

Treball de fi de grau

Títol

Autor/a

Tutor/a

Grau

Data

Full Resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Autor/a:

Tutor/a:

Any:

Titulació:

Paraules clau (mínim 3)

Català:

Castellà:

Anglès:

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català:

Castellà:

Anglès

Compromís d'obra original*

L'ESTUDIANT QUE PRESENTA AQUEST TREBALL DECLARA QUE:

1. Aquest treball és original i no està plagiat, en part o totalment
2. Les fonts han estat convenientment citades i referenciades
3. Aquest treball no s'ha presentat prèviament a aquesta Universitat o d'altres

I perquè així consti, afegeix a aquesta plana el seu nom i cognoms i la signatura:

***Aquest full s'ha d'imprimir i lliurar una còpia en mà al tutor abans la presentació oral**

Títol: “La figura de la presentadora d’informatius i la importància de l’aspecte físic en contraposició a la credibilitat informativa”

Autora: Carla Ameller Gornés

Data: 30 de maig de 2014

RESUM

Aquest treball té la finalitat de demostrar que la figura de les presentadores d’informatius de televisió té la funció de captar l’audiència, a través de l’aparença física, en detriment a la credibilitat professional.

Pel què fa els conceptes teòrics que s’han desenvolupat per a situar-se en el camp d’anàlisi, s’ha tractat el tema de la dona als mitjans de comunicació. També s’han exposat altres estudis sobre la credibilitat informativa de la professió del periodista. A més, s’han desenvolupat els principals conceptes per entendre el llenguatge visual dels informatius de televisió, i per últim, s’han exposat algunes idees sobre la importància de la imatge física a la televisió.

La metodologia de l’anàlisi ha constatat de tres parts. S’ha comptat amb la periodista Joana Gallego per a una entrevista sobre el tema. S’ha dut a terme un anàlisi individual sotmès a dinou periodistes d’informatius espanyols i per últim, s’ha organitzat una taula rodona formada per deu membres amb qui s’ha debatut i s’ha repartit una enquesta.

Segons els resultats de les enquestes, el sexe no influeix a l’hora de donar credibilitat, ja que és quelcom que s’associa amb la cadena. A més, les presentadores que més agraden són dones amb edats compreses entre els 32 i els 43 anys. Tot i això, les presentadores amb edats més avançades són les que menys agraden físicament.

Per a concloure, dir que la hipòtesi inicial queda doncs confirmada: les presentadores d’informatius de televisió són valorades més per la imatge física que per la professionalitat. La mitjana d’edat de les presentadores és de 38 anys, mentre que per als presentadors, 48. Això es justifica perquè actualment es podria tenir aquesta pràctica adquirida com habitual.

En definitiva, amb aquest treball es pretén contribuir a transformar aquesta situació, així com incidir en investigacions futures sobre la mateixa temàtica.

**“La figura de la presentadora d’informatius
i la importància de l’aspecte físic en
contraposició a la credibilitat informativa”**

Autora: Carla Ameller Gornés

Tutor: Nicolás Lorite García

Titulació: Periodisme

Data: 30 de maig de 2014

ÍNDIX

1. Introducció	
a) Temàtica.....	1
b) Hipòtesi.....	2
c) Justificació.....	2
d) Objectius.....	3
2. Marc Teòric	
a) Dones i mitjans de comunicació.....	5
b) Credibilitat informativa.....	12
c) Llenguatge visual dels informatius.....	15
d) La importància de la imatge a la televisió.....	15
3. Metodologia.....	19
a) Mostra.....	20
b) Variables.....	21
4. Anàlisi	
4.1 Anàlisi individual	
4.1.1 Presència física de les presentadores d'informatius espanyoles.....	22
a) Ana Belén Roy.....	22
b) Ana Blanco.....	23
c) Marta Jaumandreu.....	25
d) Raquel Martínez.....	26
e) Núria Solé.....	27
f) Agnès Marquès.....	28
g) Leticia Iglesias.....	30
h) Isabel Jiménez.....	31
i) Carme Chaparro.....	32
j) María José Sáez.....	33
k) Esther Vaquero.....	35
l) Lourdes Maldonado.....	36
m) Mónica Carrillo.....	37
n) Sandra Golpe.....	38
o) Helena Resano.....	39
p) Cristina Saavedra.....	40

q) Cristina Villanueva.....	41
r) Marta Fernández.....	42
s) Marta Reyero.....	43
4.1.2 Tipus de plànols dels programes informatius espanyols.....	44
a) Televisió Espanyola.....	44
b) Televisió de Catalunya.....	45
c) Telecinco.....	46
d) Antena 3.....	47
e) La Sexta.....	49
f) Cuatro.....	50
4.2 Resultats de la taula rodona.....	52
5. Conclusions.....	57
5.1 Reflexió personal.....	57
6. Bibliografia, Webgrafia i altres fonts documentals.....	59
a) Entrevistes.....	59
b) Fonts bibliogràfiques.....	59
c) Fonts webgràfiques.....	60
d) Fonts documentals.....	61
7. Annexos	
a) Annexos I: “Entrevista a Joana Gallego, professora de Periodisme de la Universitat Autònoma de Barcelona i especialista en Gènere i Comunicació”	
b) Annexos II: “Anàlisi de les presentadores d’informatius de les televisions espanyoles”	
c) Annexos III: “Formulari d’enquesta de la taula rodona”	

1. INTRODUCCIÓ

a) Temàtica

Aquest treball té la finalitat de demostrar que la figura de les dones presentadores de noticiaris televisius de les cadenes generalistes espanyoles té la funció captadora d'audiència, en comparació amb la de l'home, orientada a donar credibilitat al mitjà. L'objectiu d'aquest estudi és doncs demostrar, a través de l'anàlisi qualitatiu dels informatius de televisió, que els grups televisius espanyols transmeten una representació sexista de la societat.

Diàriament, les persones es troben sotmeses a les exigències de la societat. La imatge física és de màxima importància: com es vesteix, com es veu i com s'actua són elements qüestionats per la resta d'individus. A l'actualitat, en el panorama dels mitjans de comunicació, es reproduïx i es fomenta aquesta idea.

Adoptar una concepció d'igualtat entre dones i homes és encara avui un aspecte pendent en una societat tant desenvolupada com l'occidental. Concretament, en el marc social espanyol la problemàtica de les desigualtats de gènere preocupen a l'esfera tant política com social. La violència de gènere continua essent diàriament notícia en els mitjans de comunicació, quan com a màxima conseqüència, el masclisme acaba amb víctimes mortals. Per tant, tot i que això últim constitueixi el resultat més extremista de la supremacia que existeix entre els sexes, és necessari treballar per a resoldre aquesta concepció que afecta a la societat en tots els seus àmbits.

Partint de la premissa que els mitjans de comunicació són la finestra amb la que s'emmiralla la ciutadania, cal tenir molta cura de les diferències de gènere que en ells s'exposen. És a través de l'educació i dels *media* des d'on s'ha de transmetre la sensibilització envers les diferències entre homes i dones. Els mitjans serveixen com a eina pública, amb un compromís concret: estendre la igualtat entre les persones. Per això, com s'ha dit, són l'objecte d'aquest treball, el qual pretén demostrar que en l'actualitat a moltes cadenes de televisió la dona serveix com a reclam d'audiència i fomenten una figura estereotipada, i no tant com a imatge de credibilitat del mitjà. Per això, a través de l'anàlisi dels informatius televisius de sis cadenes generalistes espanyoles – Televisió Espanyola, Televisió de Catalunya, Telecinco, Antena 3 i Cuatro i La Sexta – es vol demostrar que la presentadora s'utilitza com un instrument.

Com ja s'ha dit, l'anàlisi es durà a terme entre les sis cadenes més importants d'Espanya. La transcendència d'un mitjà de comunicació es tradueix en termes d'audiència, per això, Televisió Espanyola, Televisió de Catalunya, Telecinco, Antena 3, La Sexta i Cuatro són les representatives d'aquest país. Segons les dades extretes de l'anuari estadístic sobre el repartiment de l'audiència¹, i publicat per l'Institut d'Estadística de la Generalitat de Catalunya, la Televisió de Catalunya l'any 2013 va comptar amb un *share* mig del 13,5%, mentre que l'altra cadena pública, Televisió Espanyola va acumular un 7,1%. Per la seva banda, les privades Telecinco i Antena 3 van acumular un 10,5% i un 10,9%, respectivament. Les dues noves cadenes nascudes amb la introducció de la Televisió Digital Terrestre, Cuatro i La Sexta, van tancar l'any passat amb un 5,5% i un 5,8% del *share*, respectivament.

b) Hipòtesi

La hipòtesi que pretén demostrar aquest treball és que en el cas de les presentadores d'informatius, es té més en compte l'aparença física que la professionalitat i la credibilitat que transmet al públic. Per la seva banda, per als presentadors de telenotícies no és tant important la imatge. Per això, mentre que a Elles se'ls exigeix ser guapes i joves, per a Ells basta ser bons professionals i transmetre credibilitat.

En segon lloc, es vol demostrar que l'estereotip de dona que fomenten la majoria dels mitjans de comunicació televisius és la d'una figura que continua valorant-se més en termes d'aspecte físic.

Per tant, a nivell més general, la tercera hipòtesi d'aquest estudi és que els mitjans de comunicació són responsables i contribueixen a fomentar i enfortir la desigualtat entre homes i dones.

c) Justificació

Els motius que empenyen a l'elaboració d'aquesta recerca estan relacionats, en primer terme, amb voluntat acabar amb la situació actual de desigualtat. Casi un segle després que la dona hagi assumit els rols que abans l'allunyaven de l'home, com el sufragi

¹ Institut d'Estadística de la Generalitat de Catalunya. "Anuari estadístic de televisió sobre el repartiment de l'audiència per cadenes de l'any 2013". <http://www.idescat.cat/pub/?id=aec&n=774> (Consulta: 3 març 2014)

universal o la incorporació al treball, la societat femenina es troba encara en un esglai inferior a la figura de l'home.

En segon lloc, es creu que és de gran interès estudiar aquest rol de la conductora de telenotícies, destinat a cridar l'atenció dels espectadors, formar una representació corporativa de la cadena i fidelitzar els televidents. Així doncs, es pretén incidir en trencar amb aquesta tendència i igualar la condició de les dones que treballen de presentadores d'informatius amb la dels homes, que no destaquen pel seu atractiu.

A més, un dels motius que van motivar l'estudi sobre l'anàlisi de la presentadora d'informatius de televisió va ser per la manca d'estudis disponibles sobre aquesta temàtica. Actualment, s'abunden els treballs que parlen sobre el tractament de la dona als mitjans de comunicació. També s'ha tractat molt el tema de la invisibilitat de la figura femenina en els continguts informatius; de la reproducció de representacions estereotipades de les dones a través dels *media*, o per exemple també, s'ha investigat molt sobre els distints tractaments informatius que s'apliquen conforme el sexe del personatge en qüestió. Tot i això, no existeix cap estudi complet sobre la diferenciació entre presentadores i presentadors d'informatius de televisió.

d) Objectius

Entre els objectius del treball, destacar la necessitat de fer evident la situació de desigualtat de sexes que inconscientment continua present en aquesta societat, i així doncs, generar debat sobre aquest tema i si pot ser, incidir en que aquest fet canviï.

També es pretén descriure l'estat actual dels mitjans televisius generalistes espanyols determinats anteriorment – Televisió Espanyola, Televisió de Catalunya, Telecinco, Antena 3, La Sexta i Cuatro -. Es descriuran doncs, els hàbits de consum i els usos de la societat, segons la figura dels presentadors i allò que transmeten.

A més d'això, una altra finalitat és intentar desxifrar en quina freqüència les dones en els tele-noticiaris són objecte d'atracció, determinar les causes i conseqüències que la societat espanyola prefereixi una opció (bon físic) o altra (credibilitat) en el context actual, així com explicar si la figura dels presentadors afecta als hàbits de consum i usos de la societat espanyola a l'hora de consumir una cadena o una altra.

A més, es té la finalitat d'explicar els criteris d'exigència dels consumidors envers un informatiu de televisió. També, destacar el paper que desenvolupen les dones presentadores en el context periodístic, així com de la societat actual.

Alhora, l'anàlisi té la voluntat d'obrir les perspectives d'investigació d'aquest camp, que actualment es limiten a explicar el tractament de la dona en els mitjans, com ja s'ha dit anteriorment, però poca gent ha dedicat un estudi complet a la figura de les presentadores d'informatius.

Així doncs, l'objectiu màxim de l'anàlisi és apel·lar a la societat perquè actuï o si més no, adopti una postura crítica envers els elements i continguts que es presenten a través dels *media*. Es pretén doncs, canviar la tendència i igualar la condició de les dones que treballen de presentadores d'informatius amb la dels homes que no destaquen tant pel seu atractiu.

2. MARC TEÒRIC

Per a l'elaboració d'aquest treball és important trobar precedents de conceptes teòrics relacionats amb els mitjans de comunicació i en concret, amb la televisió i la imatge que dóna sobre les dones. Per això, el paraigües teòric s'ha dividit en quatre grans temes: les dones i els mitjans de comunicació; la credibilitat informativa; el llenguatge visual als informatius dels mitjans de comunicació i la importància de la imatge en televisió.

a) Dones i mitjans de comunicació

Juana Gallego, és professora de Periodisme de la Universitat Autònoma de Barcelona i especialista en Gènere i Comunicació. Entre la seva trajectòria s'hi troben treballs bibliogràfics com *Mujeres de Papel* (1990), *El sexo de la noticias* (2000), *Eva devuelve la costilla* (2010) o *Putas de Película* (2013). En el seu últim llibre *De reinas a ciudadanas. Medios de comunicación, ¿motor o rémora para la igualdad?*² defensa que els mitjans de comunicació informen amb perspectiva de gènere, és a dir, expressen els valors i creences que fan prevaldre la identitat masculina en front de la femenina. Gallego posa a més en rellevància la suposada subjectivitat i imparcialitat que teòricament regnen les redaccions dels mitjans de comunicació. Diu que un cop caigut el mite de la informació neutre, cal acceptar que és el gènere masculí qui imposa els seus valors. La periodista diu que els professionals del periodisme són primer “cossos sexuals i educats” (Gallego: 2013, 36) en universos en els què la visió andrògena és la que predomina: els homes són representants com “el subjecte que actua”, mentre que elles són sotmeses a l'observació com a objectes.

Gallego recorda el cas de Miriam O'Reilly, una periodista de la BBC que va ser acomiadada per la seva avançada edat, 53 anys. O'Reilly va guanyar el judici contra aquesta televisió. Aquest cas és emprat per Juana Gallego per il·lustrar que les dones que presenten programes de televisió tenen la trentena d'edat, mentre que els homes arriben fins als 60 i pocs d'ells tenen menys de 35 anys. "El declivi de la seva bellesa marcarà el declivi de la seva professió" (Gallego: 2013, 37), afegeix l'autora.

² Gallego, Juana. *De reinas a ciudadanas. Medios de comunicación ¿motor o rémora para la igualdad?* Aresta Mujeres. 2013.

En una entrevista realitzada a la mateixa autora³, aquesta afirmava que les dones en televisió ocupen avui un 50% de l'espai, i que s'ha arribat doncs, a una igualtat respecte la presència dels homes. Gallego diu però que a elles se'ls exigeix una bon aspecte físic, seguint el cànon de bellesa tradicional, marcat per l'atracció física, de dones joves i primes. Pel què fa el cas dels homes, diu la periodista, “no és tant important que apareguin joves”. Per a les dones la imatge ha tingut sempre més importància. “És una qüestió cultural” – segons Gallego – “i això es reflecteix en totes les professions i àmbits de la societat”. És, diu, una concepció sexista que prohibeix que les dones majors surtin per televisió. Explica que aquest fet condueix a que dones periodistes amb una àmplia experiència siguin decantades de la pantalla, per ser majors. Estableix doncs, una comparativa entre Rosa Maria Mateo i Matias Prats: ambdós han arribats a la seixantena, però mentre que ella va ser apartada de la televisió, ell continua conduint l'informatiu d'Antena 3. Per això, afirma Gallego: “Les dones que treballen en aquest camp tenen una vida professional molt curta i no és així en el cas dels homes”.

Segons l'experta en comunicació i gènere, als homes se'ls demana que expliquin bé les notícies, mentre que a elles se les demana que siguin un “objecte ornamental”. Afegeix: “Les dones són vistes com a objecte i no com a subjecte”, i diu que és així en televisió, perquè és el què es demana en la societat.

El Consell Audiovisual de Catalunya (CAC) recull en el seu arxiu l'article “Dones, identitats i televisió: la construcció informativa del 8 de març”⁴, per Montserrat Ribas, professora de Facultat de traducció i interpretació de la Universitat Pompeu Fabra i membre del Institut Universitari de Lingüística Aplicada (IULA) i Lydia Fernández, Professora associada del Departament de traducció i filologia de la Universitat Pompeu Fabra. Aquest treball consisteix en un anàlisi de com es va tractar el Dia Internacional de la Dona (8 de març) de l'any 2005 en diferents informatius televisius (Televisió Espanyola, La 2, Televisió Espanyola a Catalunya, Televisió de Catalunya, El Canal 33, Telecinco i Antena 3). Elles declaren que la televisió és una de les eines discursives amb més incidència en la construcció de les identitats socials. Això vol dir que la televisió

³ Annexos

⁴ Ribas, Montserrat; Fernández, Lydia. “Dones, identitats i televisió: la construcció informativa del 8 de març”. 2005. Consell Audiovisual de Catalunya.
http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/quaderns_cac/Q25ribasfdez.pdf (Consulta: 9 gener 2014).

adopta part de la responsabilitat respecte la visió sobre la realitat que presenta la ciutadania, ja que com afirmen Ribas i Fernández, les informacions que es difonen en televisió constitueixen fruit d'autoritat i per tant, són veritats que no es poden qüestionar. Elles fan referència a Judith Butler⁵, feminista nord-americana, quan declara que les diferències de gènere es generen com a efecte de “la reiteració d’una conducta socialment regulada” (Ribas i Fernández, 2005: 83) , és a dir, la televisió ha construït i estès la distinció entre masculí i femení en la societat.

“Il Corpo delle Donne”⁶ és un documental de Lorella Zanardo i Marco Malfi Chindemi en el qual s’estudia la imatge femenina des de la televisió. És fa especialment al·lusió a una figura de la dona “humiliada”, ja que els seus autors sostenen que la imatge femenina es fonamenta en l’exhibició dels cossos. Expliquen que un cop superada la fase que la dona en televisió servia d’hostessa dels presentadors, ara la dona adopta la funció de conductora de programes, però amb la mateixa estètica que abans: predomina l’exuberància del cos, la melena, els llavis, i les corbes que sovint es mostren o s’intueixen a través de vestimentes ajustades. La presència la figura femenina a la pantalla es trasllada a la quantitat i no a la qualitat, afegeixen; és una imatge que pretén satisfer el desig masculí, reduint-se així, a un objecte sexual.

El Consell Audiovisual de Catalunya disposa d’un article de Dolors Comas titulat “Las mujeres en los informativos de televisión”⁷, un anàlisi de la presència de les dones en els tele-diaris i butlletins radiofònics, comparant-la amb la dels homes. Comas és membre del CAC i catedràtica d’antropologia social a la URV. Conclou que l’aparició masculina és superior en els càrrecs i professions de més responsabilitat. A més, diu que a la televisió ofereix més aspectes seductors, degut al seu caràcter visual, la qual cosa retribueix en una major presència de la dona, però com a figures amb menys autoritat. Pel què fa els informatius, segons l’autora, s’observa una menor presència i intervenció femenina (un 27,5% enfront al 72,5% dels homes, segons les dades obtingudes a

⁵ Judith Butler (1956, Cleveland) és una filòsofa que ha recorregut les escoles del post-modernisme, el post-estructuralisme i el feminisme. És alhora professora de la Universitat de Califòrnia i ha escrit obres com *El Género en disputa. Feminismo y la subversión de la identidad* (1990) o *Cuerpos que importan. El límite discursivo del sexo* (1993).

⁶ *Il Corpo delle Donne (El cuerpo de la mujer)*. (Material audiovisual). Lorella Zanardo i Marco Malfi Chindemi. Itàlia. (<http://vimeo.com/38264992>) (Consulta: 9 gener 2014).

⁷ Comas D’Argemir, D. “Las mujeres en los informativos de televisión”, [Quaderns del Consell de l’Audiovisual de Catalunya](#), 33: 97-108. (2009). (Consulta: 9 gener 2014).

l'informe). En definitiva, aquest estudi del CAC observa que les desigualtats exposades pel què fa la funció de les dones, tenen procedència en les desigualtats de gènere residents encara en l'actualitat.

“Si es mujer, joven y guapa”⁸ és un article del periodista de La Vanguardia Francesc Bracero, en el qual parla de l'edat i l'aspecte físic de les presentadores de televisió. L'autor defensa que mentre les dones presenten edats al voltant dels 30 anys i amb un físic agraciats, els homes que condueixen informatius acostumen a mostrar fins i tot la cinquantena. Bracero apunta que com a excepció hi ha presentadores de telenotícies com Pepa Bueno, Ana Blanco i Concha García-Campoy, que han assolit la cinquantena. També destaca el cas de Mercedes Milà, María Teresa Campos i Ana Rosa Quintana, però que presenten programes d'entreteniment i no informatius. El mateix article recull alhora les declaracions del professor de Periodisme Audiovisual de la Universitat Ramon Llull, Francesc Canosa, qui exposa que l'elecció del perfil de la presentadora del noticiari televisiu respon a un estereotip mediàtic, i considera que si les dones de més avançada edat protagonitzessin els noticiaris de televisió rebrien el rebuig per l'audiència. En la versió en paper del mateix article, Bracero afegeix sis imatges d'actuals conductors d'informatius. Elles són Sara Carbonero, Núria Solé i Maria Casado, que ara tenen 29, 36 i 35 anys, respectivament. Alhora, s'adjunta la imatge de Matías Prats, Pedro Piqueras i Hilario Pino, de 63, 57 i 51 anys, respectivament. Amb aquestes il·lustracions s'intenta doncs, demostrar que els conductors d'informatius són majors que les presentadores.

“Mujer y medios de comunicación”⁹ és el títol d'un treball publicat per M^a Rosa Berganza Conde, doctora en Ciències de la Informació per la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid. En ell tracta les relacions entre la dona i els mitjans de comunicació, i concretament, el tractament informatiu que es dona a les dones en els mitjans espanyols, els quals, segons diu, en fomenten una imatge negativa. Afegeix que no es presenta una imatge adequada de la dona contemporània, com a conseqüència d'una manca de reflexió. En conseqüència, el públic rep el mateix missatge i el considera “normal” sense qüestionar-lo.

⁸ Bracero, Francesc. “Si es mujer, joven y guapa”. La Vanguardia. 14 gener de 2011. Pàgines: 26 i 27.

⁹ Berganza Conde, M^a Rosa. “Mujer y medios de comunicación”. <http://www.nodo50.org/ameco/medioscomunicacion.pdf> (Consulta: 12 març 2014)

Els mitjans, explica, mostren una imatge que redueix la dona en els ambients tradicionalment femenins, com la llar. Des dels mitjans de comunicació s'han de començar per incrementar els números de places de treball per a dones i canviar així, la conscienciació generalitzada que la dona no és capaç d'ocupar espais de responsabilitat. En els últims anys a Espanya, diu Berganza, hi ha hagut un considerable creixement de dones periodistes. Al 1995 només un 10% dels programes informatius, documentals i magazins eren conduïts per dones. Al 1998, només hi havia un 26% de dones als informatius de televisió. En l'actualitat, es pot dir que aquesta tendència s'ha invertit i que es troben més dones presentadores, sobretot en programes magazins. Abans, l'únic lloc on hi havia més dones que homes en televisió eren en les ocupacions d'hostesses o auxiliars en concursos.

M^a Isabel Menéndez Menéndez va escriure *El zapato de Cenicienta. Un cuento de hadas del discurso mediático*¹⁰, en el qual es reflexiona sobre com reproduïxen la imatge femenina els mitjans de comunicació. A més, parla de la supremacia del pensament masculí envers el femení, així com de les diferències en el moment de valorar determinades qüestions, en funció de si està relacionat amb un home o amb una dona. L'autora va estudiar Ciències de la Informació i està especialitzada en gènere i feminisme. Alguns dels seus llibres són: *El cuarto poder, ¿un poder de mujeres?* (2003), *Entre Penélope y Mesalina. El discurso de las revistas para adolescentes* (2005). Per a l'elaboració d'aquest treball, és específicament interessant el capítol titulat "Construcción de la identidad femenina".

Menéndez explica que els mitjans de comunicació són els encarregats de formar i reproduir estereotips sobre les persones, per exemple, segons la seva procedència i sobretot, depenent del seu sexe. Defineix els estereotips, com diu Menéndez com sistemes simbòlics estructurats segons l'experiència dels individus. S'allunyen doncs, dels trets característics reals. A més, és un element negatiu, ja que generalitza i crea prejudicis de forma inexacta. La permanència d'aquestes categoritzacions es fa a través de la família, segons Menéndez, així com de les institucions socialitzadores, els grups d'iguals i sobretot, des dels mitjans de comunicació.

¹⁰ Menéndez Menéndez, M^a Isabel. *El zapato de Cenicienta. El cuento de hadas del discurso mediático*. Trabe. 2006.

Segons l'autora, és d'aquí doncs, d'on neixen els discursos d'allò que per naturalesa s'ha de ser. D'aquesta manera, es creen models ideals, amb qui la societat tendeix a comparar-se i a imitar, reproduint i perpetuant així, aquests prototips. Aquestes paraules de Menéndez insinuen la tesi central d'aquest treball: les dones presentadores de televisió han de ser, vestir i actuar d'una determinada manera establerta per la societat, que alhora no és igualment exigida als homes.

M^a Isabel Menéndez defineix l'arquetip femení des de l'àmbit psicològic i també des del físic. Per una banda, una dona es demana que sigui passiva, obedient, maternal, amable, discreta i amb poca iniciativa. Per l'altra banda, pel què fa el seu físic, ha de ser eternament jove i atractiva, segons paraules de l'autora. A més, els estereotips són sexistes, perquè si una figura no compleix amb el què es marca que hauria de ser, és considerat poc normal.

Menéndez elabora una sèrie de construccions d'identitat sobre les dones que es transmeten a través dels *media*. Diu que són representacions simbòliques que ajuden a la gent a comprendre el món. En primer lloc, existeix, com la denomina l'autora, la dona "àngel o reina de llar": són les dones "bones". Explica a més, que és la figura que era promoguda des de tots els àmbits socials i polítics. Per exemple, fins abans de la instauració de la democràcia a Espanya, les dones que no adoptaven aquest rol eren castigades. Afegeix que els mitjans encara avui són incapaços d'admetre que hi existeixen "males mares" i que les notícies sobre dones que abandonen els seus fills, sobre maltractadores de nens o assassines són tractades amb escepticisme.

En segon lloc, Menéndez descriu el model "dona objecte" que, segons diu, és el que més es difon a través de la televisió. És la dona bella, jove i prima. L'autora declara: "El discurs estètic que proposen (o imposen) els mitjans de comunicació s'ha tornat violent en el període recent" (Menéndez, 2006: 46), ja que explica que cada vegada es porta de manera més radical l'exigència d'un cos jove, atlètic, bell i extremadament prim.

En el llibre es reafirma que són els mitjans de comunicació com les televisions que escullen només a dones joves, belles i primes. La joventut és la norma, de tal manera que quan apareix una dona d'avançada edat per televisió, la gent ho veu com una excepció i en conseqüència, a la televisió s'han deixat de veure senyores amb edat avançada. Per la seva banda, l'home major segueix sortint en pantalla, i l'edat el dota

inclús de prestigi i autoritat. Menéndez aprofita per il·lustrar-ho amb el cas de la periodista Rosa Maria Calaf, corresponsal a l'Àsia i al Pacífic.

La bellesa pot ser o no natural. Per a les dones que no neixen belles, segons Menéndez, existeix el maquillatge, la cirurgia estètica o les manipulacions mitjançant programes d'edició de fotografies. La dona que no fa servir maquillatge és qüestionada perquè pretén ser natural i s'interpreta que és massa supèrbia, que sent desinterès pel seu físic o fins i tot, que no es maquilla perquè és mandrosa. Però també és criticat perquè al cap i a la fi és un artifici que crea una imatge falsa.

Menéndez diu que els mitjans de comunicació, responsables de predicar aquesta concepció sexista de la societat, disposen de mecanismes per reproduir-la, com ara a través de les actrius de pel·lícules o mitjançant les presentadores de televisió. Fins i tot ara que s'ha superat la barrera de l'exclusió de la dona en el mercat laboral, l'autora considera que la bellesa pot arribar-se a convertir en un impediment, ja que pot constituir un requeriment per accedir a un lloc de treball o inclús s'ha arribat a qüestionar si les dones que han tingut accés a un lloc de treball de prestigi és degut a la seva aparença física.

En tercer lloc, en el llibre es presenta la categoria de la *superwoman*, l'exemple de les *top models*, icones a qui imitar però que alhora són dones independents econòmicament perquè han triomfat. És a dir, es tracta del resultat de les antigues concepcions amb les més feministes recents. L'autora diu que aquesta figura és criticada en els mitjans de comunicació; quan en una família hi ha problemes, del tipus divorci o un comiat laboral, es deu a que la dona ha volgut "abarcara massa" d'allò que li "correspon per naturalesa". Per tant, es diu que els *media* propaguen aquests missatges més "conversadors" respecte el rol de la dona.

El cànon de bellesa, segons Menéndez, és una dona, com s'ha dit, molt prima, però també blanca, rossa i amb corbes estratègiques, segurament el patró instal·lat per la nina Barbie. Però com que una extremada magror no li permetrà tenir les denominades "corbes de la sexualitat", que són pits, llavis i pòmuls, s'haurà de recórrer a la liposucció. Aquest model "colonitzador", diu l'autora, s'emet des de la indústria cinematogràfica i des de la publicitat. Aquests agents també són qui promocionen la cirurgia estètica mostrant els resultats, i obviant elements com són l'operació en si o el dolor que es pateix. Afegeix que en l'actualitat molts estudis es senten preocupats per

les conseqüències d'aquests missatges als mitjans: "Nenes i dones joves (...) senten que l'aparença física és la mesura del seu valor" (Menéndez, 2006: 67). L'escriptora conclou el capítol definint el prototip actual, que idealitza les dones obsessionades per l'aspecte físic i desautoritza les dones feministes, que com diu, estan compromeses amb la construcció d'una societat igualitària.

b) Credibilitat informativa

Alejandro Salgado, professor de Presentació en Televisió de la Universitat Pontifícia de Salamanca, publicava l'any 2007 l'article "La credibilidad del presentador de programas informativos en televisión. Definición y cualidades constitutivas"¹¹, en el qual tracta de definir el concepte de credibilitat en l'esfera televisiva. Salgado defensa que el responsable de l'eficàcia comunicativa i de la credibilitat a la televisió és el propi presentador i que per tant, és la qualitat més important que aquest ha de desenvolupar, que es traslladarà també en la imatge corporativa del mitjà de comunicació. Salgado exposa els determinats que ha de tenir un presentador per a transmetre credibilitat: professionalitat i experiència, imparcialitat, personalitat, autoritat, concentració, tranquil·litat, claredat, bona imatge i bona veu.

Pel què fa la professionalitat, Salgado fa referència a que el professional disposi d'una formació adequada per a desenvolupar aquesta tasca. Segons l'article, un presentador professional serà capaç de resoldre problemes amb solvència i assegurar doncs, "la seva autoritat i control sobre el producte periodístic" (Salgado; 2007: 156) . També diu que el presentador ha de ser alhora versàtil i interpretar les notícies des dels diferents gèneres periodístics, els tons i els enfocaments possibles. Aquí també seria rellevant tractar el factor de l'experiència, vinculat a la trajectòria del presentador de notícies.

La imparcialitat és definida per Salgado com la manera d'explicar les notícies sense cap judici de valor o criteri personal, és a dir, que els productes periodístics siguin explicats des de la major objectivitat i precisió possible. L'autor afegeix que l'objectivitat ha de ser un "acte inherent a la tasca del comunicador" (Salgado; 2007: 158).

¹¹ Salgado Losada, Alejandro. "La credibilidad del presentador de programas informativos en televisión. Definición y cualidades constitutivas". Facultad de Comunicación de la Universidad Pontificia de Salamanca. Periodismo y Sociedad, volum XX, número 1. 2007. Pàgines. 145 – 180.

Salgado a més, parla de la personalitat com aquella qualitat del presentador a l'hora de mostrar la seva forma de ser, sense confondre-ho amb la necessitat de donar la pròpia opinió. És a dir, els fonaments psicològics demostren que una major persuasió s'aconsegueix a través de la familiarització amb l'audiència, aconseguida per la proximitat i l'entusiasme a l'hora de comunicar que presenta el periodista.

L'autoritat també és una aptitud necessària per al periodista de televisió. Això vol dir que el presentador ha de tenir crèdit i transmetre'l al seu públic, qui sentirà proximitat i complicitat amb el seu informador.

Mostrar concentració a l'hora de la posada en escena és essencial per a la imatge de la cadena de televisió i per a la pròpia credibilitat del presentador. Aquest ha de ser capaç d'improvisar en cas d'imprevist i saltar-se el guió si és oportú, per això, és molt important que el professional controli la seva comunicació verbal i també la no verbal. La tranquil·litat en aquests casos resulta essencial i imprescindible per mostrar serenitat davant de les càmeres.

Un altre aspecte que Alejandro Salgado recull com a factor de credibilitat és la claredat informativa, és a dir, el presentador ha de fer un ús adequat del llenguatge tant en el guió escrit anteriorment, com a l'hora de la posada en escena. S'han de conèixer amb anterioritat els temes, organitzar-se i disposar les idees. "El llenguatge ha de ser clar, breu i concís" (Salgado; 2007: 166).

Quant a la bona imatge, es tenen en compte tots els aspectes físics del professional. Aquest seria doncs el tema que més interessaria per a l'objecte d'aquesta investigació. Salgado explica que l'etilisme, el maquillatge, el pentinat i els accessoris dels presentadors són "aspectes relatius a la comunicació no verbal que defineixen la bona imatge del presentador" (Salgado; 2007: 169). Aquests trets són essencials per a la imatge que transmet el presentador i que contribuiran a una persuasió més eficaç.

L'últim element que l'autor explica en l'article "La credibilidad del presentador de programas informativos en televisión" és la bona veu, és a dir, la que és agradable a l'oïda del telespectador. També es té en compte la qualitat expressiva i la facilitat de paraula.

Armand Balsebre, catedràtic de Comunicació Audiovisual i Publicitat de la Universitat Autònoma de Barcelona, és especialista en llenguatge radiofònic i també parla de la

importància de la veu a *La credibilidad de la radio informativa*¹². Balsebre considera que un dels índex de la credibilitat és també la claredat sonora-informativa, segons les teories de recepció, de psicologia de la comunicació i de la percepció. En definitiva, un presentador o presentadora d'informatius amb credibilitat ha tenir tres elements: un to de veu baix, poca velocitat, menor volum i major variació, així com una gran fluïdesa verbal. Afegeix que una articulació defectuosa sumada a un to monòton, amb nasalitat o ronquera genera poca credibilitat al públic.

Per la seva banda, l'American Society Of Newspaper Editors (ASNE), en el seu treball titulat *Newspaper credibility: building reader trust*¹³, defensa els següents factors per a que un presentador de programes televisius transmeti credibilitat. Sinceritat i honestat, imparcialitat, exactitud, donar totes les dades d'un succés, separar informació d'opinió i emfatitzar els fets. A més, respectar el codi deontològic, així com les normes fonamentals de les persones, com ara la privacitat; preocupar-se pel benestar de la comunitat, guanyar-se la confiança del públic, i ser, en definitiva, professionals.

Sergio Roses és membre del Departament de Periodisme de la Universitat de Màlaga. Entre la seva trajectòria destaca l'article "Credibilidad del periodista: Teorías subjetivas de profesionales españoles"¹⁴, que tracta el tema de la credibilitat informativa i concretament, de la figura del professional de la informació.

Roses parla dels codis de "confiança en la veritat", és a dir, els espectadors o lectors habituals d'un determinat periodista li atorguen la seva confiança pel simple fet que han rebut una continuada difusió d'informació veraç. Això s'associa, segons Roses, a la concepció que s'ha fet una bona pràctica professional que, contribuirà a dotar de prestigi tant al mitjà com al periodista. Diu que hi ha moltes notícies en les que és impossible que l'espectador sàpiga si se l'està dient la veritat, però després de tants anys de veure treballar a un periodista a qui ningú li ha "tirat per terra" les seves informacions, el receptor deixa de qüestionar-ne la credibilitat. Afegeix que la professionalitat es

¹² Balsebre, Armand. *La credibilidad de la radio informativa*. Feed-back. Barcelona. 1994.

¹³ American Society of Newspaper Editors (ASNE). *Newspaper credibility: building reader trust*. MORI Research. Washington. 1985.

¹⁴ Roses, Sergio. "Credibilidad del periodista: Teorías subjetivas de profesionales españoles". <http://www.saladeprensa.org/art910.pdf> (Consulta: 12 març 2014)

construeix a través del rigor professional i de l'ètica professional, diu Roses. Això implica que el periodista treballi les informacions, tingui esperit crític, tingui capacitat d'anàlisi, riquesa de fonts i conegui en profunditat els temes dels què informa. Quant a l'ètica, vol dir ser honest i honrat, ser imparcial respecte les dades exposades i tenir respecte per les fonts.

A més, l'autor de l'article parla de la professionalitat, és a dir, de la "credibilitat com a forma de treballar". Això fa referència a si en les pràctiques periodístiques els professionals tenen un coneixement del tema, si treballen les informacions i les fonts, contrasten les dades, i si tenen rigor, honestedat i imparcialitat.

La trajectòria i l'experiència també són elements importants, segons Sergio Roses. Un periodista doncs, serà creïble després que acumuli una experiència en la professió. Quants més anys faci que treballa en el camp, més especialitzat estarà i més prestigi tindrà. Això implica també, que el professional hagi de reciclar periòdicament els seus coneixements. En aquest apartat, l'autor explica les qualitats que més interessen per aquest anàlisi, que són la seguretat, la sagacitat i el carisma.

c) El llenguatge visual dels informatius

Un altre element important en l'anàlisi de la credibilitat informativa dels telediaris espanyols, és el llenguatge visual. És a dir, un mitjà de referència presentarà els elements propis i adequats d'un informatiu. En aquest treball merament es tindran en compte els tipus de plànols, ja que en el cas de comentar elements aliens a la figura de la professional, seria possible excedir-se de la simple valoració de les presentadores d'informatius.

Nicolás Lorite és professor de la Universitat Autònoma de Barcelona en l'àmbit de la Teoria i la Pràctica del Llenguatge i la Producció Televisiva. En el capítol "Informative Treatment of Immigration and Intercultural Dynamics of Spanish Mass Media" inclòs en el llibre *Media, migrations and public opinion*¹⁵, explica que el sistema televisiu espanyol té un presentació estandarditzada. Pel què fa els plànols doncs, són estàtics, de pla mig, més tancats o més oberts, però tots plànols mitjos.

d) La importància de la imatge a la televisió

¹⁵ Lorite, Nicolás. "Informative Treatment of Immigration and Intercultural Dynamics of Spanish Mass Media". A *Media, migrations and public opinion*. Iván Ureta. 2012.

Elisabeth López, llicenciada en Periodisme per la Universitat Complutense de Madrid i diplomada en Política Internacional, actualment és directora de La Formatería, una productora de Comunicació Audivisual, i de Tv Training. Acumula més de vint anys d'experiència en l'àmbit televisiu. En el seu llibre *Comunicar en Televisión: el manual de un presentador*¹⁶ parla de la figura del presentador televisiu a Espanya i dels trets que ha de tenir, per tal que triomfi. Al final del llibre, López fa un recull de les "10 regles d'or". Entre els criteris sobre la imatge del presentador dóna les següents pautes. En primer lloc, diu que ha de tenir un bon físic, la qual cosa no implica només ser atractiu o atractiva, sinó que davant la càmera s'exaltin els seus trets físics. En segon lloc, López parla de la naturalitat, tant pel què fa el físic com pel què a la veu i diu que mostrar-se com és un mateix no és quelcom fàcil. A més, un bon presentador s'ha de saber moure davant la càmera, amb qualitats com l'elegància i la gràcia. Per últim, l'autora destaca el saber actuar: sobretot en programes, explica, però també en informatius, és important per tal de donar dinamisme. Tot i això, declara que tenir un bagatge cultural i una bona formació és fonamental en televisió, ja que segons conclou, les cares que només són guapes cansen fàcilment.

Alejandro Salgado és professor de Presentació en Televisió de la Universitat Pontifícia de Salamanca i també parla de la importància de l'aspecte físic en els seus articles. A *La credibilidad del presentador de programas informativos en televisión. Definición y cualidades constitutivas* coincideix amb que les característiques físiques del presentador també contribueixen a crear una figura de credibilitat. Els aspectes relatius a la comunicació no verbal que influeixen són el maquillatge, l'etilisme, el pentinat i els accessoris que puguin portar els que presenten el telenotícies. Diu que la combinació adequada d'aquests elements proporcionarà una bona presència. Salgado amplia aquesta declaració dient que la presència física reforçarà la imatge de credibilitat del subjecte i en el cas dels conductors d'informatius, doncs, serà una via per fer més eficaç la persuasió.

El doctor en dret, Juan José Rodríguez, que també és llicenciat en Periodisme, dedica una entrada de la seva pàgina web a parlar sobre com vesteixen els *showmans* de la televisió i la importància que això comporta. En "El vestuario de los presentadores de

¹⁶ López, Elisabeth. *Comunicar en Televisión: el manual de un presentador*. Fragua. Madrid. 2012.

Televisión”¹⁷ explica que els espectadors tenen la predisposició d’exigir als presentadors que vagin amb una adequada indumentària, per tal que els resultin creïbles.

Com s’ha dit anteriorment, i com reitera Rodríguez, els comunicadors que surten en pantalla han de mostrar naturalitat i ser propers a la gent. Tot i això, com explica, hi haurà diferents tipus de contextos en què el públic esperarà que els presentadors dels programes televisius vagin més o menys arreglats. És a dir, no vestiran igual un presentador de telediari que un conductor d’un programa juvenil. Pel què fa aquesta segona afirmació, Rodríguez assegura que el vestuari del conductor haurà de respondre a les últimes tendències de la moda per a agradar al seu públic principal. No obstant, allò que és adequat en els telenotícies, segons aquest autor, és l’aparença d’un home que vesteixi un trajo i corbata, la qual reproduirà el distanciament necessari amb el seu televident, per tal d’imposar autoritat.

Rodríguez recorda una etapa polèmica en el qual els presentadors de telediaris van començar a aparèixer sense corbata. Lorenzo Milà, com a presentador del Informativo de la 2, apareixia amb americana, camisa, però també sense corbata, i això no el va allunyar mai d’obtenir la credibilitat per part dels telespectadors. Tot i això, quan va passar a formar part de l’equip d’informatius de La Primera, va tornar a fer servir la corbata, degut al caràcter de màxima seriositat que pretén exhibir La 1 de Televisió Espanyola.

Especialitzada en Protocol i Cerimònies, María Rubio és una periodista que dedica una entrada a la seva pàgina web sobre com sortir en televisió. A “Consejos para salir en televisión”¹⁸ explica que a diferència d’altres mitjans, a la televisió no només és important la paraula, sinó que la imatge és un altre element fonamental que s’ha de cuidar. Rubio estableix unes regles bàsiques per a sortir en pantalla. En primer lloc, una roba adequada: que vagi en acord amb la tipologia de l’espai on es vagi, i posa l’exemple d’un programa d’economia, on s’haurà d’assistir doncs, amb roba formal com

¹⁷ Rodríguez, Juan José. “El vestuario de los presentadores de Televisión”. <http://jjrodriguez-lewis.blogspot.com.es/2008/12/el-vestuario-de-los-presentadores-de-tv.html> (Consulta: 7 abril 2014)

¹⁸ Rubio, María. “Consejos para salir en televisión”. <http://mariarubiom.wordpress.com/2012/09/20/consejos-para-salir-en-televisión/> (Consulta: 7 abril 2014)

trajo o vestit. Afegeix que en qualsevol dels casos s'hauran d'evitar els colors cridaners i els dissenys psicodèlics. Quant al maquillatge, l'especialista diu que s'han d'evitar les brillantors de la cara, així com la suor. A més, diu que davant la càmera s'ha de saber comportar amb naturalitat.

Nicolás Lorite també menciona el vestuari a “Informative Treatment of Immigration and Intercultural Dynamics of Spanish Mass Media”. A través de la inclusió de captures de pantalla, mostra com tots els homes porten corbata i americana, mentre que totes les dones porten vestits. Això, afirma Lorite, segueix el prototip occidental.

Bàrbara de Senillosa és professora de l'Escola Internacional de Protocol de Catalunya i també fa col·laboracions com a instructora en la consultoria Time Manager Internacional. En el seu llibre *El libro de la buena educación. Una guía de cómo comportarse en la sociedad*¹⁹ fa un repàs d'un gran conjunt d'aspectes que s'han de tenir en compte a l'hora de comportar-se davant el públic. Per això, també tracta elements relacionats amb el vestuari, sobre què és adequat i què no, i en quines situacions.

En el capítol “La etiqueta en el vestir”, De Senillosa explica que la forma de vestir identifica a les persones i diu com és la persona que el porta. En el cas de les dones, no està fixada una manera determinada per vestir adequadament, diu. Els requisits estètics immutables per a la roba de la dona són en primer lloc, tenir personalitat pròpia. Afegeix que s'han de portar mitges i anar poc maquillada durant el dia. Es recomana que dugui trajo per a situacions formals – com podria ser en un telediari –. De Senillosa veta les transparències exagerades i les indumentàries extremadament ajustades, així com les combinacions de colors i dissenys arriscats. Tot i que el número de possibilitats de variar de vestuari en el cas dels homes és més reduït, l'autora d'*El libro de la buena educación* parla de quatre elements de màxima importància: la camisa, la jaqueta, la corbata i els pantalons. Són les quatre peces de roba que conformen el trajo, essencial, segons De Senillosa, per a esdeveniments formals.

¹⁹ De Senillosa, Bàrbara. *El libro de la buena educación. Una guía de cómo comportarse en la sociedad*. El Aleph Editores. Barcelona. 2009.

3. METODOLOGIA

Els aspectes bàsics per a l'obtenció de dades d'anàlisi d'aquest treball ja s'han desenvolupat anteriorment. S'ha fet una radiografia que inclou allò què s'ha dit sobre les dones i la seva presència als mitjans de comunicació. També s'ha tractat el tema de la credibilitat informativa, amb els elements capçals que ha de presentar un professional de la televisió per a ser considerat bo. Alhora, s'ha parlat de les regles del llenguatge visual dels informatius i del tipus de plànols com a components que contribueixen a que un telediari sigui considerat de referència. Per últim, s'han plantejat els fonaments sobre l'aparença física a la televisió.

A més, a banda de la bibliografia i la webgrafia consultada, l'entrevista de Joana Gallego, periodista i especialista en Mitjans de Comunicació i Gènere, ha contribuït a donar a conèixer la pròpia opinió de l'experta.

Per tal de poder respondre als objectius d'aquest treball, l'estratègia d'investigació que millor s'adequa és de caràcter qualitatiu. S'analitzaran les presentadores de totes les edicions de les cinc cadenes generalistes espanyoles – Televisió Espanyola, Telecinco, Antena 3, La Sexta i Cuatro – , així com de la Televisió de Catalunya. L'estudi consistirà en observar una sèrie de factors sobre cada una de les dinou presentadores de telediaris, relacionats amb la imatge física que presenten i sotmetent-les a la comparació amb els seus companys masculins del programa, ja que l'objecte d'anàlisi del treball és comparar la funció de captació d'audiència de les presentadores en relació amb la dels presentadors.

En segon lloc, es realitzarà una taula rodona formada per deu persones de sexes, edats i nacionalitats diferents. Així doncs, se'ls repartirà un formulari tipus enquesta, per tal de valorar els aspectes físics, segons el parer de les persones escollides, que representarien l'audiència dels noticiaris televisius.

A part de la discussió del físic de les distintes presentadores exposades, els assistents a la taula rodona ompliran un formulari que contindrà preguntes de tipus qualitatiu. Per exemple, hauran de dir quin és el sexe que creuen que guarda més protagonisme, segons els torn de paraula, en un informatiu (en el cas dels noticiaris amb dos presentadores, home i dona). Acte seguit, els reunits haurien de respondre en quina mesura, de l'1 al 5, creuen que tenen protagonisme cada un dels sexes, qui dóna més credibilitat a l'hora de

mirar un telediari, segons els gustos; si prefereixen mirar un informatiu presentat per una dona o per un home; i qui creuen que dóna millor imatge al mitjà, valorant aspectes com la credibilitat, l'autoritat i el carisma. Per últim, les persones que formin la taula rodona hauran de valorar de l'1 al 5 cada un del físic de les dinou presentadores.

a) Mostra

La mostra estarà conformada per totes les presentadores de les cadenes anteriorment citades: Televisió Espanyola, Televisió de Catalunya, Telecinco, Antena 3, La Sexta i Cuatro. Només es tindran en compte però, els noticiaris d'informació generalista i en els quals hi participi una presentadora dona. Per això, s'ignoraran les seccions, per exemple, d'esports o del temps que estiguin integrades en el mateix programa. Tampoc s'analitzaran els canals secundaris, com ara el 3/24 de la Televisió de Catalunya. En total, doncs, són dinou presentadores que actualment presenten els informatius de televisió. Tot i això, serà necessari recórrer, com ja s'ha dit, a la descripció dels seus companys masculins.

En primer lloc, a Televisió Espanyola, només en la seva emissió nacional, deixant de banda la territorial, els dies laborals presenten dues dones: a l'edició del *Telediario Matinal* de les 6.30 hores, Ana Belén Roy. Al *Telediario 1* a les 14 hores, Ana Blanco. I al *Telediario 2* a les 21 hores, Marta Jaumandreu. Pel què fa els dies no laborals, al *Telediario Fin de Semana* de les 15 hores i de les 21 hores presenta Raquel Martínez.

En segon lloc, a Televisió de Catalunya, a l'emissió del *Telenotícies migdia* a les 14.30 hores s'hi troba Núria Solé. En aquesta cadena es prescindeix de l'anàlisi del conductor del *Telenotícies Vespre*, perquè és presentat per Toni Cruanyes, i a més, es deixen de banda els informatius del canal 3/24, així com el *Telenotícies Comarques*. El *Telenotícies Cap de Setmana* a les 14.30 hores i a les 21 hores és conduït per Agnès Marquès

En tercer lloc, a Telecinco s'analitzarà la presentadora de l'informatiu matinal i del migdia, ja que el nocturn és presentat per Pedro Piqueras. L'*Informativo Matinal* de les 6.30 hores el presenta Leticia Iglesias, i l'*Informativo Mediodía* a les 15 hores, Isabel Jiménez. Mentre que el cap de setmana, Carme Chaparro presenta els *Informativos Fin de semana* a les 15 hores i a les 21.05 hores.

A Antena 3, els dies laborals es troben María José Sáez i Esther Vaquero a *Notícies de la mañana* a les 6.15 hores. El *Noticias 1a* les 15 hores, Lourdes Maldonado, i el *Noticias 2* a les 21 hores, Mónica Carrillo. Quant a les *Noticias Fin de Semana* de les 15 hores i de les 21 hores presenta Sandra Golpe.

Pel què fa La Sexta, els dies laborals, a *Noticias 1* de les 14 hores la conductora és Elena Resano, i al *Noticias 2* a les 20 hores, Cristina Saavedra. Als caps de setmana, Cristina Villanueva presenta el *Noticias Fin de Semana* a les 14 hores i a les 20 hores.

Per últim, a Cuatro s'analitzarà l'emissió migdia, perquè el *Noticias 20* és presentat per Hilario Pino. El *Noticias 14* a les 14 hores, Marta Fernández. I per últim, el *Noticias Fin de Semana* a les 14 hores i a les 19.50 hores el presenta Marta Reyero.

b) Variables

A partir de l'observació, es completarà un anàlisi, amb comentaris qualitatius sobre les següents variables.

Primerament, s'indicarà el nom, l'edat de la periodista, així com l'informatiu que presenta i el canal on treballa. A continuació, es farà una descripció de l'aspecte físic, que tindrà en compte generalment, el vestuari, el pentinat i el maquillatge.

Després, es descriuran els elements que facin referència a la credibilitat, és a dir, l'experiència i trajectòria de la periodista, la personalitat que li doni a les notícies, o sigui, valorant aspectes com si li dona un tractament propi a la lectura dels titulars o si guarda familiarització amb l'audiència. També s'analitzarà el control que tingui la professional amb la conducció del programa i el producte periodístic, així com la concentració i la improvisació, en cas que sigui oportú saltar-se el guió. Alhora, s'observarà si la presentadora té control amb la comunicació verbal i no verbal, si mostra tranquil·litat davant de les càmeres i si té una bona veu, imponent i agradable alhora. Com ja s'ha dit, també es farà una breu descripció dels seus companys de conducció del programa.

Per últim, es farà un anàlisi dels tipus de plànols utilitzats a cada mitjà de televisió treballat, tots del mateix dia.

4. ANÀLISI

4.1 Anàlisi individual

4.1.1 Presència física de les presentadores d'informatius espanyoles

Aquest apartat és el resultat de l'anàlisi realitzat a les dinou presentadores d'informatius de les cadenes anteriorment mencionades. L'apartat destinat a l'explicació dels resultats estarà dividit en diferents parts. Per una banda, es farà la descripció general de forma individual de les conductes. I per altra banda, es dedicarà un sub-apartat per establir comparacions entre elles i entre elles i els seus companys homes, per tal d'obtenir conclusions més generalitzades.

a) Ana Belén Roy

La presentadora de l'emissió del *Telediario Matinal* de Televisió Espanyola té trenta-set anys. És altament atractiva, amb cabell ros, amb els ulls blaus i la pell blanca. Per tant, es pot dir que respon al cànon de bellesa de la “donna angelicata”, el tòpic creat per autors com Guinzinelli i per Dante.



Ana Belén Roy. Font: TVE

Pel què fa el vestuari, normalment porta indumentàries d'estil clàssic, com ara bruses o camises, americanes o samarretes tapades. De forma extraordinària vesteix escots o peces de roba poc tapades. Els colors de la roba són bastant neutres, com ara blaus, beixos o blancs, però en la següent fotografia vesteix de vermell, color associat amb l'agressivitat i l'atracció.

Al cabell porta una mitja melena sempre pentinada de perruqueria, llisa o amb lleugeres ondulacions. A més, el maquillatge respon a les regles establertes per a la presentació d'informatius: senzill i natural, i que matifiqui la pell per evitar les brillantor.



Ana Belén Roy. Font: TVE

En definitiva, mostra naturalitat, tant pel què fa la seva presència física – pel maquillatge, la forma de vestir i el pentinat –, i també quant a l'actuació.

Pel què fa els elements que determinen la credibilitat, Roy acumula una extensa trajectòria professional, ja que va estudiar Periodisme a la Universidad San Pablo CEU de Madrid i va entrar a Televisió Espanyola a l'any 1998. Va presentar la secció de meteorologia del telediari matinal i del programa "Los Desayunos de TVE" des de l'any 1998. A l'actualitat s'ha incorporat a la conducció del telediari matinal, juntament amb Jesús Amor. Per tant, és una professional amb un currículum destacable, ja que fa setze anys que treballa al grup RTVE.

Quant a la personalitat dels telenotícies presentats per Ana Belén Roy, no destaquen per tenir un tractament personalitzat per la presentadora. Tot i això, mostra control sobre la conducció del programa, així com concentració, ja que dóna seguretat amb el què diu i és capaç d'improvisar. Alhora, tot i tenir una veu aguda, és imponent i agradable per qui l'escolta.

Roy comparteix la conducció del *Telediario Matinal* de Televisió Espanyola amb Jesús Amor, que pertany al grup des de 2008, tot i que presenta un llarga carrera professional lligada en la presentació de programes i de corresponsalies per a altres cadenes. A TVE havia estat presentador del Canal 24 Hores i del Telediario Internacional.



Ana Belén Roy i Jesús Amor. Font: TVE

En aquest cas, ambdós presentadors presenten edats semblants i ell té un atractiu notable. Per tant, no es pot dir que en aquesta edició l'atractiu d'ella es contraposi amb el d'ell. També s'ha de dir que els dos presentadors desprenen credibilitat.

b) Ana Blanco

Ana Blanco presenta l'emissió del *Telediario1* de les 14 hores a Televisió Espanyola. Possiblement, sigui la conductora amb més experiència que surt actualment a la cadena, ja que té cinquanta-dos anys i n'acumula vint-i-sis treballant en el mateix grup.



Ana Blanco. Font: TVE

És morena i té el cabell llis, els ulls són obscurs. Sempre vesteix clàssica, amb trajo i americana, o camises. Els colors de la seva indumentària són neutres, com ara el blanc, el beix, el rosa, el gris o el blau marí.

El pentinat del cabell és sempre d'una melena curta i amb el cabell allisat, mentre que el maquillatge és senzill, acord amb el color natural de la seva pell i els llavis i els ulls no destaquen per anar molt recarregats.

Tot i que les presentadores d'informatius no acostumen a anar amb complements que cridin l'atenció, sinó un rellotge o un braçalet, com a màxim, Ana Blanco a vegades porta més accessoris. Blanco en definitiva és molt natural, tant per la seva forma de treballar com per la presència física.

Llicenciada en Pedagogia, al 1980 va començar a treballar en ràdio, mentre cursava la seva carrera. Cadena Ser i Radio 16 són les ràdios que la van descobrir. Més endavant, s'iniciaria a la televisió autonòmica Telemadrid. Al 1990 va entrar a Televisió Espanyola i poc després, va començar a conduir el Telediario Edición Fin de Semana. Des de fa 23 anys, presenta el Telediari de TVE. La seva carrera professional també està marcada per un seguit de guardons, com el Micrófono de Oro al 2005, el Premi de l'Acadèmia de Televisió d'Espanya en distintes ocasions, el TP d'Or el 2007 i 2008, així com el premi de l'Associació Professional Espanyola d'Informadors de Premsa, Ràdio i Televisió.

Pel què la personalitat que li dóna al seu informatiu, pel simple fet que Blanco sigui la conductora, aquest guanya un estil personal. Segurament, degut a l'autoritat que suposa que la mateixa presentadora hagi estat durant dues dècades donant les notícies. A més, mostra control en la conducció del programa. Exhibeix alhora serenitat davant la càmera i té una imponent veu que transmet credibilitat.



Jesús Álvarez, Ana Blanco i Marcos López. Font: formulatv.com

Per tal d'extreure conclusions sobre la importància del físic i de la credibilitat d'Ana Blanco, cal comparar-la amb alguns dels seus companys. Per una banda, Jesús Álvarez és el director d'esports de TVE i des de setembre de 2013 presenta aquesta

secció al *Telediario* 2. Té cinquanta-vuit anys, es va llicenciar a la Universitat Complutense i es va iniciar en televisió el 1977. A més, l'any 2000 va obtenir el reconeixement per la seva tasca amb el premi Antena de Oro de televisió. L'altre company de Blanco, Marcos López, té quaranta-quatre anys i es va llicenciar també a la Complutense. Al 1995 va entrar al Canal+, al 2007 va començar a treballar a Televisió Espanyola als espais d'informació esportiva, i al 2010 va passar a presentar els informatius.

Com a conclusió, dir que el cas d'Ana Blanco no reforçaria la hipòtesi defensada en aquest treball, ja que passa dels cinquanta anys i segueix treballant en televisió. Blanco presenta unes particularitats diferents, ja que porta molts anys treballant com a periodista i és possible que aquí si es prioritzi l'autoritat i el crèdit que comporta per a TVE tenir-la de presentadora de la seva edició de telenotícies més vist per l'audiència. Pel què fa els seus companys, són majors de quaranta anys, edat que es considera que s'ha assolit la maduresa i per tant, tenen un grau de credibilitat rellevant, reforçada també per la seva àmplia trajectòria professional.

c) **Marta Jaumandreu**

De quaranta-tres anys, Marta Jaumandreu presenta el Telediari de Televisió Espanyola. Es conserva molt bé, ja que no sembla que tingui aquesta edat. És guapa i molt prima, rossa i amb ulls verds.



A diferències de les dues presentadores analitzades anteriorment, Jaumandreu va vestida amb colors més cridaners, com ara el vermell, el blau elèctric o el color violeta. En la majoria d'ocasions porta americana o sinó, bruses o samarretes elegants.

Pel què fa el cabell, és rossa i porta algunes metxes de tons més clars. Tampoc resulta per tant, tant natural com Blanco o com Roy, sinó que acostuma a portar ondulacions marcades, fetes de perruqueria. També va més maquillada que les altres dues, sobretot en els ulls, com s'observa a la imatge.



Marta Jaumandreu. Font: TVE

Aquesta periodista es va llicenciar en Ciències de la Informació a la Universidad CEU San Pablo de Madrid i va començar a treballar a una publicació econòmica. Després va ingressar a Telemadrid, arribant a presentar programes informatius. El 1997 va entrar a Televisió Espanyola, on va ser redactora i més tard, presentadora del telediari regional de la Comunitat de Madrid. Des de fa dos anys presenta el Telediari. Per tant, es considera que és una professional amb un recorregut extens, però no tant com les dues anteriors, tot i ser major.

En definitiva, mostra control sobre el què diu, però no imposa. No és tant natural com les dues anteriors. Això últim i sumat al fet que no dóna un caràcter professional propi al programa, perd credibilitat i augmenta la sensació de la sobre-importància de l'atracció física de les presentadors d'informatius, tot i superar la quarantena d'edat.

d) Raquel Martínez

Raquel Martínez presenta el *Telediario Fin de Semana* de Televisió Espanyola. Té trenta-cinc anys, i presenta un llarg curs professional. Es va graduar en Comunicació Audiovisual a Sevilla i va entrar a l'equip de RTVE a partir d'un màster a Radio Nacional. El 2006 es va incorporar a Televisió Espanyola, presentant el Canal 24 Horas. Més tard, va conduir les notícies de La 2. Des de 2012 presenta el Telediario Fin de Semana, primer amb Marcos López i després amb Oriol Nolis, amb qui comparteix la conducció actualment.



Raquel Martínez. Font: libertaddigital.com

Martínez és guapa i prima. Destaquen els seus ulls de color blau. Els cabells són de color castany i acostuma a portar una mitja melena pentinada llisa, amb bucles o fins i tot, porta cues. Freqüentment porta americanes, de colors cridaners, com ara turquesa, verd o vermell.

Pel què fa la credibilitat professional de Raquel Martínez, ja s'ha dit que té experiència amb la tasca periodística. També mostra control en la conducció del programa i dóna crèdit a allò què diu. Dóna la sensació d'estar ferma davant la càmera, sense que aquesta la imposi. Alhora, té una veu solemne que controla amb la locució.

Comparant-la amb el seu company Oriol Nolis, amb qui presenta els telediaris de cap de setmana, ell és només un any major que ella. Aquest va exercir de reporter a Televisió Espanyola fins que va començar a presentar l'edició regional del telenotícies a Catalunya.



Raquel Martínez i Oriol Nolis. Font: abc.es

Com a conclusió, dir que Martínez evidencia professionalitat i per tant, tot i la seva bona presència física, té credibilitat. El seu company desmentiria la hipòtesi d'aquest treball, ja que ambdós són d'edats similars – ella, trenta-cinc i ell, trenta-sis –, atractius i bons professionals.

e) Núria Solé



Núria Solé. Font: forocoches.com

Al Telenotícies Migdia de la Televisió de Catalunya, es troba com a conductora Núria Solé. Té trenta-set anys i és guapa, prima, rossa i amb els ulls verds. D'indumentària, sempre porta americanes, de colors diversos, normalment neutres, però també de colors més vistosos, com ara el blau o el vermell.

Solé acostuma a portar el cabell allisat i en algunes vegades ha aparegut amb cua o el cabell recollit. Pel què fa el maquillatge, és molt natural, la qual cosa contribueix a que en conjunt, la presentadora tingui una imatge senzilla i de naturalitat.

La periodista va entrar a Televisió de Catalunya a través de les pràctiques obligatòries de la universitat. Des de llavors, ha treballat a programes com el juvenil Info-K. També ha estat subdirectora i presentadora del programa d'entrevistes *(S)avis* del Canal 33, així com conductora del 3/24. Actualment, presenta el *TN migdia* de TV3.

A aquesta presentadora se li atribueix credibilitat pel simple fet de ser una “cara coneguda” de la cadena. És a dir, l'audiència té la seva presència assimilada i n'està

familiaritzada. Per tant, aquest fet li concedeix crèdit. A més, mostra seguretat amb la seva tasca.

Carles Prats acompanya a Solé en la presentació del TN migdia. Ell va estudiar periodisme a la Universitat Autònoma de Barcelona, ha estat corresponsal a la Unió Europea per a Televisió de Catalunya, també corresponsal a París i actualment, presenta el telediari. Té trenta-nou anys i el seu aspecte s'adequa al de presentador de telenotícies, perquè respon al cànon de persona intel·lectual.



Núria Solé i Carles Prats. Font: 3/24.cat

Per acabar, dir que ella al costat d'ell és molt atractiva, tot i que el cas de Núria Solé és extrem, ja que és considerada una de les periodistes més guapes de TV3, segons l'audiència. La diferència d'edats entre ells no és notable i ambdós tenen una reputació merescuda, degut a la seva trajectòria.

f) Agnès Marquès

Agnès Marquès presenta el *Telenotícies Cap de Setmana* de TV3. És morena i amb els ulls marrons. A més, porta el cabell curt. Pot ser aquesta suma de particularitats faci que Marquès no agradi tant pel seu físic i que la seva professionalitat quedi més en evidència per l'audiència.



Agnès Marquès. Font: tv3.cat

Al cabell, porta un pentinat informal, i pel què fa al maquillatge, solen destacar-li els ulls. També vesteix de manera més personalitzada, per exemple, en comparació amb la seva companya Núria Solé: mentre que Solé no es fa enfora mai de les clàssiques americanes, Agnès Marquès acostuma a sortir amb vestits i indumentàries de diferents

tipus. Segurament, l'estil personal de Marquès quedi reflectit de nou amb aquest aspecte.



Agnès Marquès. Font: tv3.cat

Amb els seus trenta-quatre anys, Marquès té una llarga experiència en la professió. Va estudiar a la Universitat Ramon Llull de Barcelona. Darrera d'aquesta presentadora d'informatius s'hi guarda una llarga trajectòria, que començava com a redactora i presentadora de l'informatiu de Catalunya Ràdio. Després, entraria a ser redactora d'informatius d'Onda Rambla, més tard, directora i presentadora de l'informatiu de RTVE "A mitjanit". Al programa de TV3 "180 graus" va exercir de redactora i co-presentadora. I del 2006 fins al març de 2007 va presentar el telenotícies del Canal 3/24. Actualment, combina la seva tasca de presentadora del TN Cap de Setmana amb la de professora de la Facultat de Ciències de la Comunicació a la Universitat Ramon Llull. A més, ha rebut reconeixements com ara el Premi del Consell de Benestar Social als Mitjans de Comunicació en la categoria de Televisió.

No obstant això, l'exigència d'aquesta periodista és més gran quan comparteix programa amb Ramon Pellicer. De cinquanta-tres anys, aquesta figura emblemàtica de TV3 va estudiar a la Universitat Autònoma de Barcelona on també ha impartit classes. Forma part de la televisió autonòmica



Ramon Pellicer i Agnès Marquès. Font: tv3.cat

catalana des de 1988. El 1993 va tenir un període en el qual va entrar a Televisió Espanyola com a presentador i co-director de l'informatiu. Un any després, assumia el càrrec de director del Telediari ell sol. A TV3 tornar al 1998, quan va presentar programes de magazín informatius, com l'*Entre Línies* o "*Domini Públic*". El 2007 es va reincorporar a la tasca de presentador i editor del TN. Des del gener d'aquest any comparteix la presentació dels telenotícies de cap de setmana amb Agnès Marquès.

Aquest cas reflecteix que per als presentadors l'edat no importa. L'exemple és Pellicer que amb cinquanta-tres anys segueix sent una de les cares que representen la Televisió

de Catalunya. Marquès, de dinou anys més jove, destaca per la seva personalitat i és aquest fet que li dóna molt de crèdit també com a professional.

g) Leticia Iglesias

La periodista gallega, Leticia Iglesias, presenta l'informatiu matinal de Telecinco. És guapa, alta i prima, morena i amb els ulls foscos. Iglesias ha estat objecte de polèmiques en diferents ocasions pels escots que portava. Alguns mitjans han considerat que era agosarat el fet que les presentadores de telediaris lluïssin obertures tant marcades.

Quant a la vestimenta doncs, no acostuma a anar amb americanes. Sempre va amb indumentàries modernes i estiloses, mentre que els colors que vesteix són cridaners, com ara grocs, violetes o vers. Porta el cabell llarg i pentinat amb bucles, seguint la tendència actual i pel maquillatge, destaquen els ulls. En comparació amb les presentadores anteriors, físicament Iglesias no mostra tanta naturalitat.



Leticia Iglesias. Font: telecinco.es

Leticia Iglesias va estudiar Periodisme a la Universidad de Santiago de Compostela, un màster en Periodisme Audiovisual després, i a l'Institut d'Empresa es va especialitzar amb Economia i Finances. Primer, va treballar per a Televisió Espanyola i també per a Ràdio Gallega. Més tard, va estar a la Borsa de Madrid com a corresponsal per a Expansió Televisión. Després, va entrar a CNN+ on va estar presentant el telediari. Finalment, el 2011 es va incorporar a Telecinco on va començar a conduir l'informatiu matinal fins al dia d'avui. L'any 2012 va rebre el guardó Antena de Plata per la seva tasca.

Cal comparar aquesta presentadora amb el seu company Roberto Fernández. Llicenciat en Ciències de la Informació per la Universitat Complutense de Madrid, Fernández presenta el matinal de Telecinco des de l'any 2011. Alhora, és professor de l'Escuela Superior de Imagen y Sonido de



Roberto Fernández y Leticia Iglesias. Font: Telecinco.es

Madrid des de fa tres anys. Anteriorment, havia treballat com a presentador i redactor a CNN+ i Cuatro durant vuit anys.

Pel què fa la credibilitat que exhibeix Iglesias, com s'ha dit, el seu lloc de treball actual és fruit d'una prolongada carrera en la professió periodística. No obstant això, la presentadora destaca més pel seu físic que per la seva manera de donar les notícies. És aquest aspecte el què crida l'atenció a l'anàlisi de l'informatiu. Mentre que per la seva banda, Roberto Fernández, amb qui comparteix la conducció del programa, no mostra un atractiu destacable.

h) Isabel Jiménez

Presenta l'*Informativo Mediodía* de Telecinco. És Isabel Jiménez i té trenta-dos anys. És molt guapa i prima, morena i amb els ulls obscurs.

Quant al vestuari, poques vegades vesteix clàssica: porta colors llampants, com el rosa o el blau. El maquillatge que porta és notori sobretot, als ulls i als llavis.



Isabel Jiménez. Font: Telecinco.es

Pel què fa la seva experiència professional, des de l'any 2013 presenta l'informatiu de migdia amb David Cantero. Va entrar el 2005 a la cadena, exercint de corresponsal a



Isabel Jiménez y David Cantero. Font: fotogramas.es

Roma. Va estar també a Antena 3 al programa *A fondo* i va presentar alguns informatius de l'edició matinal d'aquest grup. A Antena 3 hi va treballar sis anys. Dóna la sensació de tenir el control de l'informatiu, però destaca en conjunt, destaca més el seu físic que la seva

professionalitat.

El company d'Isabel Jiménez és el periodista David Cantero. De cinquanta-tres anys, Cantero ha treballat sempre en televisió. Va estudiar imatge i so, cinematografia, fotografia i publicitat. Primer, va estar treballant a Televisió Espanyola, a l'informatiu territorial d'Andalusia i més tard, com a reporter gràfic per a TVE a Roma fins al 1991. De 2004 fins el 2010 va conduir el *Telediario Fin de Semana* d'aquesta cadena, i també va exercir de presentador d'*Informe Semanal*, on anteriorment havia fet de realitzador i reporter. Alhora, estava al Canal Cultura. Va ser a l'any 2010 quan Telecinco va fitxar per Cantero. Des d'aquell any, presenta l'informatiu de la tarda. Professionalment, ha rebut dos premis: el Micròfon d'Or el 2010 i Home de l'any el 2012 per la revista *Men's Health*.

Ambdós presentadors són notablement atractius, però la diferència d'edat és notable, ja que es porten vint-i-un anys. De nou, per part de la presentadora sembla que es valora més el físic que l'experiència, mentre que per part de Cantero s'exigeix professionalitat.

i) Carme Chaparro

De quaranta-un anys, Carme Chaparro condueix l'*Informativo Fin de Semana* de Telecinco. Malgrat la seva edat, es conserva juvenil i és atractiva, morena i amb els ulls foscos. Pel què fa el seu vestuari, poques vegades porta elements clàssics com l'americana, ja que segueix estils més actuals. Del maquillatge, destaquen les ombres dels ulls.



Carme Chaparro. Font: Telecinco.es

Chaparro es va llicenciar per la Universitat Autònoma de Barcelona. Va començar fent de redactora a TV3 i a *La Vanguardia*, i més tard, de Cadena Ser a Tarragona. Va dirigir i presentar un programa a Barcelona Televisió, així com un magazín a Ràdio L'Hospitalet. Des de 1997 treballa a Telecinco, primer com a redactora i més tard, com a presentadora. A partir de l'any 2001 va presentar l'*Informativo Mediodía* i el 2004 va passar a ser presentadora del telenotícies del cap de setmana, on continua treballant

avui. Aquesta feina la combina amb col·laboracions a altres ràdios i revistes, com la Yo Dona o Punto Radio.

La seva experiència sumat al fet que és una dona major – respecte la majoria de presentadores que el públic està acostumat a veure – dóna credibilitat. La seva maduresa doncs, fa que es noti que és una professional amb carrera al seu darrera i és aquest fet el que transmet autoritat.

José Ribagorda és el periodista amb qui Chaparro treballa en la conducció de l'informatiu. Té cinquanta-tres anys, per la qual cosa també posseeix una llarga experiència en mitjans de comunicació. Primer, en ràdio: a Radio España i Cadena COPE. Alhora, escrivia articles al diari econòmic *Cinco Días*. El 1990 va entrar a Telecinco com a redactor d'informatius. El 1994 va prendre el timó del programa *Entre hoy y mañana* amb J.J. Santos. Tres anys més tard, passa a formar part de l'equip del Telediari de Televisió Espanyola. També va arribar a ser director de *Los desayunos de TVE*. Però el 2006 la seva vida professional va tenir un altre canvi, ja que va ser fitxat per Telecinco per a conduir l'informatiu de cap de setmana. Alhora, escriu columnes al diari As.



José Ribagorda i Carme Chaparro. Font: Telecinco.es

En conclusió, dir que de nou la diferència d'edat de dotze anys entre els dos conductors de l'*Informativo de Fin de Semana* de Telecinco és evident. Com ja s'ha dit, el fet que ella sigui major dóna més autoritat al què diu i segurament, el públic que vegi aquests informatius hi destini més credibilitat. En tot cas però, Chaparro continua sent un exemple de presentadora atractiva, mentre que Ribagorda no destaca pel seu aspecte físic.

j) María José Sáez

Presenta l'edició *Noticias de la mañana* d'Antena 3. És María José Sáez i té trenta anys. Rossa i amb els ulls blaus, llueix un tall de cabell amb molta personalitat. Aquesta última característica podria restar-li atractiu a la periodista, ja que el cabell curt s'associa amb la masculinitat.

Sáez vesteix amb estil i seguint les tendències més modernes, possiblement, perquè és una de les presentadores més joves i li agrada, no obstant tenir una feina seriosa, vestir adequadament amb la seva edat. Acostuma a portar colors blaus elèctrics i fins i tot, negres, que en poques ocasions surten en televisió dones vestides amb aquest color, ja que es relaciona amb el dol, l'obscuritat i del mal.



María José Sáez. Font: antena3.com



María José Sáez. Font: jmgvideoscaps.blogspot.com

María José Sáez es va graduar en Periodisme a Moncada, València, a la Universitat Cardenal Herrera Ceu. Treballa a Antena 3 des de fa quatre anys: primer a la delegació de València i ara, presenta les notícies del matí. Anteriorment, havia estat a Telecinco.

Les notícies matinals d'Antena 3 tenen un caràcter més alegre que els informatius anteriorment analitzats. El fet que siguin dues dones que presenten és destacable, en poques ocasions succeeix, ja que els llibres d'estil dels mitjans audiovisuals aconsellen que els co-presentadors siguin de sexes diferents, per dotar de més dinamisme el programa.



María José Sáez. Font: antena3.com

k) Esther Vaquero

Esther Vaquero té trenta-dos anys i presenta les *Noticias de la Mañana* d'Antena 3. Morena i d'ulls foscos, porta els cabells llargs i és una dona elegant. En comparació, per exemple, amb la seva companya Sáez, vesteix de manera més clàssica amb peces de roba com ara camises o americanes, tot i que moltes vegades aposta també per colors cridaners, com és el vermell. Tant el maquillatge com el pentinat que porta Vaquero li donen naturalitat.



Esther Vaquero. Font: antena3.com

A Salamanca es va llicenciar en Periodisme, a la Universitat Pontificia. Treballa a Antena 3 des de l'any 2010. Els seus precedents com a periodista es troben a Cuatro, La Sexta, Televisió Espanyola i també a la BBC, quan va estar a la delegació de Londres.

En general, Esther Vaquero dóna la sensació de ser més natural que la seva companya. I alhora, més seriosa. Això s'observa en l'exemple de la fotografia a baix, en la qual

Vaquero vesteix una camisa i una falda molt clàssiques, mentre que Sáez, un vestit més destapat i cenyit. Com

que María José Sáez i Esther Vaquero són les úniques presentadores de les *Noticias de la Mañana* d'Antena 3, no es pot establir la comparativa amb un company masculí. Tot i això, s'observa que ambdues periodistes són atractives i joves.



Esther Vaquero i María José Sáez. Font: presentadoras-fernando.blogspot.com

1) **Lourdes Maldonado**

Lourdes Maldonado presenta actualment l'informatiu amb més audiència d'Antena3, les Noticias1. Té quaranta-un anys, és rossa, amb els ulls verds, prima i atractiva. La seva forma de vestir es caracteritza per indumentàries amb tendències clàssiques, com ara camises o americanes, però també falces i vestits més moderns.

A Navarra va estudiar Ciències de la Informació. Maldonado va començar a treballar a la televisió local de la seva ciutat, Irún, i alhora feia col·laboracions a Onda Cero i també, a l'agència France Presse. Fa catorze anys que treballa a Antena 3. Primer, a la delegació territorial del País Basc. També va presentar el programa



Lourdes Maldonado. Font: antena3.com

Espejo Público i després, l'informatiu del cap de setmana. Al llarg de la seva trajectòria ha obtingut tres reconeixements destacables: en primer lloc, el Premi Zapping a millor presentadora; l'Antena d'Or i també, el premi ATR com a millor presentadora d'informatius.

Maldonado dóna un tractament propi a les notícies que presenta. També mostra control en la conducció dels informatius i per tant, té crèdit allò què diu. Es mostra, doncs, com una gran professional amb credibilitat.

El seu company és Vicente Vallés, deu anys major que Maldonado. Es va graduar en Periodisme a la Universitat Complutense. La seva carrera va començar a Cadena Ser, al programa *Hoy por hoy*, entre altres. També va estar a Televisió Espanyola i a Telemadrid, on va formar part de l'equip d'informatius com a redactor en cap. També

va passar per Telecinco, on va treballar com a cap de la secció de nacional i més tard, va ser codirector dels serveis informatius. Allà va presentar diferents programes. Des de 2011 treballa a Antena 3, on dirigeix i presenta les notícies de les 15 hores. Alhora, és professor dels màsters de periodisme televisiu a diferents universitats espanyoles.



Lourdes Maldonado i Vicente Vallés. Font: presentadoras-fernando.blogspot.com

Lourdes Maldonado és una cara habitual d'Antena 3, ja que porta una dècada en aquesta cadena i l'audiència hi està familiaritzada. Respecte el seu company, ell té deu anys més que ella. Ambdós són professionals amb experiència i amb una reputació creada. En aquest cas, la cadena ha primat la professionalitat de la presentadora i no el seu atractiu físic o la seva edat.

m) Mónica Carrillo

Mónica Carrillo té trenta-set anys. Guapa, alta i prima, presenta les *Noticias 2* d'Antena 3. És morena i molt elegant. Vesteix indumentàries bastant modernes, deixant de banda les tradicionals americanes.



Carrillo va estudiar Periodisme a la **Mónica Carrillo.** Font: presentadoras-fernando.blogspot.com Universitat Carlos III de Madrid i a la Universitat d'Alacant, Turisme. Es va iniciar professionalment en periodisme a l'agència EFE i més tard, a Televisió Espanyola com a redactora, així com també a l'àrea d'economia del Canal 24 hores. Finalment, durant un estiu va presentar l'espai d'informació de la borsa del telediari matinal de Televisió Espanyola. El 2006 va entrar a Antena 3 i va presentar les *Noticias de la Mañana*, l'informatiu del cap de setmana i el

de les 15 hores. Ara condueix les Noticias de las 9 amb Matías Prats, mentre col·labora en un programa radiofònic d'Europa FM. Té doncs, una trajectòria completa.



Mónica Carrillo i Matías Prats. Font: atresplayer.com

El seu company en la conducció de les notícies del vespre és Matías Prats, que està llicenciat en Dret i Periodisme per la Universitat CEU San Pablo de Madrid. Té seixanta-un anys i es va iniciar en ràdio a La Voz de Madrid i després, a La 2 en un programa informatiu. Va ser comentarista del Festival d'Eurovisión a TVE el 1978. Va entrar el 1991 a Televisió Espanyola, presentar el telediari i al 1998 va ser incorporat a l'equip d'Antena 3 per a presentar l'edició de les notícies de les 15 hores i actualment, les *Noticias 2*. En la seva carrera professional acumula fins a onze reconeixements per diferents causes relacionades amb la seva tasca periodística. Destaca doncs, el premi ATP el 2004, el 2006 i el 2007, el premi ONDAS i el premi TP de Oro.

La jove Carrillo destaca al costat de l'experimentat Matías Prats. Els separen vint-i-quatre anys i molta experiència. Difícilment, es veurà una presentadora major de cinquanta anys conduint els informatius.

n) Sandra Golpe

Sandra Golpe té trenta-nou anys i presenta les *Noticias de Fin de Semana* d'Antena 3. És rossa, prima i guapa i porta una mitja melena amb els cabell allistat.

Golpe porta anys en la professió periodística, per la qual cosa disposa d'un currículum extens. Es va llicenciar en Periodisme a la Universitat de Navarra, tot i ser de Cadis. Va començar a escriure al Diario de Cádiz i després es va incorporar a la cadena COPE, com a redactora i reportera. Canal 7, la televisió local de Madrid, la va fitxar per a presentar



Sandra Golpe. Font: antena3.com

informatius i programes musicals, i després, va entrar a CNN+. El 2008 va entrar a Antena 3 on va començar a presentar l'informatiu del matí i després l'informatiu de cap de setmana. També va fer durant un període de presentadora del programa *Espejo Público*. En l'actualitat, com s'ha dit, presenta les *Noticias de Fin de Semana*.



Sandra Golpe i Álvaro Zancajo. Font: antena3.com

El seu company de caps de setmana és Álvaro Zancajo, que exerceix de director d'aquests informatius. En poques ocasions els presentadors són més joves que les presentadores. En aquest cas, Zancajo té trenta-dos anys. Llicenciat en Periodisme a la Universidad San Pablo CEU Madrid, va començar a treballar a Antena 3 el 2004.

Primer, com a redactor d'informatius a la delegació d'Aragó, després com a redactor de *Las Noticias de la Mañana*. Poc després, va fer de reporter dels programes *Ruedo Ibérico* i *Espejo Público*. Ara dirigeix i presenta les *Noticias Fin de Semana*.

La primera observació que s'extreu de la comparació entre Sandra Golpe i Zancajo és que ell és sis anys més jove que ella. En el cas dels presentadors masculins, poques vegades són tant joves com aquest. A més, una segona contemplació que es pot fer de l'anàlisi dels conductors d'Antena 3 és que coincideix el fet que les presentadores més joves d'Antena 3 condueixen l'informatiu que acapara menys audiència, el del matí, mentre que la periodista amb més edat, Maldonado, presenta el de més audiència.

o) Helena Resano

La conductora de l'informatiu del migdia de La Sexta, Helena Resano, té quaranta anys. És guapa, prima, morena i té els ulls blaus. Malgrat la seva edat, Resano és molt atractiva, i no aparenta la seva edat. Això es deu a que vesteix més juvenil, és a dir, no porta una vestimenta seriosa, com podrien ser les camises clàssiques o les americanes, molt recurrents en aquest tipus de programes.



Helena Resano. Font: presentadoras-fernando.blogspot.com

Pel què fa els elements que determinen el seu grau de credibilitat, Resano es mostra natural i imponent en la conducció del noticiari. La periodista va estudiar Comunicació Audiovisual a Navarra. Com molts dels presentadors que s'han vist en aquest treball, Resano va començar a Cadena Ser i a televisions locals, com ara Pamplona Televisión. La presentadora també va passar per Radio Nacional de Espanya i Telecinco, així com



Elena Resano. Font: noticiasdenavarra.com

Televisió Espanyola. Allà, va presentar el *Telediario 2* i després, el *Telediario Fin de Semana*. Ara fa vuit anys que va passar a formar part de La Sexta, on va començar a conduir programes com *La actualidad en 2D* i *Sexto Sentido*. Avui dirigeix les notícies del migdia del mateix canal. La presentadora mostra

tranquil·litat i control davant de les càmeres.

Com que a La Sexta només són dones les que presenten l'informatiu, no es farà comparació amb altres presentadors, com sí s'ha fet anteriorment.

p) Cristina Saavedra

És la presentadora de les *Noticias 2* de la Sexta. Cristina Saavedra té trenta-vuit anys i n'aparenta molts menys. Aparenta ser més jove del què és, està prima i és guapa. Porta els cabells llargs, pentinats sempre de perruqueria, i el maquillatge que porta destaca als ulls i als pòmuls.



Cristina Saavedra. Font: Presentadoras-fernando.blogspot.com

Per tant, en comparació amb presentadores exposades anteriorment, Saavedra no destaca per la seva naturalitat físicament.

La periodista gallega es va llicenciar a la Universitat de Santiago de Compostela i va començar a treballar a la Televisió de Galícia. Saavedra es va convertir en una cara coneguda a nivell nacional, des que va començar a presentar el programa *Ahora*.

Després de sis anys, va entrar a La Sexta on va passar a ser la presentadora de les notícies nocturnes dels diumenges, amb una substitució, fins que va passar a presentar l'edició on treballa actualment.

A més, dóna un caràcter personalitzat als continguts del programa, mostra control en la seva tasca i té una veu imponent. Aquest conjunt de característiques doncs, la converteixen en una professional amb crèdit, tot i que el seu físic crida més l'atenció que no pas la seva professionalitat.

Com les presentadores de La Sexta tractades prèviament, Saavedra dirigeix l'espai informatiu en solitari i per tant, no es pot fer la comparativa amb un company masculí.



Cristina Saavedra. Font: atresplayer.com

q) Cristina Villanueva

La barcelonina Cristina Villanueva presenta les *Noticias Fin de Semana* de La Sexta. Té trenta-vuit anys i té una bona presència davant de les càmeres, però no destaca pel seu atractiu físic. A més, acostuma a portar els cabells més curts i possiblement, aquest fet no la faci tant atractiva. Porta indumentàries més clàssiques, respecte les seves companyes de La Sexta. Actualment, està embarassada.



Cristina Villanueva. Font: Presentadoras-fernando.blogspot.com

Cristina Villanueva es va formar a la Universitat Autònoma de Barcelona i va treballar a Teledeporte de Televisió Espanyola. A partir de l'any 2004, va passar a ser la presentadora del telediari de La 2 de TVE. Dos anys més tard, va entrar a La Sexta on

va començar a conduir les notícies. Actualment, és la cara de les *Noticias Fin de Semana*. En definitiva, no acumula tanta trajectòria com per exemple, la seva companya Cristina Saavedra.



Cristina Villanueva. Font: atresplayer.com

r) Marta Fernández

De quaranta anys, Marta Fernández és actualment una de les presentadores més atractives del panorama espanyol. La seva edat doncs, no és cap impediment per a seguir sent la cara del *Noticias 14* de la cadena Cuatro, ja que el seu físic és espectacular.

Marta Fernández destaca pel seu atractiu. És prima, alta i morena. Malgrat tenir la quarantena d'edat, aparenta tenir cinc anys menys i ser més jove que algunes de les presentadores analitzades més amunt.



Marta Fernández. Font: Presentadoras-fernando.blogspot.com

Vesteix amb molta elegància i seguint la moda i porta una melena morena pentinada.



Marta Fernández. Font: cuatro.com

Va estudiar Ciències de la Informació a la Universitat Complutense de Madrid. A la televisió d'aquesta ciutat va començar a exercir de presentadora de *Madrid Directo*, ahora que era redactora

d'esports. Fernández va estar també a Televisió Espanyola on es va dedicar a la secció de cultura. El 1999 va entrar a CNN+ i sis anys més tard, finalment va ser fitxada per Cuatro. Aquí va ser reportera de *La Mañanas de Cuatro*. Però el 2007 va entrar a Telecinco al telediari del migdia. Allà cal destacar el període que va estar substituint a Ana Rosa Quintana en el seu programa. El 2010 Fernández es va convertir en presentadora d'esports dels *Informativos Telecinco* del migdia. L'any 2011 va tornar a Cuatro al programa on ja havia treballat, *La Mañanas de Cuatro*. També va treballar a *Las tardes de Cuatro* durant pocs mesos i per últim, el 2013 va tornar a prendre la conducció de *Noticias Cuatro* primer juntament amb Hilario Pino i després, en solitari.

En conclusió, la presentadora de Cuatro mostra tenir seguretat davant les càmeres i ser una bona professional.

s) **Marta Reyero**

Tot i els seus quaranta-nou anys, Marta Reyero és guapa, alta i prima i no aparenta tenir la seva edat. Presenta les *Noticias Fin de Semana* de Cuatro. Pel què fa la seva forma de vestir, porta indumentàries més clàssiques en comparació, per exemple, amb la seva companya Marta Fernández. En general,



Marta Reyero. Font: Presentadoras-fernando.blogspot.com

Reyero mostra naturalitat.

Va estudiar Oviedo i a la Universitat del País Basc. Va començar la seva trajectòria a Radio Asturias, de Cadena Ser i més tard, a Televisió Espanyola asturiana. El 1994 va ser fitxada per Canal + i a CNN+. Des del naixement de Cuatro, Reyero treballa en aquesta cadena, primer en l'edició del migdia i més tard, a l'edició de cap de setmana, en la que treballa avui. Professionalment, la periodista té crèdit i transmet seguretat amb allò que diu.



Marta Reyero i José María Oliver. Font: cuatro.com

En comparació amb el seu company de conducció, José María Oliver, ell és un any major que Reyero. Va estudiar a la Universitat Complutense de Madrid i té experiència en ràdio, premsa i televisió. Primer, va treballar a

Cadena Ser i a Radio Bilbao. A La Ser va ser director de *Hora 20* i *Hora 25* fins a l'any 2000. Després va ser redactor i presentador d'*Hoy por Hoy*. Pel què fa la televisió, Oliver va conduir programes a Telemadrid i Localia. També fa col·laboracions a *La Vanguardia*. Amb el naixement de la cadena Cuatro el 2005, va entrar a dirigir *Noticias Fin de Semana*, fins el dia d'avui.

Tot i l'estreta diferència d'edat entre els presentadors dels informatius de cap de setmana de Cuatro, Reyero és guapa, però a Oliver no ha estat sotmès a l'exigència del físic.

4.1.2 Tipus de plànols dels programes informatius espanyols

El segon apartat d'aquest anàlisi té com a objectiu observar el tipus de plànols que fan servir les cadenes de televisió espanyoles per als informatius, ja que es tracta també d'un element que fa augmentar la credibilitat del mitjà. Tal i com es deia al marc teòric, a Espanya els informatius fan servir el plànol mig dels presentadors. Segons els resultats obtinguts, aquest enquadrament però pot ser més obert o més tancat, alhora que pot ser estàtic o en moviment durant les transicions de les presentacions. Per a aquest estudi concret, s'ha visionat un telediari del mateix dia – 10 o 11 de març de 2014 – i s'han fet captures de pantalla de tots els plànols utilitzats en aquella emissió. A continuació, doncs, s'exposen les conclusions de l'anàlisi.

a) Televisió Espanyola

Els telediaris de l'emissió matinal de Televisió Espanyola comencen amb un pla mig de la presentadora, col·locant-la a un lateral de la pantalla. Fan doncs, la lectura dels titulars amb aquest pla. Durant l'informatiu aquest pla va variant, situant a la presentadora a diferents costats de la imatge, sense però, gran varietat.



Telediario Matinal de dia 11 – 04 – 14. Font: rtve.es



Telediario Matinal de dia 11 – 04 – 14. Font: rtve.es

b) Televisió de Catalunya

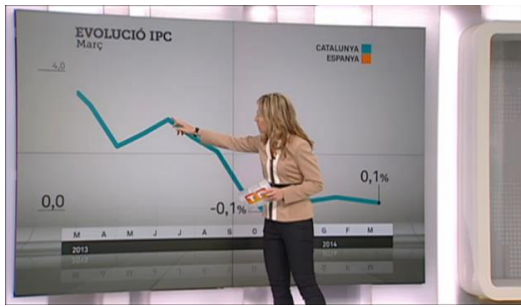
Comencen amb un plànol americà dels dos presentadors, que es troben situats darrere de la taula. Fan un *zoom-in* fins que el plànol queda més tancat. Després, van alternant els torns de paraula dels presentadors amb plànols mitjos. En ocasions, quan s'exposen dades que necessiten ser il·lustrades amb post-produccions que es projecten a la pantalla, els presentadors surten de darrera la taula. Les variacions en el telenotícies de TV3 són constants i un altre exemple, és l'últim, lleugerament més obert del presentador.



TN Migdia de dia 11 - 04 – 14. Font: tv3.cat



TN Migdia de dia 11 - 04 – 14. Font: tv3.cat



TN Migdia de dia 11 - 04 – 14. Font: tv3.cat



TN Migdia de dia 11 - 04 – 14. Font: tv3.cat

c) Telecinco

Llegeixen un titular i després mostren un plànol mig de la taula el qual inclou els dos presentadors. Després del sumari, els presentadors es van alternant per a presentar les diferents notícies. L'equip de realització varia l'obertura dels plànols, és a dir, es veu com en primer lloc, el pla és mig però més abarca més. Fixar-se amb el primer botó de l'americana del presentador, ja que en el següent pla més tancat, no surt. A continuació, es van succeint els plànols dels conductors.



Informativo Matinal de dia 10 - 04 - 14. Font: Telecinco.es



Informativo Matinal de dia 10 - 04 - 14. Font: Telecinco.es



Informativo Matinal de dia 10 - 04 - 14. Font: Telecinco.es



Informativo Matinal de dia 10 - 04 - 14. Font: Telecinco.es



Informativo Matinal de dia 10 - 04 - 14. Font: Telecinco.es

d) Antena 3

Comencen després del sumari, amb un plànol mig d'una de les presentadores. Després, en algunes introduccions de les notícies, són ambdues conductores les que les donen pas. De forma alternant, els plànols mitjos es van succeint: cada una de les conductores apareixen al centre de l'enquadrament. L'equip de realització també dóna variacions a

la imatge, oferint plànols mitjos en què les periodistes apareixen a l'esquerra o a la dreta de l'enquadrament.



Noticias de la Mañana de dia 11 - 04 – 14. Font: atresplayer.com



Noticias de la Mañana de dia 11 - 04 – 14. Font: atresplayer.com



Noticias de la Mañana de dia 11 - 04 – 14. Font: atresplayer.com



Noticias de la Mañana de dia 11 - 04 – 14. Font: atresplayer.com



Noticias de la Mañana de dia 11 - 04 - 14. Font: atresplayer.com

e) La Sexta

Un cop llegits els titulars del dia, es veu com la presentadora comença el telediari de peus, a l'esquerra de l'enquadrament. Es tracta d'un plànol innovador en televisions espanyoles, però que actualment es fa servir a altres canals, com ara TV3 o Antena 3. A continuació, es veu com la presentadora, Helena Resano ja es troba asseguda a la taula i la càmera realitza un *travelling* en diagonal cap a l'esquerra de la imatge, fins que el plànol queda com es veu en la següent captura. A partir de llavors els plànols mitjos de la presentadora es van succeint, però sempre diferents. Per exemple, es veu que un és més obert que l'altre.



Noticias 1 del dia 11 - 04 - 14. Font: atresplayer.com



Noticias 1 del dia 11 - 04 - 14. Font: atresplayer.com



Noticias 1 del día 11 - 04 - 14. Font: atresplayer.com



Noticias 1 del día 11 - 04 - 14. Font: atresplayer.com



Noticias 1 del día 11 - 04 - 14. Font: atresplayer.com

f) Cuatro

Durant la lectura dels titulars, Marta Fernández surt en un plànol mig fins que li dóna el torn de paraula al seu company d'esports, qui surt també en un plànol mig. Ja en la presentació de les notícia, Fernández surt en enquadraments variants, per exemple, col·locada a la dreta de la imatge. Per al “dóna pas” dels directes, es mostra un plànol més general de la taula on està asseguda la presentadora, que mira a la pantalla on surt la imatge de la reportera que surt en directe. També es fan enquadrament més oberts de la conductora, per exemple, s'arriba a veure la superfície de la taula. L'últim plànol que cal destacar d'aquest espai informatiu és al final, que es fa un *travelling* des de la taula cap amunt.



Noticias 14 del día 11 - 04 - 14. Font: cuatro.com



Noticias 14 del día 11 - 04 - 14. Font: cuatro.com



Noticias 14 del día 11 - 04 - 14. Font: cuatro.com



Noticias 14 del día 11 - 04 - 14. Font: cuatro.com



Noticias 14 del día 11 - 04 - 14. Font: cuatro.com



Noticias 14 del día 11 - 04 - 14. Font: cuatro.com

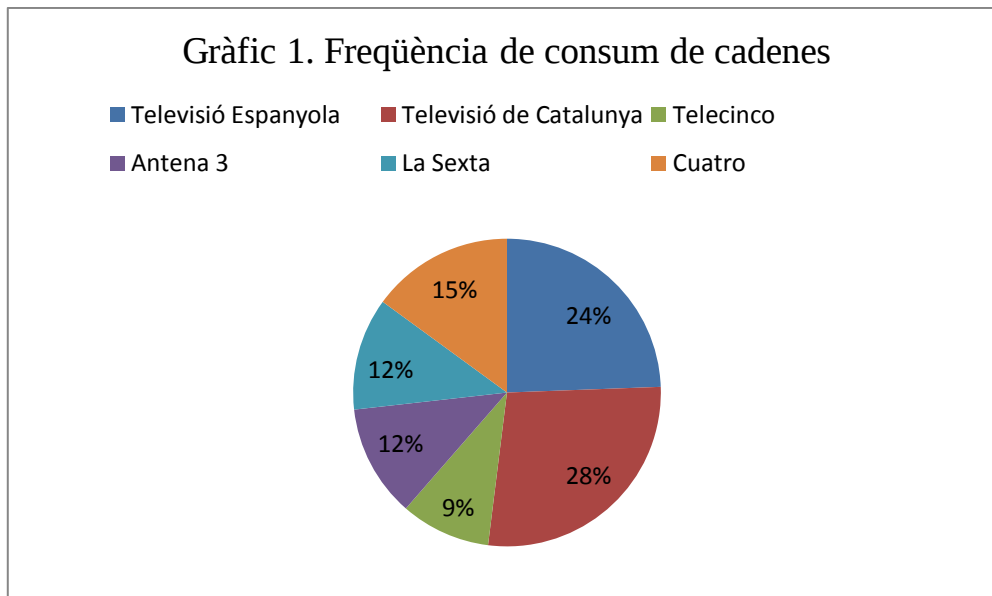


Noticias 14 del día 11 - 04 - 14. Font: cuatro.com

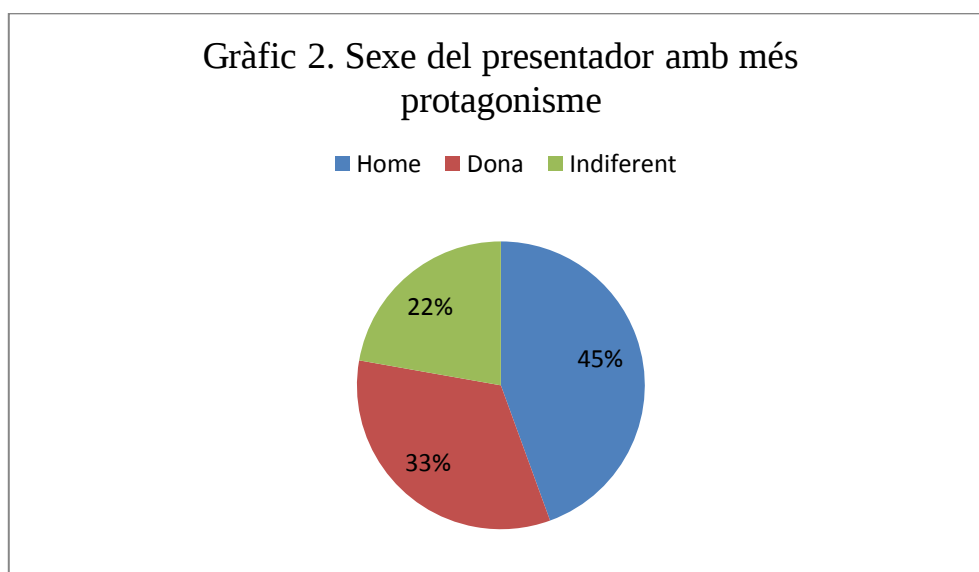
4.2 Resultats taula rodona

Després d'haver reunit a deu persones, amb les quals s'ha fet un debat sobre la imatge de les presentadores d'informatius i que han respost un formulari estàndard, s'han obtingut els següent resultats.

Segons els resultats de les enquestes als participants a la taula rodona, Televisió de Catalunya és la cadena més vista (veure Gràfic 1), ja que fins a tres persones li han donat el màxim de valoració en l'escala de freqüència de l'1 al 5. En segon lloc, estaria Televisió Espanyola, amb tres màximes puntuacions, i Cuatro, a qui dues persones han admès que era la segona cadena que més veien. La menys vista és Telecinco, ja que fins a set participants li han posat la nota més baixa, segons la freqüència en que la veien.

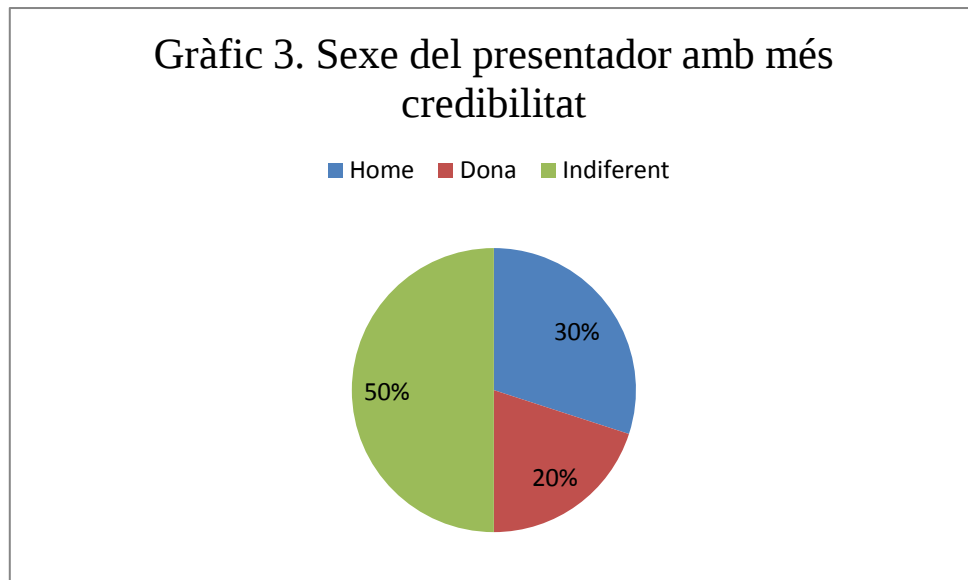


A continuació, cal fer referència al protagonisme que la gent creu que tenen cada un dels sexes dels presentadors, valorant aspectes com temps de parla i torn de paraula (veure Gràfic 2). Tot i que els resultats són molt igualats, quatre persones creuen que l'home té més protagonisme, tres persones opinen que és la dona i dues persones consideren que ambdós professionals guarden el mateix protagonisme. En l'escala de valoració, doncs, això es reflecteix quan els assistents a la taula rodona van posar les puntuacions més altes al sexe masculí, pel què fa el protagonisme que representa en un informatiu.



Pel què fa la credibilitat, cinc persones van considerar que era indiferent el sexe del presentador per a que tingués més o menys crèdit (veure Gràfic 3). Tot i això, tres

persones es van decantar només per l'home i dues, per la dona. Per tant, l'home seria el presentador amb més credibilitat, segons l'enquesta.

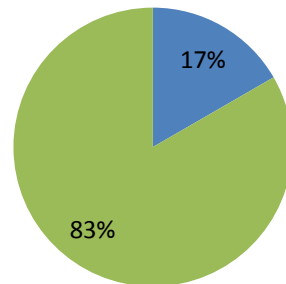


Quant els gustos, per unanimitat els participants de l'enquesta van dir que tant home com dona els agradava per igual, per això, van marcar tots l'opció d'indiferent".

Segons els resultats del qüestionari, nou persones consideren que és indiferent el sexe del presentador d'informatius per tal que un mitjà tingui millor o pitjor imatge, valorant aspectes com l'autoritat i la credibilitat (veure Gràfic 4). Només una dona de l'edat compresa entre 20 i 29 anys va considerar que era l'home transmetia una millor representació de la cadena. Durant el debat, algunes persones van afegir que creien que era indiferent el sexe de la persona que presenti el programa, ja que asseguraven que associaven més la credibilitat amb la cadena i no amb el sexe. Per tant, el sexe no influeix a l'hora de triar el canal de televisió, sinó la credibilitat, que en aquest cas no ve donada pel sexe, sinó per la reputació del mitjà.

Gràfic 4. Sexe del presentador que dona millor imatge corporativa del mitjà

■ Home ■ Dona ■ Indiferent



Les presentadores que més agraden, segons les enquestes, són Marta Jaumadreu, Leticia Iglesias, Cristina Saavedra i Mónica Carrillo (veure Gràfic 5). Leticia Iglesias és la presentadora més guapa, segons els enquestats, que li han donat un total de 46 punts. En segona posició, Cristina Saavedra ha estat puntuada amb 43 punts. Seguidament vindria Mónica Carrillo, amb 42 punts i Marta Jaumandreu, a que li han atorgat 40 punts.

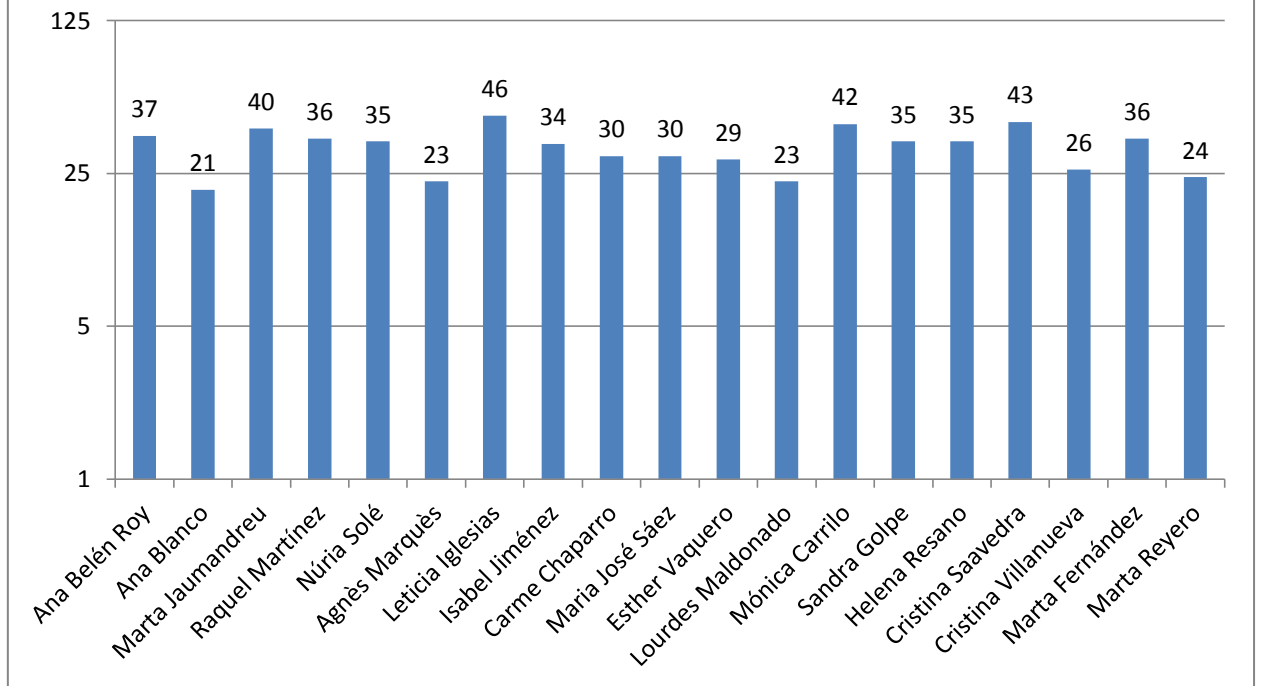
En segona posició queden Ana Belén Roy amb 37 punts, Raquel Martínez i Marta Fernández amb 36 punts, Núria Solé, Sandra Golpe i Helena Resano amb 35 punts i per últim, Carme Chaparro i Maria José Sáez han obtingut una puntuació de 30.

Per tant, segons els assistents a la taula rodona, el canal que agrupa a les presentadores més guapes és Televisió Espanyola, seguit de Telecinco i La Sexta i per últim, Cuatro i Antena 3. En aquest cas, les preferides tenen edats que oscil·len entre els trenta-dos i els quarante-tres anys i per tant, no són les més joves.

Tot i aquest últim apunt, les presentadores amb edats més avançades són les que agraden menys físicament. És l'exemple d'Ana Blanco (de cinquanta-dos anys), Lourdes Maldonado (de quaranta-un anys) o Marta Reyero (de quaranta-nou anys).

També les presentadores amb cabells curts són les que agraden menys. Això es podria deure a que els cànons de bellesa indiquen que les dones han de portar els cabells llargs i que els cabells curts són tradicionalment associats amb la masculinitat. Aquest fet s'il·lustra amb la puntuació majoritària donada a Agnès Marquès i a María José Sáez, a qui se'ls ha donat una mitjana de puntuació de 23 i 30, respectivament.

Gràfic 5. Valoració de les presentadores



5. CONCLUSIONS

Després d'haver analitzat el panorama dels informatius dels mitjans de comunicació espanyols i d'haver debatut amb persones de diferents sexes i edats sobre la importància – o no – de tenir un bon físic per a sortir en pantalla, la hipòtesi inicial, que sostenia que les dones són valorades més en termes d'imatge que de la professionalitat i la credibilitat que transmeten al públic, queda confirmada.

La primera conclusió que es pot extreure d'aquest treball és que s'ha comprovat en la majoria de casos la importància de la bellesa i la joventut sí són condicions per a les presentadores dels informatius espanyols. Un dels exemples més clars és el de Roberto Fernández i Leticia Iglesias, com es veu a la pàgina 30. Iglesias és evident que destaca pel seu físic, mentre que en el cas de Fernández, no.

Un segon exemple és el d'Isabel Jiménez i David Cantero, recollit en els resultats de l'anàlisi a la pàgina 31. La diferència d'edat entre els co-presentadors de Telecinco és de vint-i-un anys. De la mateixa manera que passa amb Mónica Carrillo i Matías Prats, de trenta-set i seixanta-un anys respectivament, separant-los així vint-i-quatre anys, segons es veu a la pàgina 38 del treball.

Per tant, mentre la mitjana d'edat de les presentadores és de trenta-vuit anys, la mitjana dels presentadors masculins és de quaranta-vuit anys, deu anys més que elles. És per tant, aquesta dada la que confirma la hipòtesi inicial d'aquest estudi.

Amb això, quedarien aprovades la segona i la tercera hipòtesi. Amb aquest anàlisi s'ha demostrat que l'estereotip femení que promocionen les televisions espanyoles es valora més pel físic i no per la credibilitat o la professionalitat. Tot i això, també és cert que la majoria de presentadores, tot i la seva joventut, acumulen en el seu currículum una extensa experiència en la professió en mitjans de comunicació locals o de renom.

En definitiva, es considera que els *media* no estableixen una representació vertadera de la dona actual. Possiblement, aquest sigui l'efecte d'una pràctica adquirida com a rutina i forma de fer que s'ha anat estipulant com a adequada, sense reflexionar-hi críticament. Com a conseqüència d'això, el públic podria percebre aquesta praxis com “habitual” i com a resultat, rebutjar un perfil de presentadores amb més edat i no tant atractives.

5. 1 Reflexió personal

Per a concloure, manifestar la satisfacció que ha produït la realització d'un treball d'aquestes característiques. Pel què fa les dificultats a les que s'ha hagut de fer front, la manca de recursos per a establir un anàlisi qualitatiu ha estat segurament la dificultat més gran, però totes les hores invertides en aquesta indagació han resultat productives i enriquidores en tots els sentits.

La recerca de la millora de la situació present de la desigualtat entre homes i dones era l'objectiu màxim del treball i per tant, contribuir en la mínima mesura a transformar el món. D'aquesta manera, aquesta tasca té la voluntat de fer reflexionar sobre el panorama actual i incidir en investigacions futures sobre aquesta problemàtica.

6. BIBLIOGRAFIA, WEBGRAFIA I ALTRES FONTS DOCUMENTALS

a. Entrevistes

Joana Gallego. Entrevista realitzada el 21 de gener de 2014 a Bellaterra. Entrevistada per Carla Ameller. (Annexos)

b. Fonts bibliogràfiques

American Society of Newspaper Editors (ASNE). *Newspaper credibility: building reader trust*. MORI Research. Washington. 1985.

Bach, M.; Altès, E.; Gallego, J.; Plujà, M. Y Puig, M. *El Sexo De La Noticia: Reflexiones Sobre El Género En La Información Y Recomendaciones De Estilo*. 2000. Barcelona: Icaria.

Balsebre, Armand. *La credibilidad de la radio informativa*. Feed-back. Barcelona. 1994.

Gallego, Juana. De reinas a ciudadanas. *Medios de comunicación ¿motor o rémora para la igualdad?* Aresta Mujeres. 2013.

Gaziano, Cecelie; McGrath, Kristin; “Newspaper credibility and relationship of newspaper journalist to communities”, *Journalism Quarterly*, 1987, 99. 317 – 328.

León, Bienvenido, “Los profesionales, preocupados por la pérdida de credibilidad y de audiencia de los informativos”, en *boletinbit.tv*, Universidad de Navarra, Pamplona, 5 novembre de 2002.

López, Elisabeth. *Comunicar en Televisión: el manual de un presentador*. Fragua. Madrid. 2012.

Lorite, Nicolás. “Informative Treatment of Immigration and Intercultural Dynamics of Spanish Mass Media”. A *Media, migrations and public opinion*. Iván Ureta. 2012.

Menéndez Menéndez, M^a Isabel. *El zapato de Cenicienta. El cuento de hadas del discurso mediático*. Trabe. 2006.

Salgado Losada, Alejandro. “La credibilidad del presentador de programas informativos en televisión. Definición y cualidades constitutivas”. Facultad de Comunicación de la Universidad Pontificia de Salamanca. Periodismo y Sociedad, um XX, número 1. 2007. Pàgines: 145 – 180.

c. Fonts webgràfiques

Aprenden en línea. “Guía para la presentación de referencia bibliográficas”.
http://aprendeenlinea.udea.edu.co/lms/investigacion/file.php/38/ARCHIVOS_2010/textos/guia_Bibliografia.PDF (Consulta: 26 març 2014)

Berganza Conde, M^a Rosa. “Mujer y medios de comunicación”.
<http://www.nodo50.org/ameco/medioscomunicacion.pdf> (Consulta: 15 març 2014)

Berzunarte, Ofa; García Gordillo, María del Mar; Rodríguez Rad, Carlos. *La satisfacción de las necesidades informativas de las mujeres. Análisis de la empresa periodística desde la perspectiva de género*. Universidad de Sevilla. 2007 – 2011.
http://www.inmujer.gob.es/areasTematicas/estudios/estudioslinea2012/docs/La_satisfaccion_necesidades_informativas.pdf (Consulta: 7 febrer 2014)

Carp González, Francisco J.; Berzunetea Valencia, Ofa; García Gordillo, María del Mar; Rodríguez Rad, Carlos. “La satisfacción de las necesidades informativas de las mujeres. Análisis de la empresa periodística desde la perspectiva de género”. Universidad de Sevilla. 2011.
http://www.inmujer.gob.es/areasTematicas/estudios/estudioslinea2012/docs/La_satisfaccion_necesidades_informativas.pdf (Consulta: 18 gener 2014)

Comas D’Argemir, D. “Las mujeres en los informativos de televisión”, a Quaderns del Consell de l’Audiovisual de Catalunya, 33: 97-108. 2009.
http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/quaderns_cac/Q33_Comas_ES.pdf
(Consulta: 9 gener 2013).

Institut d’Estadística de la Generalitat de Catalunya. “Anuari estadístic de televisió sobre el repartiment de l’audiència per cadenes de l’any 2013”.
<http://www.idescat.cat/pub/?id=aec&n=774> (Consulta: 3 març 2014)

López Díez, Pilar. “Representación de género en los informativos de radio y televisión”. 2005. http://www.mujiereenred.net/IMG/pdf/Segundo_Informe_1_-2.pdf (Consulta: 29 febrer 2014)

Mancinas-Chavé, Rosalba. *La mujer en el espejo mediático. Sexo, género y comunicación*.

https://www.academia.edu/2946225/La_mujer_en_el_espejo_mediatico._Sexo_genero_y_comunicacion (Consulta: 25 febrer 2014)

Pérez Mendoza, Sofia. Entrevista a Juana Gallego: “Los medios siguen tratando a las mujeres como objetos que se miran”. 11 – 01 – 2014. Eldiario.es

http://www.eldiario.es/sociedad/reinas-viudas-negras-coronilla_0_215929129.html (Consulta: 9 gener 2014).

Ribas, Montserrat; Fernández, Lydia. “Dones, identitats i televisió: la construcció informativa del 8 de març”. 2005. Consell Audiovisual de Catalunya.

http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/quaderns_cac/Q25ribasfdez.pdf (Consulta: 9 gener 2014).

Rodríguez, Juan José. “El vestuario de los presentadores de Televisión”.

<http://jjrodriguez-lewis.blogspot.com.es/2008/12/el-vestuario-de-los-presentadores-de-tv.html> (Consulta: 7 abril 2014)

d. Fonts documentals

Zanardo, Lorella; Malfi Chindemi, Marco. *Il Corpo delle Donne (El cuerpo de la mujer)*. (Material audiovisual). Itàlia. <http://vimeo.com/38264992> (Consulta: 9 gener 2014)

ANNEXOS I

Entrevista a Joana Gallego, professora de Periodisme de la Universitat Autònoma de Barcelona i especialista en Gènere i Comunicació (21 – 01 – 2014):

1. Com és la imatge que donen els mitjans de comunicació de la figura femenina?

És veritat que hi ha molta presència de dones als mitjans de comunicació. Ocupen molt d'espai. Només cal veure les notícies per veure que a totes les televisions hi ha moltes dones. A televisió, la presència de les dones podríem dir que arriba al 50%, és a dir, podríem dir que s'ha arribat a una paritat, en referència als homes, pel què fa la presència. Ara bé, quina funció i càrrecs ocupen? Per a contestar això, hem de comparar homes i dones que treballen en aquest camp. Veiem que hi ha una diferència clara: elles són normalment més joves i més atractives que ells i que la imatge és per a les dones que presenten en televisió el més important. Entren doncs, dins de l'estereotip i del cànon de bellesa tradicional: joves, atractives, primes, amb cabell cuidat, amb *meleneta* cuidada, seguint l'estil de Leticia Ortiz, fins i tot aquelles que exerceixen de corresponsals. És veritat que els homes cada vegada més es preocupen per la imatge exterior, però en la majoria de casos els presentadors d'informatius són homes més grans, amb més arrugues i no tant atractius.

2. I a què es deu aquesta diferència?

Fonamentalment perquè en les dones tradicionalment, la imatge ha tingut molta importància. És per tradició cultural. Per exemple, les dones s'han maquillat tota la vida, i això es reflecteix en les que surten per televisió. No hi ha cap home que es maquilli i els que surten en pantalla porten el maquillatge que normalment es posen per sortir per televisió, però que la gent a penes pot apreciar. Per tant, això influeix en totes les professions de tots els camps i en conseqüència, a tota la societat que s'alimenta d'aquesta concepció. Per tant, diríem que aquesta diferència es deu al rol que les dones han desenvolupat tradicionalment, que tant les ha lligat a la cura de l'aspecte físic. És un estereotip sexista des del començament.

3. Com s'imposa aquesta qüestió cultural en l'actualitat? És l'audiència qui ho exigeix?

Són els valors culturals que ho exigeixen així. Les dones han de ser joves. Per exemple, si veiem una dona gran amb arrugues, com que no estem habituats a veure aquest model, ens sorprenem i pensem "quina dona més lletja per sortir en televisió". L'envelliment en les dones està prohibit en televisió. I no en el cas dels homes, no els discriminem perquè surtin més vells. Les persones han d'envellir per llei de vida, i ser gran significa que el teu cos es faci gran i que la teva cara no sigui tant llisa. Per un home l'envelliment és natural i per les dones és artificial. No pot sortir en televisió una dona vella amb la seva cara natural, perquè la gent ho criticaria. És com una reacció normal entre el públic. És una qüestió cultural molt injusta que provoca una pressió social terrible.

4. Quins efectes provoca aquest fet?

Això condueix a que les periodistes amb experiència i que per tant, són més grans són apartades de la pantalla. Aquí tens una Maria Rosa Mateo; dones que ja arriben a la seixantena i que no presenten la joventut que s'exigeix en televisió. Per contra tens a Matias Prats que amb més de seixanta anys encara segueix exercint. Les dones que treballen en televisió tenen una vida professional amb data de caducitat, perquè no seran eternament joves i agradables físicament. Es tracta d'una discriminació, perquè a la que tu passes una determinada edat, t'allunyen de la pantalla. És la societat qui actua de manera diferent davant les dones que davant els homes.

5. Ells imparteixen credibilitat i elles són un reclam d'audiència?

És així. Algunes conductores d'informatius també són imatge de credibilitat, com l'Àngels Barceló, una persona considerada una autoritat en informatius, perquè era una gran professional. També destacava per la seva atracció física. Tot i això, hi ha pocs casos. Pel què fa els homes, es demana que expliquin les notícies bé, i d'elles que siguin creïbles però que alhora siguin un objecte ornamental. Jo defenso que les dones són vistes com a objecte i no com a subjecte, tant als mitjans de comunicació, com en la realitat. Ho trobem en les tanques publicitàries del carrer i l'autobus: dones atractives amb roba lleugera. És el què estem acostumats a veure i ho exigim.

6. Com es podria canviar això?

La manera és que la societat accepti que les dones no són un objecte que es mira, sinó un subjecte. Hem de trencar amb aquesta idea per a que hi hagi possibilitat de canvi.

ANNEXOS II

Anàlisi de les presentadores d'informatius de les televisions espanyoles

1. Ana Belén Roy

a) Elements identificatius

- Nom: Ana Belén Roy
- Cadena de televisió: Televisió Espanyola
- Emissió: matinal
- Edat: 37

b) Elements físics

- Descripció física general: És guapa, rossa, amb ulls blaus i la pell blanca. Alta i molt prima.
- Descripció d'elements de la sexualitat (pits, llavis i pòmuls): Té uns pòmuls marcats.
- Descripció de vestuari: Normalment vesteix indumentàries clàssiques, com americanes o samarretes tapades. De forma extraordinària apareix amb camises escotades o de màniga curta que deixin veure els braços. Els colors que porta són bastant neutres, però trobem per exemple, que de vegades vesteix de vermell.
- Descripció del cabell i el pentinat: És rossa i porta una mitja melena sempre pentinada de perruqueria llisa o amb lleugeres ondulacions.
- Descripció del maquillatge: Per a presentar els informatius, porta un maquillatge senzill i natural. Com a molt, destaca el color dels ulls i dels llavis.
- Mostra naturalitat: Sí, per la seva presència. Va poc maquillada i vestida no molt extravagant.

c) Elements de credibilitat professional

- Experiència i trajectòria: Va estudiar Periodisme a la Universitat San Pablo CEU de Madrid i va entrar a Televisió Espanyola a l'any 1998. Més coneguda per presentar la secció de meteorologia del telediari matinal i en el programa "Los Desayunos de TVE" des de l'any 1998. Actualment s'ha incorporat a la conducció del telediari matinal juntament amb Jesús Amor. Per tant, presenta un currículum professional destacable, ja que fa 16 anys que treballa a Televisió Espanyola.
- Personalitat: No destaca per donar un tractament propi a la lectura de la informació.
- Autoritat: Mostra un control sobre la conducció del programa.
- Concentració: Mostra seguretat amb el què diu i llegeix amb concentració. A més,
- Bona veu: imponent i agradable a l'oïda.

2. Ana Blanco

a) Elements identificatius

- Nom: Ana Blanco
- Cadena de televisió: Televisió Espanyola

- Emissió: Telediario 1 a les 14 hores
- Edat: 52

b) Elements físics

- Descripció física general: És morena de pell i de cabell, que el té llis. Ulls obscurs. I té un bon cos.
- Descripció d'elements de la sexualitat (pits, llavis i pòmuls): X
- Descripció de vestuari: Sempre vesteix clàssica, amb trajo i americana, o amb camises. Els colors són neutres, com ara blanc, beig, rosa, gris o blau marí.
- Descripció del cabell i el pentinat: Porta una melena curta i sempre amb el cabell allisat.
- Descripció del maquillatge: Mai va molt maquillada: amb el color natural de la seva pell. I els llavis i els ulls no destaquen per anar molt recarregats.
- Mostra naturalitat: Ana Blanco és molt natural, tant per la seva forma de treballar com per la imatge que dona.

c) Elements de credibilitat professional

- Experiència i trajectòria: tot i ser llicenciada en Pedagogia, al 1980 va començar a treballar en ràdio, mentre cursava la seva carrera. Cadena Ser i Radio 16 són les ràdios que la van descobrir. Més endavant entraria a la televisió autonòmica Telemadrid. Al 1990 va entrar a Televisió Espanyola i poc després, va començar a conduir el Telediario Edición Fin de Semana. Des de fa 23 anys, presenta el Telediari de TVE. La seva carrera professional també està marcada per un seguit de guardos, com el Micrófono de Oro al 2005, el Premi de l'Acadèmia de Televisió d'Espanya en distintes ocasions, el TP d'Or el 2007 i 2008, així com el premi de l'Associació Professional Espanyola d'Informadors de Premsa, Ràdio i Televisió.
- Personalitat: pel simple fet que sigui Blanco la conductora de l'informatiu, aquest guanya una personalitat notòria. Segurament, degut a l'autoritat que suposa que la mateixa presentadora hagi estat durant dues dècades donant les notícies.
- Autoritat: mostra control en la conducció del programa i del producte periodístic. Té crèdit. Sí.
- Concentració: és capaç d'improvitzar, saltar-se el guió si és oportú. Control de la comunicació verbal i no verbal. Tranquil·litat davant de les càmeres. Sí.
- Bona veu: imponent i agradable a l'oïda. Veu imponent.

3. Marta Jaumandreu

a) Elements identificatius

- Nom: Marta Jaumandreu
- Cadena de televisió: Televisió Espanyola
- Emissió: Telediario 2 a les 21 hores
- Edat: 43

b) Elements físics

- Descripció física general: És guapa i molt prima. Rossa i amb els ulls verdosos.
- Descripció d'elements de la sexualitat: pits, llavis i pòmuls.
- Descripció de vestuari: a diferència de les anterior, Jaumandreu va vestida amb colors més elegants, com ara el vermell, el blau o el color violeta.
- Descripció del cabell i el pentinat: és rosa i a més, porta metxes de tons més clars. no el porta amb tanta naturalitat com les dues dones anteriors, sinó que acostuma a portar ondulacions marcades, fetes per perruqueria.
- Descripció del maquillatge: va més maquillada que les anteriors. L'ombra dels ulls
- Mostra naturalitat: en comparació amb les dues anteriors, no tanta.

c) Elements de credibilitat professional

- Experiència i trajectòria: es va llicenciar en Ciències de la Informació a la Universidad CEU San Pablo de Madrid i va començar a treballar a una publicació econòmica. Després va ingressar a Telemadrid, arribant a presentar programes informatius. El 1997 va entrar a Televisió Espanyola, on va ser redactora i més tard, presentadora del telediari regional de Madrid. Des de fa dos anys presenta el Telediari.
- Aspectes de la trajectòria professional que cal destacar: X
- Personalitat: dóna un tractament propi a la lectura dels titulars. Familiarització amb l'audiència: no destaca excessivament per la seva personalitat.
- Autoritat: mostra control en la conducció del programa i del producte periodístic. Té crèdit.
- Concentració: és capaç d'improvitzar, saltar-se el guió si és oportú. Control de la comunicació verbal i no verbal. Tranquil·litat davant de les càmeres. És una bona professional, en aquest sentit.
- Bona veu: imponent i agradable a l'oïda. Té una veu més bé aguda. No imposa molt.

4. Raquel Martínez

a) Elements identificatius

- Nom: Raquel Martínez
- Cadena de televisió: TVE
- Emissió: Telediario Fin de Semana
- Edat: 35

b) Elements físics

- Descripció física general: és prima i guapa. Té els ulls blaus i té el color de cabells castany.
- Descripció d'elements de la sexualitat: pits, llavis i pòmuls.
- Descripció de vestuari: acostuma a portar americanes de colors cridaners, com ara turquesa, verd o vermell.
- Descripció del cabell i el pentinat: Porta una mitja melena pentinada llisa o amb bucles. Algun cop també ha portat cua.

- Descripció del maquillatge: quasi sempre porta un maquillatge natural.
- Mostra naturalitat: x

c) Elements de credibilitat professional

- Experiència i trajectòria: graduada en comunicació audiovisual per la Universidad de Sevilla, va entrar a formar part de l'equip de RTVE amb un màster a Radio Nacional. El 2006 es va incorporar a Televisió Espanyola, i va començar a presentar el Canal 24 Horas. Més tard, va començar a conduir les notícies de La 2. Des de 2012 presenta el Telediario Fin de Semana, primer amb Marcos López i després amb Oriol Nolis, amb qui comparteix la conducció actualment.
- Aspectes de la trajectòria professional que cal destacar
- Personalitat: dóna un tractament propi a la lectura dels titulars. Familiarització amb l'audiència:
- Autoritat: mostra control en la conducció del programa i del producte periodístic. Té crèdit. Mostra control en la conducció del programa i dóna crèdit a allò què diu. També dóna la sensació d'estar ferme davant la càmera, sense que aquesta la imposa.
- Concentració: és capaç d'improvitzar, saltar-se el guió si és oportú. Control de la comunicació verbal i no verbal. Tranquil·litat davant de les càmeres.
- Bona veu: imponent i agradable a l'oïda. Té una veu solemne que controla amb la locució.

5. Núria Solé

a) Elements identificatius

- Nom: Núria Solé
- Cadena de televisió: TV3
- Emissió: TN migdia
- Edat: 37 anys

b) Elements físics

- Descripció física general: és prima i guapa. Rossa i amb ulls verds.
- Descripció d'elements de la sexualitat: pits, llavis i pòmuls.
- Descripció de vestuari: sempre porta americanes de colors diversos, neutres però també vermells i blaus cridaners.
- Descripció del cabell i el pentinat: normalment porta el cabell allisat i poques vegades varia amb una cua.
- Descripció del maquillatge: molt natural
- Mostra naturalitat: sí.

c) Elements de credibilitat professional

- Experiència i trajectòria: La periodista va entrar a Televisió de Catalunya quan feia les pràctiques acadèmiques. Des de llavors, ha treballat a programes com el juvenil Info-K, també ha estat subdirectora i presentadora de (S)avis del canal 33, així com conductora del 3/24. Actualment, presenta el TN migdia de TV3.

- Aspectes de la trajectòria professional que cal destacar: X
- Personalitat: dóna un tractament propi a la lectura dels titulars. Familiarització amb l'audiència.
- Autoritat: mostra control en la conducció del programa i del producte periodístic. Té crèdit.
- Concentració: és capaç d'improvitzar, saltar-se el guió si és oportú. Control de la comunicació verbal i no verbal. Tranquil·litat davant de les càmeres. Sí. Té el control davant de la càmera, improvisa el guió i dóna seguretat.
- Bona veu: imponent i agradable a l'oïda. Sí.

6. Agnès Marquès

a) Elements identificatius

- Nom: Agnès Marquès
- Cadena de televisió: TV3
- Emissió: Cap de setmana.
- Edat: 34 anys

b) Elements físics

- Descripció física general: és morena, amb els ulls marrons i porta el cabell curt. Pot ser sigui la suma d'aquestes tres particularitats la que provoqui que Agnès Marquès no agradi tant pel seu físic i la seva professionalitat quedi més en evidència.
- Descripció d'elements de la sexualitat: pits, llavis i pòmuls.
- Descripció de vestuari: no vesteix de manera tant clàssica com la seva companya del TN migdia, Núria Solé. Segurament, l'estil personal de Marquès s'adeqüi millor a com acaba sortint en televisió. Per tant, aquest element fa que incrementi en naturalitat.
- Descripció del cabell i el pentinat: com ja s'ha dit, porta el cabell curt i pentinat informal.
- Descripció del maquillatge: en ocasions, destaca el maquillatge dels ulls.
- Mostra naturalitat: no tanta com la seva companya. Però mostra més personalitat.

c) Elements de credibilitat professional

- Experiència i trajectòria: Va estudiar a la Universitat Ramon Llull de Barcelona. Darrera d'aquesta presentadora d'informatius s'hi guarda una llarga trajectòria, que començava com a redactora i presentadora de l'informatiu de Catalunya Ràdio. Després, entraria a ser redactora d'informatius d'Onda Rambla, més tard, directora i presentadora de l'informatiu de RTVE "A mitjanit". Al programa de TV3 "180 graus" va exercir de redactora i copresentadora. I del 2006 fins al març de 2007 va presentar el telenotícies del Canal 3/24. Actualment, combina la seva tasca de presentadora del TN Cap de Setmana amb la de professora de la Facultat de Ciències de la Comunicació a la Universitat Ramon Llull. A més, ha rebut reconeixements com ara el Premi del Consell de Benestar Social als Mitjans de Comunicació en la categoria de Televisió.

- Aspectes de la trajectòria professional que cal destacar
- Personalitat: dóna un tractament propi a la lectura dels titulars. Familiarització amb l'audiència. Sí. Mostra molta personalitat i això li dóna crèdit.
- Autoritat: mostra control en la conducció del programa i del producte periodístic. Té crèdit.
- Concentració: és capaç d'improvitzar, saltar-se el guió si és oportú. Control de la comunicació verbal i no verbal. Tranquil·litat davant de les càmeres.
- Bona veu: imponent i agradable a l'oïda. Té una veu imponent i familiar.

d) Elements de credibilitat del mitjà

- Plànol mig

7. Leticia Iglesias

a) Elements identificatius

- Nom: Leticia Iglesias.
- Cadena de televisió: Telecinco
- Emissió: Informativo Matinal

b) Elements físics

- Descripció física general: És guapa, alta i prima. Morena i amb els ulls foscos.
- Descripció d'elements de la sexualitat: pits, llavis i pòmuls. Iglesias ha estat objecte de polèmiques en diferents ocasions pels escots que portava. Alguns mitjans han considerat que era agosarat el fet que les presentadores d'informatius lluïssin obertures tant marcades.
- Descripció de vestuari: No acostuma anar amb americanes. Sempre amb indumentàries a l'última moda. Els colors que vesteix són cridaners, com ara grocs, violetes o verds.
- Descripció del cabell i el pentinat: porta el cabell llarg i pentinat amb bucles, seguint la tendència actual.
- Descripció del maquillatge: Iglesias porta un maquillatge més marcat als ulls.
- Mostra naturalitat: Comparant-la amb les anteriors presentadores, pel què fa a l'aspecte físic, no mostra naturalitat.

c) Elements de credibilitat professional

- Experiència i trajectòria: Va estudiar Periodisme a la Universidad de Santiago de Compostela, un màster en Periodisme Audiovisual i a l'Institut d'Empresa es va especialitzar amb Economia i Finances. Primer va treballar per a Televisió Espanyola i també per a Ràdio Gallega. Més tard, va estar a la Borsa de Madrid com a corresponsal per a Expansió Televisión. Després, va entrar a CNN+ on va estar presentant el telediari. Finalment, el 2011 es va incorporar a Telecinco on va començar a conduir l'informatiu matinal fins al dia d'avui. L'any 2012 va rebre el guardó Antena de Plata per la seva tasca.
- Personalitat: dóna un tractament propi a la lectura dels titulars. Familiarització amb l'audiència.

- Autoritat: mostra control en la conducció del programa i del producte periodístic. Té crèdit. Sembla portar el control.
- Concentració: és capaç d'improvitzar, saltar-se el guió si és oportú. Control de la comunicació verbal i no verbal.
- Bona veu: imponent i agradable a l'oïda. Té una veu imponent.

8. Isabel Jiménez

a) Elements identificatius

- Nom: Isabel Jiménez
- Cadena de televisió
- Emissió: Informativo Mediodía
- Edat: 32

b) Elements físics

- Descripció física general: Jiménez és molt guapa, alta i prima. Morena i amb els ulls obscurs.
- Descripció d'elements de la sexualitat: pits, llavis i pòmuls. Té uns llavis carnosos.
- Descripció de vestuari: poques vegades vesteix clàssica, és a dir, amb americana. Porta colors llampants, com el rosa o el blau.
- Descripció del cabell i el pentinat:
- Descripció del maquillatge: el maquillatge que porta és notori, sobretot, als ulls i als llavis.
- Mostra naturalitat

c) Elements de credibilitat professional

- Experiència i trajectòria: des de l'any 2013 presenta l'informatiu de migdia amb David Cantero. Va entrar el 2005 a la cadena, exercint de corresponsal a Roma. Va estar també a Antena 3 al programa *A fondo* i va presentar alguns informatius de l'edició matinal d'aquest grup. A Antena 3 hi va treballar sis anys.
- Aspectes de la trajectòria professional que cal destacar
- Personalitat: dóna un tractament propi a la lectura dels titulars. Familiarització amb l'audiència.
- Autoritat: mostra control en la conducció del programa i del producte periodístic. Té crèdit.
- Concentració: és capaç d'improvitzar, saltar-se el guió si és oportú. Control de la comunicació verbal i no verbal. Tranquil·litat davant de les càmeres.
- Bona veu: imponent i agradable a l'oïda.

9. Carme Chaparro

a) Elements identificatius

- Nom: Carme Chaparro.
- Cadena de televisió: Telecinco
- Emissió: Informativo Fin de Semana
- Edat: 41 anys.

b) Elements físics

- Descripció física general: Chaparro és guapa. Morena i amb ulls foscos.

- Descripció d'elements de la sexualitat: pits, llavis i pòmuls.
- Descripció de vestuari: poques vegades porta americana. Segueix estils més moderns.
- Descripció del cabell i el pentinat: amb bucles.
- Descripció del maquillatge: destaquen els ulls.
- Mostra naturalitat

c) Elements de credibilitat professional

- Experiència i trajectòria: llicenciada per la Universitat Autònoma de Barcelona, va començar fent de redactora a TV3 i a La Vanguardia. I més tard, de Cadena Ser a Tarragona. Va dirigir i presentar un programa a Barcelona Televisió, així com un magazín a Ràdio L'Hospitalet. Des de 1997 treballa a Telecinco, primer co a redactora i més tard, com a presentadora. A partir de l'any 2001 va presentar l'Informativo Mediodía i el 2004 va passar a ser presentadora del telenotícies del cap de setmana, on continua treballant avui. Aquesta feina la combina amb col·laboracions a altres ràdios i revistes, com la Yo Dona o Punto Radio.
- Aspectes de la trajectòria professional que cal destacar
- Personalitat: dóna un tractament propi a la lectura dels titulars. Familiarització amb l'audiència.
- Autoritat: mostra control en la conducció del programa i del producte periodístic. Té crèdit. Chaparro dóna credibilitat al lector, gràcies precisament a la seva maduresa. Es nota que és una professional amb carrera al seu darrera i és aquest fet fa que transmeti autoritat.
- Concentració: és capaç d'improvitzar, saltar-se el guió si és oportú. Control de la comunicació verbal i no verbal. Tranquil·litat davant de les càmeres.
- Bona veu: imponent i agradable a l'oïda.

10. María José Sáez

a) Elements identificatius

- Nom: María José Sáez
- Cadena de televisió: Antena 3
- Emissió: Noticias de la mañana.
- Edat: 30

b) Elements físics

- Descripció física general: és rossa i porta el cabell curt. Aquesta última característica podria restar-li atractiu a la periodista. Té els ulls blaus.
- Descripció d'elements de la sexualitat: pits, llavis i pòmuls.
- Descripció de vestuari: vesteix moderna, segurament, perquè és de les presentadores més joves.
- Descripció del cabell i el pentinat: com ja s'ha dit, porta el cabell curt, amb un pentinat modern amb el serrell més llarg que la resta. És rossa.
- Descripció del maquillatge: quant al maquillatge, al tenir els ulls clars, destaca el maquillatge negre dels ulls.

- Mostra naturalitat: x

c) Elements de credibilitat professional

- Experiència i trajectòria: es va graduar en Periodisme a Moncada, a la Universitat Cardenal Herrera Ceu. Treballa a Antena 3 des de fa quatre anys, primer a la delegació de València i ara, presenta les notícies del matí. Anteriorment, havia estat a Telecinco.
- Aspectes de la trajectòria professional que cal destacar: X
- Personalitat: dona un tractament propi a la lectura dels titulars. Familiarització amb l'audiència. Les notícies matinals d'Antena 3 tenen un caràcter més alegre que els informatius anteriors analitzats. El fet que siguin dues dones que presenten és destacable, ja que en poques ocasions succeeix, ja que els llibres d'estil dels mitjans audiovisuals aconsellen que els copresentadors siguin de sexes diferents, per dotar de més dinamisme el programa.
- Autoritat: mostra control en la conducció del programa i del producte periodístic. Té crèdit.
- Concentració: és capaç d'improvitzar, saltar-se el guió si és oportú. Control de la comunicació verbal i no verbal. Tranquil·litat davant de les càmeres.
- Bona veu: imponent i agradable a l'oïda.

11. Esther Vaquero

a) Elements identificatius

- Nom: Esther Vaquero
- Cadena de televisió: Antena3
- Emissió: Noticias de la Mañana.
- Edat: 32

b) Elements físics

- Descripció física general: morena i ulls foscos.
- Descripció d'elements de la sexualitat: pits, llavis i pòmuls.
- Descripció de vestuari: més clàssica que la seva companya del telediari.
- Descripció del cabell i el pentinat: cabells llargs, el porta pentinat bastant natural.
- Descripció del maquillatge: natural.
- Mostra naturalitat: sí.

c) Elements de credibilitat professional

- Experiència i trajectòria: a Salamanca es va llicenciar en Periodisme, a la Universitat Pontificia. Treballa a Antena 3 des de l'any 2010. Els seus precedents com a periodista es troben a Cuatro, La Sexta, Televisió Espanyola i també a la BBC, quan va estar a la delegació de Londres.
- Aspectes de la trajectòria professional que cal destacar: X
- Personalitat: dona un tractament propi a la lectura dels titulars. Familiarització amb l'audiència.
- Autoritat: mostra control en la conducció del programa i del producte periodístic. Té crèdit.

- Concentració: és capaç d'improvitzar, saltar-se el guió si és oportú. Control de la comunicació verbal i no verbal. Tranquil·litat davant de les càmeres.
- Bona veu: imponent i agradable a l'oïda.

12. Lourdes Maldonado

a) Elements identificatius

- Nom: Lourdes Maldonado
- Cadena de televisió: Antena 3
- Emissió: Noticias 1
- Edat: 41

b) Elements físics

- Descripció física general: rossa amb els ulls verds. Prima i guapa.
- Descripció d'elements de la sexualitat: pits, llavis i pòmuls.
- Descripció de vestuari: americanes i camises, bastant clàssica.
- Descripció del cabell i el pentinat: allisat, poc modern.
- Descripció del maquillatge: naturalitat.
- Accessoris
- Mostra naturalitat

c) Elements de credibilitat professional

- Experiència i trajectòria. A Navarra va estudiar Ciències de la Informació. Va començar a treballar a la televisió local de la seva ciutat, Irún, i alhora feia col·laboracions a Onda Cero i també, a l'agència France Presse. Fa catorze anys que treballa a Antena 3. Primer, a la delegació territorial del País Basc. També va presentar el programa Espejo Público i després, l'informatiu del cap de setmana. Al llarg de la seva trajectòria ha obtingut tres reconeixements destacables: en primer lloc, el Premi Zapping a millor presentadora; l'Antena d'Or i també, el premi ATR com a millor presentadora d'informatius.
- Aspectes de la trajectòria professional que cal destacar
- Personalitat: dona un tractament propi a la lectura dels titulars. Familiarització amb l'audiència. Sí.
- Autoritat: mostra control en la conducció del programa i del producte periodístic. Té crèdit. Sí.
- Concentració: és capaç d'improvitzar, saltar-se el guió si és oportú. Control de la comunicació verbal i no verbal. Tranquil·litat davant de les càmeres.
- Bona veu: imponent i agradable a l'oïda.

13. Mónica Carrillo

a) Elements identificatius

- Nom: Mónica Carrillo.
- Cadena de televisió: Antena 3
- Emissió: Noticias 2
- Edat: 37

b) Elements físics

- Descripció física general: prima, alta i guapa. Morena i amb els ulls foscos.
- Descripció d'elements de la sexualitat: pits, llavis i pòmuls.
- Descripció de vestuari: molt elegant, poques vegades vesteix amb americanes.
- Descripció del cabell i el pentinat: naturalitat
- Descripció del maquillatge
- Mostra naturalitat

c) Elements de credibilitat professional

- Experiència i trajectòria: a la Universitat Carlos III va estudiar Periodisme i a la Universitat d'Alacant, Turisme. Es va iniciar professionalment en el periodisme a l'agència EFE i més tard, a Televisió Espanyola com a redactora i també a l'àrea d'economia del Canal 24 hores. Finalment, durant un estiu va presentar l'espai d'informació de la borsa del Telediari Matinal de Televisió Espanyola. El 2006 va entrar a Antena 3 i va presentar les Noticias de la Mañana, així com l'informatiu del cap de setmana, i el de les 15 hores. Ara condueix les Noticias de las 9 amb Matías Prats, mentre col·labora en un programa radiofònic d'Europa FM.
- Aspectes de la trajectòria professional que cal destacar: x
- Personalitat: dóna un tractament propi a la lectura dels titulars. Familiarització amb l'audiència.
- Autoritat: mostra control en la conducció del programa i del producte periodístic. Té crèdit.
- Concentració: és capaç d'improvitzar, saltar-se el guió si és oportú. Control de la comunicació verbal i no verbal. Tranquil·litat davant de les càmeres.
- Bona veu: imponent i agradable a l'oïda.

14. Sandra Golpe

a) Elements identificatius

- Nom: Sandra Golpe
- Cadena de televisió: Antena 3
- Emissió: Noticias Fin de Semana
- Edat: 39 anys

b) Elements físics

- Descripció física general: rossa i prima.
- Descripció d'elements de la sexualitat: pits, llavis i pòmuls.
- Descripció de vestuari
- Descripció del cabell i el pentinat: mitja melena i allisat.
- Descripció del maquillatge
- Mostra naturalitat

c) Elements de credibilitat professional

- Experiència i trajectòria: es va llicenciar en Periodisme a la Universitat de Navarra, tot i ser de Càdis. Va començar a escriure al Diario de Cádiz i després es va incorporar a la cadena COPE, com a redactora i reportera. Canal 7, la televisió local de Madrid, la va fitxar per a presentar informatius i

programes musicals, i després, va entrar a CNN+. El 2008 va entrar a Antena 3 on va començar a presentar l'informatiu del matí i després l'informatiu de cap de setmana. També va fer durant un període de presentadora del programa *Espejo Público*. En l'actualitat, presenta les *Noticias de Fin de Semana*.

- Aspectes de la trajectòria professional que cal destacar
- Personalitat: dóna un tractament propi a la lectura dels titulars. Familiarització amb l'audiència.
- Autoritat: mostra control en la conducció del programa i del producte periodístic. Té crèdit.
- Concentració: és capaç d'improvitzar, saltar-se el guió si és oportú. Control de la comunicació verbal i no verbal. Tranquil·litat davant de les càmeres.
- Bona veu: imponent i agradable a l'oïda.

15. Helena Resano

a) Elements identificatius

- Nom: Helena Resano
- Cadena de televisió: La Sexta
- Emissió: *Noticias 1*
- Edat: 40

b) Elements físics

- Descripció física general: És guapa, prima, morena, té els ulls blaus i no aparenta tenir la seva edat. Això es deu a que vesteix més juvenil, és a dir, no porta una vestimenta seriosa.
- Descripció d'elements de la sexualitat: pits, llavis i pòmuls.
- Descripció de vestuari: com ja s'ha dit, vesteix a la última tendència.
- Descripció del cabell i el pentinat: Porta un pentinat modern, a vegades recollit.
- Descripció del maquillatge
- Mostra naturalitat

c) Elements de credibilitat professional

- Experiència i trajectòria: Helena Resano va estudiar Comunicació Audiovisual a Navarra. Com molts dels presentadors que s'han vist en aquest treball, Resano va començar a Cadena Ser i a televisions locals, com ara Pamplona Televisión. La presentadora també va passar per Radio Nacional de Espanya i Telecinco, així com Televisió Espanyola. Allà, va presentar el *Telediario 2* i després, el *Telediario Fin de Semana*. Ara fa vuit anys que va passar a formar part de La Sexta, on va començar a conduir programes com *La actualidad en 2D* i *Sexto Sentido*. Avui dirigeix les notícies del migdia del mateix canal.
- Aspectes de la trajectòria professional que cal destacar: X
- Personalitat: dóna un tractament propi a la lectura dels titulars. Familiarització amb l'audiència.
- Autoritat: mostra control en la conducció del programa i del producte periodístic. Té crèdit. Sí.

- Concentració: és capaç d'improvitzar, saltar-se el guió si és oportú. Control de la comunicació verbal i no verbal. Tranquil·litat davant de les càmeres.
- Bona veu: imponent i agradable a l'oïda.

16. Cristina Saavedra

a) Elements identificatius

- Nom: Cristina Saavedra
- Cadena de televisió: La Sexta
- Emissió: *Notícies 2*
- Edat: 38 anys

b) Elements físics

- Descripció física general: és guapa, morena i prima.
- Descripció d'elements de la sexualitat: pits, llavis i pòmuls.
- Descripció de vestuari: porta vestits: porta vestits ajustats i seguint les últimes tendències.
- Descripció del cabell i el pentinat: porta els cabells llargs.
- Descripció del maquillatge: el maquillatge dels ulls i els pòmuls és molt marcat.
- Mostra naturalitat: no destaca per la seva naturalitat.

c) Elements de credibilitat professional

- Experiència i trajectòria: La periodista gallega es va llicenciar a la Universitat de Santiago de Compostela i va començar a treballar a la Televisió de Galícia. Saavedra es va convertir en una cara coneguda a nivell nacional, des que va començar a presentar el programa *Ahora*. Després de sis anys, va entrar a La Sexta on va passar a ser la presentadora de les notícies nocturnes dels diumenges, amb una substitució, fins que va passar a presentar l'edició on treballa actualment.
- Aspectes de la trajectòria professional que cal destacar: X
- Personalitat: dóna un tractament propi a la lectura dels titulars. Familiarització amb l'audiència. Dóna un caràcter personalitzat als continguts del programa.
- Autoritat: mostra control en la conducció del programa i del producte periodístic. Té crèdit.
- Concentració: és capaç d'improvitzar, saltar-se el guió si és oportú. Control de la comunicació verbal i no verbal. Tranquil·litat davant de les càmeres.
- Bona veu: imponent i agradable a l'oïda. Sí, té una veu contundent.

17. Cristina Villanueva

a) Elements identificatius

- Nom: Cristina Villanueva
- Cadena de televisió: La Sexta
- Emissió: *Notícies Fin de Semana*
- Edat: 38 anys.

b) Elements físics

- Descripció física general: No destaca pel seu atractiu físic. A més, acostuma a portar els cabells més curts i possiblement, aquest fet no la faci tant atractiva. Actualment, està embarçada.
- Descripció d'elements de la sexualitat: pits, llavis i pòmuls.
- Descripció de vestuari: porta indumentàries més clàssiques, respecte les seves companyes de La Sexta.
- Descripció del cabell i el pentinat:
- Descripció del maquillatge
- Mostra naturalitat: és natural.

c) Elements de credibilitat professional

- Experiència i trajectòria: Cristina Villanueva es va formar a la Universitat Autònoma de Barcelona i va treballar a Teledeporte de Televisió Espanyola. A partir de l'any 2004, va passar a ser la presentadora del telediari de La 2 de TVE. Dos anys més tard, va entrar a La Sexta on va començar a conduir les notícies. Actualment, és la cara de les *Notícies Fin de Semana*. En definitiva, no acumula tanta trajectòria com per exemple, la seva companya Cristina Saavedra.
- Aspectes de la trajectòria professional que cal destacar: X
- Personalitat: dóna un tractament propi a la lectura dels titulars. Familiarització amb l'audiència.
- Autoritat: mostra control en la conducció del programa i del producte periodístic. Té crèdit.
- Concentració: és capaç d'improvitzar, saltar-se el guió si és oportú. Control de la comunicació verbal i no verbal. Tranquil·litat davant de les càmeres.
- Bona veu: imponent i agradable a l'oïda.

18. Marta Fernández

a) Elements identificatius

- Nom: Marta Fernández.
- Cadena de televisió: Cuatro.
- Emissió: *Notícies 14*
- Edat: 40 anys.

b) Elements físics

- Descripció física general: Marta Fernández destaca pel seu atractiu. És prima, alta i morena. Malgrat tenir la quarantena d'edat, aparenta tenir cinc anys menys i ser més jove que algunes de les presentadores analitzades més amunt.
- Descripció d'elements de la sexualitat: pits, llavis i pòmuls.
- Descripció de vestuari: Vesteix amb molta elegància i seguint la moda.
- Descripció del cabell i el pentinat: Porta una melena morena pentinada.
- Descripció del maquillatge
- Mostra naturalitat

c) Elements de credibilitat professional

- Experiència i trajectòria: Va estudiar Ciències de la Informació a la Universitat Complutense de

Madrid. A la televisió d'aquesta ciutat va començar a exercir de presentadora de *Madrid Directo*, alhora que era redactora d'esports. A Televisió Espanyola es va dedicar a la secció de cultura. El 1999 va entrar a CNN+ i sis anys més tard, finalment va ser fitxada per Cuatro. Aquí va ser reportera de *La Mañanas de Cuatro*. Però el 2007 va entrar a Telecinco al telediari del migdia. Allà cal destacar el període que va estar substituint a Ana Rosa Quintana en el seu programa. El 2010 Fernández es va convertir en presentadora d'esports dels *Informativos Telecinco* del migdia. L'any 2011 va tornar a Cuatro al programa on ja havia treballat, *La Mañanas de Cuatro*. També va treballar a *Las tardes de Cuatro* durant pocs mesos i per últim, el 2013 va tornar a prendre la conducció de *Noticias Cuatro* primer juntament amb Hilario Pino i després, en solitari.

- Aspectes de la trajectòria professional que cal destacar: X
- Personalitat: dona un tractament propi a la lectura dels titulars. Familiarització amb l'audiència.
- Autoritat: mostra control en la conducció del programa i del producte periodístic. Té crèdit.
- Concentració: és capaç d'improvitzar, saltar-se el guió si és oportú. Control de la comunicació verbal i no verbal. Tranquil·litat davant de les càmeres. Sí.
- Bona veu: imponent i agradable a l'oïda.

- Personalitat: dona un tractament propi a la lectura dels titulars. Familiarització amb l'audiència. Té crèdit i transmet seguretat amb allò que diu.
- Autoritat: mostra control en la conducció del programa i del producte periodístic. Té crèdit.
- Concentració: és capaç d'improvitzar, saltar-se el guió si és oportú. Control de la comunicació verbal i no verbal. Tranquil·litat davant de les càmeres.
- Bona veu: imponent i agradable a l'oïda.

19. Marta Reyero

a) Elements identificatius

- Nom: Marta Reyero
- Cadena de televisió: Cuatro
- Emissió: *Noticias Fin de Semana*
- Edat: 49

b) Elements físics

- Descripció física general: és guapa, alta i prima i no aparenta tenir la seva edat.
- Descripció d'elements de la sexualitat: pits, llavis i pòmuls.
- Descripció de vestuari: vesteix de forma més clàssica, en comparació per exemple amb la seva companya Marta Fernández.
- Descripció del cabell i el pentinat:
- Descripció del maquillatge
- Mostra naturalitat: Mostra naturalitat.

c) Elements de credibilitat professional

- Experiència i trajectòria: Va estudiar Oviedo i a la Universitat del País Basc. Va començar la seva trajectòria a Radio Asturias, de Cadena Ser i més tard, a Televisió Espanyola asturiana. El 1994 va ser fitxada per Canal + i a CNN+. Des del naixement de Cuatro, Reyero treballa en aquesta cadena, primer en l'edició del migdia i més tard, a l'edició de cap de setmana, en la que treballa avui.
- Aspectes de la trajectòria professional que cal destacar: X