadoras: bajar los ojos y las manos unidas. El primero, indica modestia, sumisión o que existe una omisión de la verdad. El segundo, señala una actitud ansiosa o reprimida. Las fortalezas encontradas en el análisis de las conductoras están relacionadas con la utilización de dos gestos catalogados como positivos que transmiten (en este caso a la audiencia) que las presentadoras tienen seguridad y confianza en lo que están contando, nos referimos principalmente al gesto del anillo y el del campanario. En cuanto a las oportunidades vemos como las tres presentadoras podrían ganar en ventaja competitiva si emplearan más la sonrisa auténtica –transmite naturalidad y credibilidad–, y la posición de acercamiento, tanto sentada como de pie, pues denota interés.

4.2. Respuestas a las hipótesis de investigación

En este trabajo de investigación se plateaba la siguiente hipótesis a la que ahora se pretende dar respuesta:

El comportamiento kinésico es uno de los factores que interviene de forma determinante para la consecución de una comunicación eficaz en televisión, motivo por el que puede contribuir a lograr mayores índices de audiencia en programas de entretenimiento tipo magazine.

Para responder a esta hipótesis se formularon una serie de preguntas de investigación que se han tenido presentes durante todo el trabajo de campo:

¿Qué presentadora muestra un comportamiento postural más acertado en términos de éxito comunicativo?

¿Quién gestiona de forma más adecuada su gestualidad facial?

¿Qué periodista realiza movimientos de manos más expresivos en términos de positividad comunicativa?

Así, una vez analizados los comportamientos posturales, gestuales y expresivos de las presentadoras de los magazines de Antena 3, TVE y Telecinco, vemos que la conductora que mejores resultados obtuvo en el análisis de la parte práctica coincide con uno de los programas de mayor nivel de audiencia en el momento analizado. Nos estamos refiriendo a Susana Griso y su programa Espejo Público que tiene una cuota de pantalla del 17,2%. Un poco por encima de él se encuentra el programa de Ana Rosa Quintana, quien no resultó tan buena comunicadora en nuestro estudio de la parte práctica, con una cuota de pantalla del 19%. Sin embargo, es preciso señalar que a principios de 2013, el programa Espejo Público que se emite en Antena 3 tenía una cuota de pantalla superior al de Ana Rosa Quintana, un 16,9% frente a un 16,8% de Telecinco, y que las primeras cifras de cuota de pantalla señaladas corresponden al mes de mayo de 2013 (coincidiendo con el final de la temporada de todos los magazines).

Por último, señalamos que el programa La mañana de La 1, presentado entonces por Mariló Montero, contaba en ese momento con una cuota de pantalla del 10%. Un nivel de audiencia bajo que podría ser debido (aunque no sería el factor determinante para aseverar su bajo porcentaje) a que la presentadora de este magazine matutino no

gestionó con demasiado éxito su CNV. Un lenguaje que, como se ha señalado en las conclusiones generales, se ve potenciado (para bien o para mal) por la televisión.

Para concluir es preciso apuntar, a modo de limitación, que esta investigación se ha encontrado con la dificultad de realizar una comparativa de tres presentadoras al mismo tiempo, lo que implica acortar el marco temporal analizado a la semana de observación –de lunes a jueves, sin incluir el viernes al no emitirse uno de los magazines analizados dicho día– y aunque es cierto que lo ideal hubiera sido extender en el tiempo el análisis –un aspecto que retomaremos en futuras investigaciones–, lo que se ha pretendido en cualquier caso es sentar unas bases que permitan a otros investigadores abrir futuras líneas de estudio en torno al análisis no verbal en el magazine audiovisual.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BIRDWHISTELL, Ray (1979): *El lenguaje de la expresión corporal*. Barcelona. Gustavo Gili.
- CABALLO, V.E. (1987): *Teoría, evaluación y entrenamiento de las habilidades sociales*. Valencia. Promolibro.
- CONDE BERGANZA, M^a Rosa y RUIZ SAN ROMÁN, José A. (2005): *Investigar en comunicación*. Madrid. McGraw-Hill.
- DAVIS, Flora (2001): *La comunicación no verbal*. Madrid. Alianza Editorial.
- IGARTUA PEROSANZ, J.J. (2006): *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Barcelona. Bosch.
- JABONERO, Daniel (2013): “La Mañana se derrumba a pocos meses de que finalice el contrato de Mariló Montero”, en *Vanitatis*. Disponible en Internet (18.02.2017): http://www.vanitatis.com/cine-tv/2013-09-13/la-manana-se-derrumba-a-pocos-meses-de-que-finalice-el-contrato-de-marilo-montero_27750/
- JAMES, Judi (2010): *La biblia del lenguaje corporal. Guía práctica para interpretar los gestos y las expresiones de las personas*. Madrid. Paidós.
- KNAPP (1995): *La comunicación no verbal. El cuerpo y el entorno*. Barcelona. Paidós.
- LORENZO GARCÍA, José (2000): *Comunicación no verbal Periodismo y medios audiovisuales*. Madrid. Editorial Universitas.
- MIGELEZ, Xabier (2013): “El programa de AR amplía en abril su ventaja sobre Espejo Público, mientras Susana Griso registra su temporada más vista”. En *FórmulaTV*. Disponible en Internet (18.02.2017): <http://www.formulatv.com/noticias/31052/el-programa-ana-rosa-amplia-abril-ventaja-espejo-publico/>
- RICCI BITTI, Pio E. y CORTESI, Santa (1980): *Comportamiento no verbal y comunicación*. Barcelona. Gustavo Gili.
- RODRÍGUEZ PASTORIZADA, F. (2003): *Cultura y Televisión*. Barcelona. Gedisa.

RODRÍGUEZ, Imelda y HERNÁNDEZ, María (2009): “Investigar en comunicación no verbal: un modelo para el análisis del comportamiento kinésico de líderes políticos y para la determinación de su significación estratégica”, en *Enseñanza & Teaching* n° 27, 1-2009, pp. 61-94.