

Treball de fi de grau

Títol

Relació entre el tipus de vestimenta de la dona presentadora d'informatius i la credibilitat d'aquesta a ulls dels espectadors

Autor/a

Tura Vilanova Macias

Tutor/a

Ana Lage

Departament	Departament de Publicitat, Relacions Públiques i Comunicació Audiovisual
Grau	Periodisme
Tipus de TFG	Recerca
Data	01/06/2017

Full resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Català:

Relació entre el tipus de vestimenta de la dona presentadora d'informatius i la credibilitat d'aquesta a ulls dels espectadors

Castellà:

Relación entre el tipo de ropa de la mujer presentadora de informativos y la credibilidad de ésta en los ojos de los espectadores

Anglès:

Relationship between anchorwoman's the type of clothes and her credibility seen by the public

Autor/a:

Tura Vilanova Macias

Tutor/a:

Ana Lage

Curs:

2016/17

Grau:

Periodisme

Paraules clau (mínim 3)

Català:

Presentadores, Vestimenta, Credibilitat

Castellà:

Presentadoras, Ropa, Credibilidad

Anglès:

Anchorwoman, Clothes, Credibility

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

Català:

La possible relació que hi ha entre la credibilitat de les presentadores dels informatius, amb el tipus de roba que utilitzen per realitzar-ho. Aquest treball preten donar respostes per veure si aquest és un factor per determinar la percepció de la credibilitat pels espectadors, així com establir si l'edat intervé amb aquest judici.

Castellà:

La posible relación que hay entre la credibilidad de las presentadoras de los informativos, con el tipo de ropa que utilizan para realizar-lo Este trabajo pretende dar respuestas para ver si éste es un factor para determinar la percepción de la credibilidad de los espectadores, así como establecer si la edad tiene relación interviene en este juicio.

Anglès:

The possible relationship between the credibility of the anchorwomans with the kind of clothes they use to do it. This paper aims to provide answers to see if this is a factor to determine the perception of credibility for the spectators, as well as to establish whether the age is involved with this trial.

Índex

1. Introducció		3
2. Metodologia		5
	2.1 Objecte d'estudi, objectius i hipòtesis	5
	2.2 Esquema metodològic	6
3. Marc Teòric		7
	3.1 Estat de la qüestió	7
	3.2 La vestimenta	15
	3.2.1 Estudi conceptual	15
	3.2.2 Anàlisi	23
	3.2.2.1 Proposta d'estils	23
	3.2.2.2 Llistat característiques	25
	3.2.2.3 Imatges com a referents visuals	26
	3.2.2.4 Definició de tipus de vestimenta	31
	3.3 Presentadores d'informatius	37
	3.3.1 Definició de la mostra d'estui	43
	3.3.2 Anàlisi	44
	3.3.2.1 Conclusions prèvies: estil segons cadena	44
	3.4 Credibilitat professional	51
	3.4.1 Estudi conceptual	51
	3.4.2 Credibilitat professional de la dona presentadora	57
4. Test de recepció		71
	4.1 Metodologia	71
	4.2 Enquesta	72
	4.3 Anàlisi de resultats	75
	4.3.1 Resultats segons el factor	89
	4.3.2 Resultats segons l'estil	95
	4.3.3 La credibilitat segons l'edat	100

5. Conclusions		100
	5.1 Valoració personal	102
6. Fronts oberts		103
7. Bibliografia		104
8. Annexos		116
	Annex I Taula anàlisis vestimenta Televisió de Catalunya	
	Annex II Taula anàlisis vestimenta Televisió Espanyola	
	Annex III Taula anàlisis vestimenta Telecinco	
	Annex IV Respostes del test de recepció	

Introducció

El tipus de vestimenta que es veuen als informatius televisius ha anat canviant amb els anys. Des dels inicis de les transmissions dels noticiaris de RTVE fins a la varietat d'informatius que tenim actualment a les televisions del país; s'ha vist com el tipus de roba que llueixen les presentadores en aquests programes ha evolucionat. Actualment, és més habitual trobar peces i conjunts que s'allunyen de les considerades inamovibles, aquelles que havien estat sempre presents en aquests espais, com l'americana.

Aquest treball neix dels fets que van succeir l'estiu de l'any passat, quan el *look* d'una presentadora dels informatius va causar una allau de crítiques a les xarxes socials. La peça de roba que va propiciar aquesta revolució a la xarxa, va ser una camiseta de bàsquet de l'equip nord-americà Arizona. La presentadora de la secció d'esports dels informatius d'Antena 3, María José Sáez, va utilitzar aquest conjunt per presentar les notícies del 10 d'agost de 2016. Un conjunt, que s'havia vist un mes enrere a una altra presentadora de la cadena, Susana Griso, en el seu programa matinal. En aquesta ocasió, també va ser motiu de crítiques i burles a les xarxes socials, en les quals es considerava que la periodista havia donat una imatge de "pandillera" i "malota" que no convencia gens als usuaris (Fórmula TV, 2016).

Aquesta elecció va esdevenir notícia a diferents portals, però també va despertar el debat de l'adequació del tipus de roba dels informatius televisius. Un debat, que va fer plantejar-me fins a quin punt n'és d'important la vestimenta d'una presentadora per a la ser vista com una professional de la informació. En concret, em va fer preguntar: la roba que llueix una presentadora afecta en la percepció de les seves capacitats professionals que transmet als espectadors?

El present treball pretén determinar si existeix relació entre el tipus de vestimenta que usen les presentadores i la seva credibilitat a ulls del públic. Per aquesta raó, s'elaborarà una classificació que permeti diferenciar els tipus d'estils dels informatius, així com un anàlisi dels factors que determinen la percepció de credibilitat en els professionals de la investigació. Per tant, a través d'aquestes elements, es realitzarà un test de recepció al públic, que ens permetrà arribar a unes conclusions. També es vol comprovar si l'edat del públic és una variable dependent d'aquesta percepció, així que les valoracions de la

credibilitat s'analitzaran segons l'edat dels enquestats. Mitjançant aquest, podrem veure si les generacions més joves tenen una perspectiva diferent de les més grans en aquest tema.

Per determinar quins són els estils que s'usen actualment en els informatius dels mitjans espanyols, també inclourem un anàlisi dels estils dels informatius més vistos del país. Així, podrem veure si hi ha varietat en els seus estils, o bé representen un mateix tipus de vestimenta tots ells.

Aquesta investigació s'ha volgut centrar en les presentadores, deixant de banda els homes presentadors per dos motius. En primer lloc, perquè els estilismes de les presentadores és molt més variat, així que pot resultar una investigació més rica. I en segon lloc, perquè la figura de la dona segueix essent i considerant-se diferent de la de l'home, també en aquest àmbit. Així que resultava una motivació extra per focalitzar l'estudi cap a aquesta direcció.

Per tant, aquest treball suposa una definició dels estils de vestimenta dels informatius i de la relació que tenen aquests amb la credibilitat professional pels espectadors. Així es pretén mostrar que aquest és un factor que influeix en la percepció de les presentadores dels informatius.

2.1 Objecte d'estudi

La vestimenta que utilitzen les presentadores d'informatius televisius del país i la relació d'aquesta amb la seva credibilitat com a professionals.

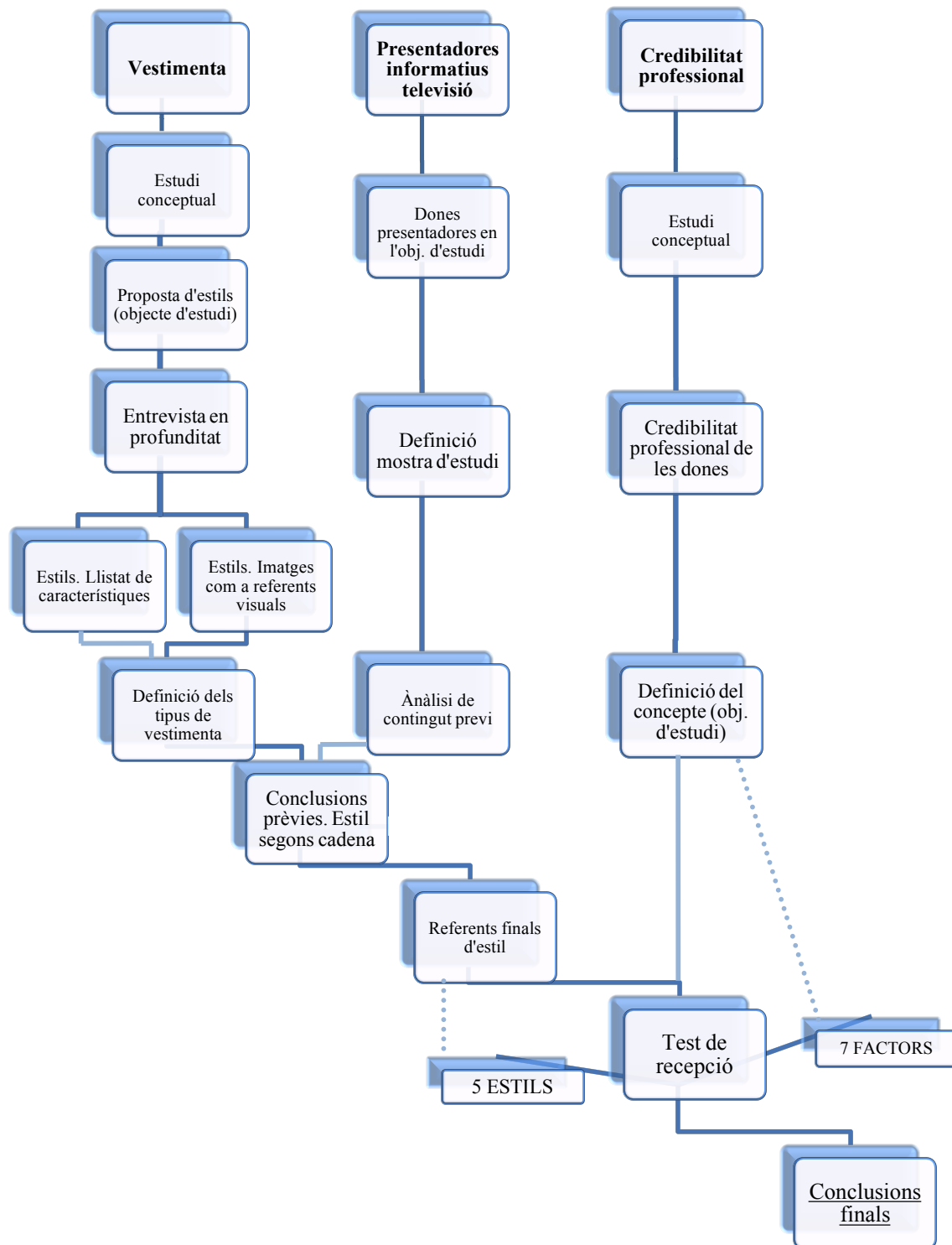
Objectius

- Analitzar i definir els diferents estils de vestimenta que s'utilitzen les presentadores als informatius de les televisions del país.
- Indagar en el concepte de credibilitat del periodista per tal d'aclarir si la vestimenta és un punt determinant en aquest.
- Determinar si hi ha relació entre els estils de vestimenta de les presentadores d'informatius i la seva credibilitat com a professionals a ulls dels espectadors.
- Descobrir si l'edat del públic és una variable dependent de l'estudi, és a dir, si l'edat de l'espectador influeix en aquesta possible relació entre la credibilitat professional i el tipus de vestimenta de la presentadora.

Hipòtesis

- Quan una professional utilitza vestimenta de tipus clàssic repercuteix positivament en la recepció per part dels espectadors de la credibilitat d'aquesta.
- Quan una professional utilitza vestimenta de tipus atrevit repercuteix negativament en la recepció per part dels espectadors de la credibilitat d'aquesta.
- Quan més gran és un receptor més clàssica ha de mostrar-se la presentadora per ser interpretada com a creïble.

2.2 Esquema de la metodologia



3. MARC TEÒRIC

Per tal de poder elaborar aquest projecte, hem de realitzar un estudi de la situació actual del tema a investigar. Per aquest motiu, en aquesta primera part del treball pretenc aportar les paraules dels autors que anteriorment tocat aquest tema. A partir d'aquests, podrem començar el camí cap a la resolució de la hipòtesi presentada. Llavors ens caldrà concretar els tipus de vestimenta que podem trobar en els informatius, per tal de poder oferir una classificació estricta per a la investigació, així com concretar la definició més adequada pel terme credibilitat.

3.1 Estat de la qüestió

En les últimes dècades s'han realitzat nombrosos estudis sobre la credibilitat dels professionals de la informació, en els quals es pretenia establir els punts qualitatius que engloba el concepte. Podem dir que en la majoria d'aquestes classificacions s'hi troba inclosa com a variable directe la bona imatge del presentador, dins la qual es parla de la seva vestimenta. Tot i que a dia d'avui no hi ha estudis espanyols que hagin investigat directament com pot afectar a la credibilitat professional el seu tipus de vestimenta.

Un exemple d'estudi que considera la vestimenta una variable per a la credibilitat del presentador és el titulat *La credibilitat del presentador de programes informatius en la televisió. Definició i qualitats constitutives*, de l'autor Alejandro Salgado Losada (2007). En aquesta investigació una de les qualitats constitutives implantades és la següent:

d) l'aparença física del presentador o presentadors, on es conjuguen qüestions relatives a las pròpies característiques físiques de la persona, la telegènia, el vestuari, el maquillatge, els complements (artefactes, en termes de Knapp)... En aquest cas, parlariem d'una bona presència personal. (p. 155)

Troblem un altre exemple rellevant en la investigació d'Armand Balsebre (1999): *La credibilitat del comunicador en el nou context tecnològic*. En aquest cas l'autor també considera un aspecte a tenir en compte l'aparença del presentador, especificat en el punt que anomena "nivells d'empatia i identificació" (p. 42) entre el presentador i el telespectador.

Nicolás Lorite, doctor en Ciències de la Informació i professor titular del Departament de Comunicació Audiovisual, va acabar parlant d'aquesta qüestió en una investigació aliena de la temàtica que tractem. El seu estudi, *Informative Treatment of Immigration and Intercultural Dynamics of Spanish Mass Media* (2011), en el qual explica el tractament que pateix la immigració en els mitjans de comunicació de masses espanyols, inclou la visió que durant la seva investigació va percebre dels presentadors d'informatius espanyols. En l'article on presenta els resultats, publicat al llibre *Media, migration and public opinion: myths, prejudices and the challenge of attaining mutual understanding between Europe and North Africa* (2011), inclou les imatges dels presentadors dels telenotícies que usa per mostrar visualment la seva aportació: "Les imatges i la vestimenta utilitzada pels presentadors d'informatius espanyols són senyals d'una presentació estandarditzada" (p.213).

Inclou vuit imatges amb els presentadors de diferents informatius, entre ells, Telecinco, TV3 i RTVE, en les quals podem veure els homes tots amb traje i corbata i les dones amb americana i camisa. Després d'aquestes, Nicolas Lorite (2011), explica que aquesta similitud entre tots els estilismes és a causa dels "estàndards occidentals": "Aquestes imatges ens permeten confirmar que el presentador comú a la televisió espanyola es subscriu a un estàndard occidental." (p. 213).

Per poder desenvolupar aquesta idea esmentada en l'article, vaig poder parlar amb l'autor, Nicolás Lorite. Aquest em va explicar que després de realitzar la investigació, creu que la línia de la vestimenta que es segueix en els informatius es basa en l'acceptació de la societat. Creu que en els telenotícies s'usa només aquell tipus de roba determinada que ha estat acceptada per a la opinió pública de la societat. (Comunicació personal, 2017)

Així com Bárbara de Senillosa, autora de dos llibres sobre quines són les formes correctes de comportament. Inclou aquest tema en el capítol "L'etiqueta en el vestir" del seu treball *El llibre de la bona educació: una guia completa de com comportar-se en la societat* (2009). En aquest es parla de la necessitat de vestir traje en totes les situacions formals, com seria el cas dels informatius, i d'evitar totalment certs tipus de vestimenta com les transparències exagerades, les indumentàries extremadament ajustades, les combinacions de colors i dissenys arriscats.

Així doncs, podem dir que ja existeixen un gran nombre d'estudis que parlen de la credibilitat del comunicador, en els quals es presenta la vestimenta com a un dels factors que la conformen.

Deixant de banda les investigacions empíriques, trobem subratllada la importància de la roba que s'utilitza en els informatius en articles de professionals, entrevistes a comunicadors i altres documents que cal mencionar.

Per exemple l'article publicat a la pàgina web www.protocolo.org que explica el vestuari correcte per un presentador segons el llibre d'estil de Canal Sur. En aquest es dóna una principal importància a la roba dels professionals i s'explica les conseqüències que produeix descuidar-la: "La correcció i la moderació en el vestuari són obligades. Un escot pronunciat, una camisa mal botonada o una indumentària avantguardista xoquen a l'espectador, que es distreu de la informació i fins i tot, pot arribar a menyscar" (Allas & Díaz, 2012). És a dir, que en aquest article es considera que si es descuida el vestuari pot causar un desprestigi directe a aquella informació que estigui explicant el presentador.

Més endavant, l'article segueix mencionant aquells aspectes que poden significar una distracció pel públic, com "una barba de diversos dies, un pentinat descuidat, la roba arrugada o un botó descosit, fins i tot un color cridaner o una corbata estrident, produeixen rebuig." (Allas & Díaz, 2012). Així doncs, l'autor titlla de "rebuig" allò que pot sentir l'espectador davant d'una vestimenta mal escollida i d'un aspecte físic, en general, descuidat.

En aquest mateix article es parla d'aquell tipus de roba que es veu com a inapropiada, "color cridaner o corbata estrident" (Allas & Díaz, 2012). Un aspecte que, al final de l'article, mencionarà utilitzant un adjectiu a tenir en compte: "Les robes atrevides, en resum, no són acceptables en un espai informatiu. Només caben en els formats específics, dirigits a un públic també específic, habitualment aliè al periodisme convencional" (Allas & Díaz, 2012).

Aquesta és la idea amb la qual conclou, fent referència a una relació directa entre el tipus de vestuari i el tipus de públic que es dirigeix el programa. Així doncs, podem entendre entre línies que l'autor considera que els espectadors que utilitzen "roba atrevida" no pertanyen al públic dels informatius.

La esmentada opinió sobre relació entre vestimenta i tipus de públic del programa també la trobem en l'article del blog de Maria Rubiom, llicenciada en periodisme i postgraduada en protocol. En el titulat "Consells per sortir a la televisió" (2012), l'assessora estableix que la imatge juga un paper bàsic en la televisió i que la roba sempre ha de ser l'apropiada. Segons Rubiom (2012), aquesta serà apropiada si es té en compte la temàtica del programa, però sempre "evitant els colors cridaners o els dissenys psicodèlics".

També podem esmentar a J.J. Rodríguez-Lewis en el seu article "El vestuari dels presentadors de TV" (2008). En aquest també es considera que el tipus de vestimenta influeix en la percepció de la informació que s'està desenvolupant:

El presentador de televisió exerceix un rol especialment rellevant en aquest mitjà. En el seu relat de la notícia, no només influirà allò que explica sinó també com ho explica, i no només allò que diu, sinó que a més a més el llenguatge gestual o no verbal, en el qual s'inclou el seu vestuari. (Rodríguez, 2008)

I per a aconseguir una bona aparença als ulls del públic, l'autor fixa com a base la naturalitat. Concepte que ell mateix reconeix que és difícil definir, però que enllaça amb la mirada del tipus de públic al qual es dirigeix el programa.

Per altra banda, l'autor parla d'un moment concret en què els presentadors dels informatius de RTVE van començar a evitar la corbata. Llavors explica que aquest pas va portar polèmica i va formar un debat públic. Aquests fets van passar el 13 de setembre de 2004 amb l'estrena d'una nova temporada d'informatius de Televisión Española. I podem comprovar la certesa de les paraules de J.J. Rodríguez-Lewis en aquesta imatge recuperada del portal digital del mitjà:



Tal com podem veure doncs, en una entrada de la secció “Debates” del diari El Mundo, que data del setembre de 2004, es va preguntar als usuaris què els hi semblava aquest canvi en la vestimenta dels presentadors dels telenotícies de la televisió pública de l'estat.

Per tant, podem dir que aquest fet va ser motiu de debat públic en aquell moment, ja que demostra que no va ser un detall que passés desapercebut. Així ho van plasmar aquest mitjà de comunicació amb aquesta enquesta, que cal destacar que va rebre gairebé 46 mil vots. D'aquesta en va sorgir un resultat molt igualat, però determina que hi ha més lectors del diari que els hi sembla un apunt positiu per als informatius, que no pas que rebutgen aquest canvi en l'estilisme. Mereix puntualitzar que la diferència és mínima: 23.233 a favor i 22.723 en contra (El Mundo, 2004).

També hem trobat constància d'aquest canvi a una notícia del diari El País, de l'edició impresa del diumenge 12 de setembre de 2004, en la qual parla del canvi d'imatge dels informatius de la cadena pública. S'explica com l'equip directiu del Partit Popular imposava certes obligacions en l'estètica dels presentadors però que això va canviar amb el nou equip que va arribar el 2004. En l'article també trobem declaracions dels responsables d'informatius així com dels presentadors, qui donen la seva opinió davant d'aquest canvi. El director d'informatius d'aquell moment, Fran Llorente parlava així d'aquest fet: “s'han d'establir uns criteris perquè l'estil sigui elegant i modern [...] però el vestuari és només una part del disseny global. La vestimenta és important, com ho és el decorat o la sintonia, però al final el què conta són els continguts, les notícies.” (El País, 2004)

També trobem la veu del presentador Jesús Álvarez, qui celebrarà aquest pròxim mes de maig els seus 41 anys a TVE, qui dóna una clara opinió sobre el debat sobre la corbata: “El rigor no té per què portar traje”. (El País, 2004)

Així com David Cantero que titlla d'”absurd” aquest conflicte d'estil que, segons l'article, es va alimentar des d'Internet. El presentador esportiu que segueix davant la secció de TVE, declarava que:

El que és important és el que hi ha darrere. Es tracta de trencar un llenguatge informatiu caduc i fer-lo més proper. És també una actitud menys ‘oficialista’, tot i que la qüestió és mantenir una imatge de respecte a l'espectador. Hi ha gent que potser transmet poc respecte encara que porti corbata (El País, 2004).

Per tant, és important rescatar aquestes paraules dels propis professionals del sector. Sobretot cal destacar el fet de que David Cantero apel·li a la proximitat que s'estableix amb els lectors segons el tipus de vestimenta que llueixen.

Segons Rodríguez-Lewis, el nivell d'audiència no va canviar quan va succeir aquest fet, que titlla d' "atreuiment" (Rodríguez, 2008). Es basa en la idea de que, tal com ja hem esmentat, el vestuari ha de transmetre naturalitat i normalitat, en cas que sigui així, no es veurà reflectit en les xifres perquè l'audiència ho acceptarà. Així resumeix la idea que vol donar amb l'article:

Per tant, el vestuari, que només és un aspecte més de la telegenia que s'ha de cuidar, serà més o menys encertat quant més s'apropi a la normalitat i a la naturalitat. Sense corbata, els presentadors semblen més naturals (més pròxims a la gent normal), però no a tots els hi queda bé aparèixer a la pantalla d'aquesta manera. (Rodríguez, 2008)

Potser va ser la pressió pel debat que va generar o el desacord des del sector polític del país, tal com diu J.J. Rodríguez-Lewis en el seu article, però es va acabar reculant en aquesta decisió i es va tornar a la imatge "oficialista" (Rodríguez, 2008).

Altres veus involucrades en el tema que s'han de mencionar, són les de les persones que realitzen el treball d'escollir els conjunts dels presentadors: equips d'estilisme de les televisions. En una entrevista del març de 2015 pel diari d'informació especialitzada en la televisió, Bluper, trobem les veus de les caps d'estilisme dels informatius de La Sexta, TVE i Telecinco: Cristina Caspueña, Isabel Romero i Mayra el Pilar, respectivament (Bluper, 2015).

En primer lloc podem destacar que parlen de la importància que té la vestimenta que s'escull per a les presentadores. Totes elles coincideixen en què la imatge dels professionals també comunica, que és part del missatge. L'estilista de TVE, Isabel Romero, assegura que "el vestuari t'ajuda a donar credibilitat, diu qui ets, el què vols transmetre. M'agrada que les presentadores a les quals vesteixo destaquin pel seu estil tant com per la seva professionalitat" (Bluper, 2015).

Cal remarcar que justament usa la paraula central d'aquest treball: “credibilitat”, per tant, la seva declaració confirmaria la hipòtesis formulada. Però per altra banda, confessen que amb els estilismes es busca que l'espectador estigui atent a la informació que se li està donant, que no es distregui en la roba. Així les tres coincideixen en què: “la presentadora ha d'aparèixer afavorida però no convertir-se en la notícia.” (Bluper, 2015).

Per aquest motiu, esmenten que per no distreure a l'espectador hi ha tipus de peces de roba o estils que mai utilitzarien per vestir les professionals. Segons Mayra del Pilar (Telecinco) cal evitar “estampats, escots profunds, patrons complicats i siluetes sueltas”, a més a més dels “volants i brillantors” per a Cristina Caspueña (La Sexta), així com “adorns o joies cridaneres i roba massa ajustada” que afegeix Isabel Romero (TVE) (Bluper, 2015).

També cal esmentar una altra part de l'entrevista, en la qual es parla de l'evolució que ha viscut la vestimenta que s'utilitza en els informatius de televisió. En primer lloc, Cristina Caspueña parla d'una modernització de la vestimenta:

A La Sexta hem desestructurat el vestuari: traient-li formalitat i acostant-se més a l'estil del carrer.” Hi ha una llicència absoluta per apostar per una indumentària actual en la que es tenen en compte les modes en tots els aspectes: color, estils, etc. (Bluper, 2015).

Així doncs, l'estilisme dels informatius de La Sexta es deixa influenciar per les modes que arriben a la societat del país, deixant una mica de banda la vestimenta clàssica dels telenotícies. Un fet que segons l'estilista de Telecinco, Mayra del Pilar també ha anat passant a la seva cadena:

Hi ha més bruses i vestits, les mànigues curtes i els vestits sense mànigues s'han anat fent un lloc per relaxar la imatge, abans tan ‘encorsetada’. No es caracteritza per seguir les tendències estrictament, però sí que es pot observar un canvi més subtil en els patrons, els talls, els colors,... (Bluper, 2015).

En aquest cas doncs, també es parla d'un avanç cap a una vestimenta menys formal. Cal destacar que es parli d'aquest avanç amb el fet de permetre les mànigues curtes. Per contra, Lara Siscar (TVE) parla d'una evolució més distreta en el seu cas, ja que segueixen utilitzant l'americana, però alternada cada vegada més amb camises, tops i vestits.

L'estilisme confessa que “agafem de la tendència allò que s'adapta a la persona, respectant la imatge i les línies correctes per televisió”. (Bluper, 2015).

Així que des de la cadena pública es parla d'una “línia correcta” (Bluper, 2015) que s'ha de seguir en l'estil de les presentadores dels informatius televisius. Podríem dir doncs, que en aquests informatius són més reticents al canvi.

3.2 La vestimenta

La roba està present en el món des de l'edat de l'Homo Sapiens, quan va començar a cobrir el seu cos amb les pells dels animals que caçava per alimentar-se. Aquest fet es va produir partint d'aquesta necessitat bàsica, un fet instintiu per les èpoques que es patia pel mal temps. Així va ser com es va començar a utilitzar roba per cobrir-se el cos, amb teixits i peces que han anat evolucionant a mesura que han anat passant els anys fins a les que vestim en l'actualitat. Però la intenció de la roba ha acabat esdevenint no només una eina per protegir-se del fred, sinó que s'ha convertit en una necessitat estètica i sobretot, social. Tal com ja senyalava el novel·lista francès del segle XIX, Honoré Balzac: "El vestit és, per tant, la major modificació experimentada per l'home social, pesa sobre tota la seva existència" (1982, 72).

Diversos autors defensen que la roba transmet informació a les altres persones amb un llenguatge propi, així ho defensava el filòsof alemany Eugen Fink (1969): " ...Els éssers humans... parlen no només amb les paraules, sinó també amb els gestos, amb el llenguatge del vestit que està ple de misteri i de la manera més seductora... amb les creacions de la moda." (1969, p. 86).

Una idea que també defensava Nicola Squicciarino en el llibre "El vestido habla" (2012). En aquest treball, l'autor explica que entén la vestimenta com una forma de comunicació no verbal:

El vestit sempre significa alguna cosa, transmet informacions importants en relació amb l'edat, amb el sexe, amb el grup ètnic al qual l'individu pertany, amb el seu grau de religiositat, d'independència amb la seva originalitat o excentricitat. Així com amb la seva concepció de la sexualitat i del cos. (2012, p. 39)

En el llibre "El sentido del vestir" (2002) de Patrizia Calefato, una de les principals investigadores del llenguatge i els signes de la moda, també es fa referència a aquest tema, destacant la rellevància que ha adquirit actualment: "avui en dia, tenir cura de la imatge exterior de l'home i la dona públics són primàriament important" (2002, p. 34). En aquest assaig s'esmenta què arriba a representar el tipus de vestimenta que usa una persona:

Llenguatge, pensament i traje s'associen, i el vestir es considera explícitament una espècie de disfressa del cos, així com el llenguatge és una disfressa del pensament.[...] Com llenguatge, entès en aquest sentit, el vestir funciona segons

una espècie de 'sintaxis', és a dir, segons un sistema de regles més o menys constants, segons es tracti, per exemple, de indumentària tradicional o de traje a la moda. (2002, p. 13)

És més, l'autora considera que l'aprovació social depèn de la roba amb la qual l'individu està vestit:

(La indumentària) es carrega de significats socials que venen d'altres universos comunicatius. [...] La roba és sempre un objecte cobert amb aquell valor dependent de l'aprovació social. En virtut d'això, l'objecte carregat de valor permet que el subjecte entri en relació amb altres i que l'espera, de 'senzilla' es converteixi a més a més en 'fiduciària', és a dir, que pressuposa les relacions amb altres subjectes. (2002, p. 155)

Per poder parlar de les diferències entre un tipus de vestimenta i una altra, necessitem establir uns marges i posar nom a aquells que podem trobar en els informatius a dia d'avui. Aquesta classificació centrada en la roba en els noticiaris de la televisió no s'ha estudiat amb anterioritat. Per tant, podem trobar definicions teòriques dels estils de roba que existeixen o han existit en la societat però no centrats en els informatius televisius. Així doncs, per començar amb l'elaboració d'una classificació centrada en aquest àmbit, cal realitzar una aproximació als termes a través de les definicions generals.

Per realitzar-ho, utilitzarem les definicions del llibre *Diccionario de la moda* (2014), un volum de referència elaborat per la periodista i escriptora espanyola Margarita Rivière. En aquest es defineixen els estils que van aparèixer en el segle XX i que han influenciat els estils de roba actuals.

Clàssic: expressió que s'utilitza per descriure una forma de vestir que resisteix el pas del temps i de les modes i que es manté en vigor gràcies a la seva simplicitat, funcionalitat i també als hàbits socials tradicionals (Rivière, 2014).

Esportiu: la vestimenta de les dones ha rebut una influència de l'esport a la qual cal afegir l'apropiació de les peces masculines. L'esport ha fet més per l'unisex que qualsevol corrent. La informalitat de vestimenta de la segona meitat del segle XX passa per aquesta influència que ha acabat fent de les sabatilles d'esport i de l'anorac un calçat i una peça

habitual entre les joves de tot el món. Des dels anys vint els modistes d'alta costura han desenvolupat peces esportives femenines, però la línia divisòria entre el pròpiament esportiu i la influència de l'esport en la roba quotidiana és va trencar quan als anys setanta va aflorar amb tota la seva força la indústria de la confecció en sèrie a la qual s'ajusten bé les costures simples de les peces esportives (Rivière, 2014).

Disco: durant els anys setanta i vuitanta, els ídols musicals llueixen indumentàries cada vegada més cridaneres compostes de malles, caçadores de cuir i brodades amb brillants i peces de metall. A aquest estil, que de mica en mica anirà passant a determinats elements de la moda quotidiana durant els anys vuitanta, se li va donar el nom de moda disco. Ja que es relacionava amb una música pensada per ser ballada a les discoteques, una expansió per a la moda més avantguardista i juvenil (Rivière, 2014).

Gitano: estil gitano o zíngar, caracteritzat per les faldilles àmplies i bruses escotades en colors vius, va saltar a l'actualitat amb la pel·lícula “En les ratlles de la mà” (1947) de Marlene Dietrich i va ressuscitar a finals dels cinquanta quan Jules F. Carahay va llançar una col·lecció gitana. Yves Saint-Lauren va recuperar la tradició durant els anys setanta i des de llavors no ha desaparegut del tot el món de la moda femenina (Rivière, 2014).

Grunge: expressió anglesa de l'argot juvenil que literalment significa “mugre” i que va designar un moviment social i de manera de vestir de principis de la dècada dels noranta. Una moda que estava inspirada en el hipisme, que sorgeix als anys seixanta a Seattle. Es va caracteritzar per accentuar una estètica pobra, (va començar amb la moda dels texans trencats) i provocativament sobreposant diversos estils, fent ostentació tant d'un allunyament radical del luxe imperant en els vuitanta com de qualsevol norma del bon gust establert per l'estètica yuppie. Una altra de les seves característiques que marcaria tota la moda de principis dels noranta, va ser la passió pel reciclatge de teles i tota classe d'accessoris que enllaça l'estil grunge amb les actuals tendències ecològiques (Rivière, 2014).

Guerriller: Estil de vestir juvenil que va començar a posar-se de moda en els anys seixanta gràcies a la guerra de Vietnam i la revolució cubana de 1959. La peça bàsica d'aquest estil va ser una samarreta de tipus sahariana de color verd oliva plena de butxaques. Uns pantalons del mateix color, una samarreta blanca com la dels soldats de l'exèrcit nord-americà, botes militars i una gorra o una boina van ser altres dels elements d'aquest estil. La seva estètica, durant aquells anys, va ser encarnada per la figura mítica de Che

Guevara. Des del moment l'estil guerriller, tot i que amb diverses variacions, ha romàs com un clàssic en la indumentària juvenil. Es va recuperar amb força a finals dels anys vuitanta incorporant les peces realitzades en teles de camuflatge. El color verd oliva i el caqui, propis dels exèrcits moderns, han seguit inspirant també facetes molt concretes de la moda femenina i masculina en les últimes dècades del segle (Rivière, 2014).

Hippie: el moviment hippie s'inscriu en una corrent juvenil de la segona meitat dels anys seixanta i primers dels setanta. El nomadisme, l'ecologia, l'amor lliure, les drogues, el pacifisme i el culte a la llibertat es barregen amb el descobriment de les religions i costums orientals, juntament amb el rebuig radical a la societat de consum, la guerra del Vietnam i el “American Way Of Life”. Va sorgir a Califòrnia i es va estendre ràpidament la seva influència, principalment a través de la música i la moda juvenil d'occident. Aquesta forma de pensar es va reflectir especialment en manifestacions artístiques i en un estil precís i ben definit: les faldilla llargues i florejades, jerseis amples, sabates planes, grans bosses i adorns d'artesanía defineixen la indumentària de la noia hippie, que abomina de la moda oficial i converteix el hippisme en antimoda. Cabells llargs, robes de colors i de cotó, els texans i accessoris de cuir i de artesanía, portat amb un aire especialment descuidat, configuren la indumentària hippie, amb els símbols de la pau i l'amor lliure com els seus motius preferits (Rivière, 2014).

Motorista: estil motorista té com a peça central la caçadora de cuir negre que Marlon Brando a “El salvatge” del 1954 i que va recollir el moviment dels “Teddy boys” a finals dels anys cinquanta. Ajustada al cos, amb cremallera creuada i un cinturó al darrere que protegeix els ronyons. El model més clàssic va ser dissenyat al 1927 per la firma nord-americana Schott Bros, la “Perfecto”, que es distribuïa com a element de protecció per al motorista per la marca de motocicletes Harley-Davidson. A partir d'aquesta peça central, clàssica del segle XX, l'estil motorista, definit per la caçadora de cuir s'ha adaptat a la moda en múltiples ocasions i en combinacions amb diferents peces, com texans o pantalons de cuir, sent un estil de vestimenta propi de la joventut i especialment de grups contestataris i rebels com els punks. La famosa caçadora de motorista s'ha convertit al llarg del segle en un clàssic, tant d'indumentària masculina com femenina (Rivière, 2014).

Op art: a principis dels anys seixanta i a l'inici del corrent nostàlgic, creadors de prestigi com Yves Saint Laurent i nous noms del “Prêt-à-porter” de Paris i Londres, comencen a inspirar-se en la tendència geomètrica nascuda en els anys vint i en variacions de l'estil

cubista, que marcaria la moda de la segona part del segle. La moda op va quedar definida entre el 1962 i el 1964, amb estampats geomètrics en blanc i negre i dissenys que intenten emular el futurisme del vestit dels astronautes. Atès el mercat d'aquesta moda, la seva durada va ser especialment curta en les seves formes més convencionals (Rivière, 2014).

Pop: la moda pop reflecteix l'estil heterodox, rupturista, inspirat en la cultura popular (d'on es pren el nom pop) dels anys seixanta. És un nom genèric que engloba diversos corrents juvenils que tenen en comú un punt bàsic: qüestionar el sistema oficial de moda i apropar-la a la sensibilitat popular, excloent-la del gueto de l'alta costura. Dos factors incideixen en aquesta explosió que marca un gir importantíssim a la moda del segle: d'una banda la consolidació d'un públic jove massiu que havia estat allunyat de les propostes oficials de la moda i de l'altra, el nou auge del "Prêt-à-porter" i la confecció. Es situa entre el 1964 i 1973 i reflexa les noves inquietuds de l'època tant a Europa com als Estats Units, quan es produeixen diverses corrents que van des de l'estil hippie fins a la minifaldilla, passant per l'estil guerriller, la nostàlgia camp i l'unisex (Rivière, 2014).

Punk: estil de vestir juvenil rupturista nascut a Londres dels anys setanta que expressava una protesta davant del sistema de vida i un menyspreu pel consum i la influència, que es va deixar notar en la moda dels vuitanta i principis dels noranta. La estètica estava formada per una imatge homogènia des del cabell, pentinat en una cresta i freqüentment tenyit de colors com rosa verd o taronja, fins al calçat, que consisteix habitualment en botes de cuir negre amb plataformes i punteres de ferro inspirades en les sabates dels obrers anglesos de la construcció de principis de segle. Les robes van ressuscitar el cuir negre, els colors ombrívols i adorns amb claus. Els pantalons i les mànigues portaven talls i s'adornaven amb cadenes que sovint també servien com a arracades d'orella i nas. La idea central de l'estètica era provocació a través d'horror i amb estil nihilista (Rivière, 2014).

Rock: música pròpia dels anys cinquanta que va crear un estil de vestir singular i influència de la qual va marcar tota la segona meitat de segle. La vestimenta pròpia dels cantants del Rock and Roll va traspasar a la vestimenta de la majoria dels joves, amb Elvis Presley com a representant principal. Les caçadores de cuir, les camises florejadades i adornades i els pantalons ajustats i les sabates en punta i amb mig taló, van ser peces utilitzades pels joves i més endavant passarien també al vestuari femení. Les noies portaven colors cridaners, faldilles amples amb volum, amb "cintura de avispa", sabates

planes amb mitjons i es pentinaven amb una cua de cavall o recollien el seu cabell amb una diadema (Rivière, 2014).

Skinheads: moviment estudiantil d'Anglaterra dels anys seixanta i que va consolidar-se als setanta. Es van diferenciar per portar el cabell tallat al 0 i per la seva roba ombrívola plenes d'adorns provocatius com esvàstiques i caçadores bomber de color negre. Volen marcar així, el seu origen proletari i la seva proposta diferent a la del hipisme i altres moviments juvenils del moment com els punks. La seva evolució exagera paulatinament la violència i una ideologia d'extrema dreta, encara que no sempre (Rivière, 2014).

Unisex: terme que va néixer als anys seixanta per definir una moda, originada a Londres, que podia ser utilitzada tant per homes com per dones i que va definir una tendència juvenil a la equiparació i l'aproximació formal dels sexes. La utilització per part dels joves de robes de colors, camises de flors i la recuperació de les indumentàries antigues i la decidida aposta de les noies pels pantalons, jaquetes i camises que havien estat exclusivament masculines, va suposar una gran ruptura amb el sistema de moda tradicional i va causar un escàndol important a la època (Rivière, 2014).

Vamp: l'estil vamp, abreviatura de vampiresa, és el prototip equivalent a la *feme fatal* que sedueix irreversiblement als homes. Un clàssic de la imatge femenina del segle XX. Les característiques d'aquest estil van evolucionant d'acord amb la moda i amb les diferents actrius que l'encarnen en cada època. Com a base de seducció femenina, en la primera meitat de segle: un joc d'ocultar i mostrar, insinuar més que desvelar a través d'escots i robes amb adorns. La figura principal d'aquest estil va ser Marilyn Monroe (Rivière, 2014).

Yeyé: estil juvenil, titulat d'aquesta manera a França, que va sorgir als primers anys seixanta, immediatament abans de la minifaldilla, adaptant-se a aquesta peça femenina, i que es correspon amb la moda que van liderar els ídols musicals de la època. La denominació prové dels "estribillos" *yeah, yeah* de moltes cançons angleses. L'estil consistia en una faldilla per sobre els genolls, un jersei curt o una brusa ajustada i un pentinat voluminós, molt freqüentment amb una diadema. Encarnava a la perfecció a la cantant Sylvie Vartan. Els nois vestien jerséis de colors escotats en forma de V, pantalons rectes, *blazers* o caçadores, mocassins i cabell curt. Era un estil que adaptava el gust adult a la indumentària juvenil de la forma repolida i artificiosa, esperit del qual va traspasar a certs vestits creats ja en la època de la minifaldilla, per André Courreges (Rivière, 2014).

Una altra classificació que hem de tenir en compte és la realitzada per l'assessora d'imatge Silvia Foz (2014), qui analitza els estils actuals en el seu portal especialitzat en aquest tema:

- Bàsic: peces bàsiques, com jeans amb una camisa blanca o un vestit negre.
- Barroc: estil caracteritzat per la riquesa de materials i la ostentació ornamental. En són exemple les transparències, la pedreria,...
- Biker: aquelles peces que ens recorden a les utilitzades per conduir una moto, com són jaquetes de cuir, coderes, jeans ajustats,...
- Bohemi: moda hippie amb un toc ètnic, que es caracteritzen per utilitzar colors de la terra i peces amb molt de moviment. Faldilles amples i llargues, mocadors,...
- Casual: la característica principal és la comoditat, són peces bàsiques amb un toc informal. És aquell estil que també es coneix com a “urban” i que en l'actualitat es titlla de “streetstyle”, és a dir, l'estil típic de la ciutat, actual, cosmopolita.
- Clàssic: aquelles peces atemporals, que no passen de moda, senzilles però que no es poden considerar bàsiques.
- Fashion: la paraula que en anglès significa moda. Així entenem aquest estil com aquell en el qual s'usen looks que estan de moda.
- Grunge: és un estil d'estètica masculina que va marcar en els anys 90 pels adolescents que estaven descontents amb el món que els rodejava. En són típiques les camises o jaquetes texanes de tall masculí.
- Hipster: una paraula que significa “a la última”, però que en l'actualitat ha agafat un significat en la classificació dels estils. Aquest parla d'aquells que fugen de la norma establerta per la moda del moment. En aquest cas, s'identifiquen pels pantalons ‘pitillos’ arremangats o les ulleres de pasta.
- Minimal: aquest es caracteritza per l'ús de peces amb línies suaus i rectes, colors neutres, amb pocs adorns i talls senzills.
- Oversize: estil que es basa en la utilització de peces amples, com abrics o jerseis XXL o pantalons de tipus boyfriend.
- Retro: aquest s'inspira en les peces i complements del passat, convertint peces actuals amb un toc antic, tal com indica la paraula.
- Vintage: al contrari del retro, no són inspiracions sinó peces i complements de més de 20 anys de vida. (Foz, 2014)

Tal com podem veure, aquesta classificació no encaixa amb allò que ens trobem actualment en un informatiu, ja que els estils que segueix la vestimenta d'aquests, podem trobar-los desglossats en més d'un estil de la classificació general. Per exemple, no veurem a una presentadora amb roba de tipus barroc o "biker". Podríem dir doncs, que es tracta d'una selecció de peces d'unes tipologies concretes d'estils generals, conformant-ne uns de propis.

Aquells estils generals que podem trobar en els informatius són, per exemple, les peces que s'engloben en la tipologia de casual o romàntic, podem concretar-les més seguint la classificació la pàgina web *Nosotras* (Mayol, 2012):

Casual. O antònim de formal. Sorigit gairebé com un moviment alternatiu al vestit i la corbata, aquest estil reivindica la comoditat i la funcionalitat. Els seus estendards? Els texans, les samarretes (de màniga curta sobretot) i els jerseis senzills. Bàsicament, qualsevol peça sense molts adorns i que ens permeti realitzar qualsevol moviment amb facilitat. El seu màxim icona? El creador de Facebook, Marck Zuckerberg. (Mayol, 2012)

Lady. L'estil lady només respon a un valor: la ultra feminitat. Cintures i cuixes marcats, colors suaus, faldilles, collarets joia, colls nadó ... Com pol oposat a l'estil grunge, les noies lady busquen realçar alhora el seu costat més ingenu i sensual, explotant al màxim la seva feminitat. Si voleu aconseguir el look, inspireu-vos en Scarlett Johansson. (Mayol, 2012)

També cal tenir en compte altres tipologies típiques, com l'estil clàssic i chic urbà, que podem reconèixer-los en els informatius. El blog de l'assessora d'imatge Adriana Martín Sauma (2010), els presenta d'aquesta manera:

Clàssic: És el que es vesteix amb aquelles peces que pel seu bon gust, les seves línies netes i poc recarregades estan vigents en totes les modes, èpoques i tendències pel que se'ls denomina "clàssics". Aquest estil és fàcil de portar si saps combinar els accessoris de moda amb les peces clàssiques, ja que et faran veure sofisticada, actual i sobretot molt equilibrada. (Martín, 2010)

Chic urbà: Estil propi de les urbs, caracteritzat per peces de línies netes i còmodes i combinació de textures com el cotó, els jeans, gavadines i fins i tot el cuir. El

calçat sol ser còmode; per aquest, els tennis urbans són la peça més preuada. Per fer-ho lluir més a la moda, combina-ho amb bosses d'alta qualitat i accessoris més sofisticats, creant barreges de textures i materials ultra fashion i l'ideal per convertir-te en la *it girl*. (Martín, 2010)

A partir d'alguns d'aquests haurem d'establir una nova classificació centrada en la tipologia de vestimenta que s'usa en els informatius de televisió, a falta d'uns valors ja concretats i estudiats anteriorment. Així doncs és necessari crear uns valors que classifiquin els tipus de roba que podem veure en un informatiu, havent estudiat els estils de moda generals així com observat aquells que podem veure reflectits en aquests programes de televisió.

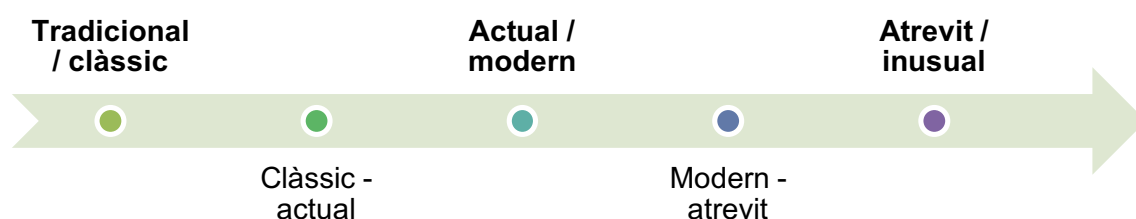
3.2.2 Anàlisi

3.2.2.1 Proposta d'estils

Partint de la base de que per tal d'aconseguir una diferenciació clara, cal establir cinc punts distintius, crearem una escala amb els valors diferenciats de menys a més. Entenent per menys, l'extrem de la tipologia de vestimenta que és més tradicional, aquelles peces clàssiques i senzilles; i entenent per més, l'altre extrem de tipologia més inusual o atrevida, que s'allunya de la formalitat de la tradició en els informatius i s'apropa a l'estil informal que trobem al carrer. A partir dels dos extrems, situem un valor entremig en el punt central, en el qual parlem d'aquelles peces de roba que, tot i que segueixen el camí establert tradicionalment en els informatius, també tenen en compte les tendències de moda del moment. Per poder-ho visualitzar amb més claredat, es pot representar de la següent manera:

Il·lustració 1: Escala prèvia dels estils. Elaboració pròpia, 2017

Cal precisar que utilitzo de base una fletxa per a exposar-ho visualment per tal de



representar el punt del qual es parteix, ja que unes dècades enrere només hi havia la

possibilitat de vestir a les presentadores dels informatius de manera formal, clàssica, elegant,... Amb americana, camiserà i colors que no escapaven del negre, el gris i el blanc. Detalls que veurem en el següent apartat.

A partir dels dos extrems i el punt entremig, trobem els dos punts que es situen entre aquests, per tal de formar una escala més precisa a l'hora de realitzar la classificació. Tal i com es pot veure en la representació visual de l'escala, són aquells tipus de roba que no podem titllar ni d'estil tradicional, ni tampoc del modern: com seria el cas de l'estil clàssic – actual. De la mateixa manera que és necessari afegir un valor entremig de modern/actual i atrevit/inusual, que podem anomenar actual - atrevit.

Dins de cadascun dels termes hi ha aquelles peces de roba, colors o teixits que els defineixen. Per exemple, estem parlant d'americanes, camiseres de botons blanques, peces de màniga llarga i colors bàsics, en l'estil tradicional / clàssic. Així com desglossaríem l'estil actual / modern en vestits, faldilles sobre genoll, peces de màniga curta i l'ús de colors vius. I podem dir que els escots pronunciats, els estampats, les samarretes i els colors 'cridaners', els enllacem a l'estil atrevit / inusual per als informatius. Però són només definicions, que podem determinar com a esborranys de cadascun dels estils esmentats, en un primer estudi de la situació.

Aquesta seria una primera elaboració pròpia de la classificació dels estils de roba en les dones presentadores d'informatius a través de l'anàlisi actual. Però per poder crear una classificació amb més exactitud i realment determinant, és necessària la veu de professionals del sector. Per aquest motiu, he realitzat una entrevista amb profunditat amb l'equip de disseny de vestuari responsable dels informatius del Departament de Vestuari de Televisió de Catalunya: Cristina Casas i Laia Guarné.

Les dues estilistes encarregades d'escollir els *looks* de les presentadores de TV3, van estudiar un grau a l'Escola d'Arts i Tècniques de la Moda. Uns estudis que a la seva època no eren homologats, tot i que en l'actualitat sí. La Cristina Casas explica que només d'acabar els quatre anys que durava el grau, va entrar a la Televisió Pública de Catalunya. Concretament va ser a finals de l'any 1988, és a dir, gairebé vint anys enrere, quan va començar a formar part dels equips d'estilisme de programes variats. Però ara farà deu anys, va passar a encarregar-se de l'estilisme dels informatius, on actualment forma equip amb la Laia Guarné, que s'hi va incorporar dos anys després. Per tant, estem parlant de

dues professionals del sector que han viscut els importants canvis que s'ha vist en la imatge dels informatius de la cadena en els últims anys.

Aquests doncs, són els cinc estils amb els quals em cenyiré per realitzar el treball i resoldre la hipòtesis i els objectius marcats.¹

¹ *Pot escoltar l'entrevista amb profunditat completa al CD adjunt en aquest treball.*

3.2.2.3 Imatges com a referents visuals

A continuació definirem els estils de manera visual amb imatges dels *looks* que representen exemples de cadascun. Amb la guia de les estilistes Cristina Casas i Laia Guarné, aquestes són les marques que poden representar cada estil.

1. Clàssic

En aquest cas podríem dir que és un estil que podem trobar en marques com Purificación García o Armani. Per representar l'estil, podem veure aquests models d'Armani:



Il·lustració 3: Yoox (s.d)



Il·lustració 4: Yoox (s.d)



Il·lustració 5: Yoox (s.d)

Aquests tres conjunts de dues peces representen aquest estil perquè:

- Són trajes de jaqueta
- Són de colors bàsics (negre i gris)
- Les jaquetes són de tall clàssic
- Amb mitges de color carn



Il·lustració 6: Yoox (s.d)



Il·lustració 7: Yoox (s.d)

Per altra banda, cal afegir aquestes dues altres imatges que consten només d'americana que també inclouen les camiseres, per tant:

- Americanes de tall clàssic
- Camiseres de coll
- Colors bàsics (gris, vermell i blanc)

2. Clàssic Renovat

En el cas del clàssic renovat, el podem definir a partir de la marca Adolfo Domínguez:



Il·lustració 8: Adolfo Domínguez (s.d)

- Màniga llarga
- Brusa de línies simples
- Amb ombreres
- Pantalons de traje
- Colors plans



Il·lustració 9: Adolfo Domínguez (s.d)

- Americana modernitzada: de ralles verticals amb un teixit lleuger que resulta una superfície arrugada (seersucker)
- Pantalons de traje de conjunt, mateix teixit i estampat
- Petita variació de color
- Línies simples



Il·lustració 10: Adolfo Domínguez (s.d)



Il·lustració 11: Adolfo Domínguez (s.d)

- Blazer (tall desigual i sense coll)
- Pantalons de traje
- Brusa de màniga francesa
- Sandalies de pell
- Línies simples
- Colors plans

3. Actual

En aquest estil, trobem la marca de Roberto Verino com a exemple en els seus *outfits*:



Il·lustració 12: Roberto Verino (s.d)

- Vestit formal (coll barca)
- Tall per sobre genoll
- Sense mànigues



Il·lustració 13: Roberto Verino (s.d)

- Conjunt de dues peces unicolor
- Brusa sense mànigues
- Pantalons rectes
- Sabates stiletto color nude

- Brusa de màniga curta
- Pantalons rectes
- Utilització de colors vius
- Sabats stiletto



Il·lustració 14: Roberto Verino (s.d)



Il·lustració 15: Roberto Verino (s.d)

4. Tendència

Karen Millen, seria l'ambaixadora d'aquest estil:



Il·lustració 16: Karen Millen (s.d)

- Brusa amb estampat vistós: ralles
- Pantalons palazzo
- Sabates sandàlies
- Utilització de més de dos colors



Il·lustració 17: Karen Millen (s.d)

- Brusa de color viu amb forats amb cordons
- Pantalons cinc butxaques “pitillo”
- Sabates sandàlies
- Utilització de més de dos colors



Il·lustració 18: Karen Millen (s.d)

- Brusa amb cordons a l'escot (gran tendència de la temporada)
- Texans pitillo i arremangats
- Sabates stiletto
- Més de dos colors i un d'ells viu



Il·lustració 19: Karen Millen (s.d)

- Estampat vistós de ralles
- Vestit en forma de trapezi
- Sabates sandàlies
- Sense mitges (es podria deduir per la imatge)

5. Casual

I per últim, la marca que pot representar aquest estil és Mango:



Il·lustració 20: Mango (s.d)

- Vestit estampat
- Tirants prims
- Escot pronunciat
- Colors cridaners
- Barreja de colors



Il·lustració 21: Mango (s.d)

- Samarreta casual
- Minifaldilla
- Color cridaner (platejat)

- Top amb estampat de quadres
- Barreja de colors
- Texans gastats, estripats
- Tallats abans del turmell



Il·lustració 22: Mango (s.d)



Il·lustració 23: Mango (s.d)

- Top de coll rodó sense mànigues
- Texans amb adorn (“tachuelas de color plata”)
- Tallats abans del turmell

3.2.2.4 Definició dels tipus de vestimenta

Tornant a la classificació dels estils de vestimenta en els informatius espanyols, com dèiem, amb l'entrevista amb profunditat realitzada a aquestes dues professionals, he pogut crear una classificació clara i concreta amb cinc estils diferenciats i definits. A continuació desenvoluparé cadascun d'aquests estils, amb els seus respectius noms definitius, tenint en compte la primera aproximació que vaig realitzar anteriorment.

1. Clàssic

Entenem per clàssic l'estil de vestimenta que es pot definir com a tradicional, seriós, simple de línies, és a dir, aquells *outfits* formals i bàsics que no s'escapen de l'americana o la jaqueta. Hem de tenir en compte però, que les americanes han patit grans canvis en els últims anys, amb variacions en la seva forma i en el seu tall, que segueixen les tendències del moment. Podríem dir que és una peça molt variable, per aquest motiu cal concretar que en aquest tipus de vestimenta ens referim a aquelles americanes de tall clàssic: el coll de solapa, els botons (en aquests casos solen ser embotonades), sovint amb ombreres i de línies simples, com a la imatge inclosa. Aquelles americanes amb variacions en aquests aspectes, veurem que les hem posicionat en l'estil següent. Partint de la base de l'americana com a peça clau d'aquest estil, hi ha altres elements que són bàsics: l'ús



Il·lustració 24: Sastreria Hernandez (s.d)



Il·lustració 25: Catalogo de Moda (s.d)

únicament de colors bàsics, que són el blanc, el negre, el gris i el vermell; les bruses o camiseres, els “trajes jaqueta”, les mitges de color carn, les sabates de saló amb taló baix i les camiseres o bruses sense escot. Un altre fet a destacar és que sempre s'utilitza màniga llarga, un fet que ve precedit per l'ús d'americanes o jaquetes.

Aquesta imatge mostra el què és un “traje jaqueta”, aquest conjunt d'americana i faldilla fins al genoll.

L'ús de mitges de color carn i sabates de saló, escollides per mostrar la doble peça en aquesta imatge, ens poden ajudar a construir la imatge que volem plasmar com a principal *look* per l'estil clàssic.

2. Clàssic renovat

Com dèiem anteriorment, aquest seria l'estil que situem entre un extrem, el clàssic, i el punt entremig de l'escala d'estils. Així doncs, hi trobarem peces de l'estil clàssic que són més properes a la roba de la moda actual. Per exemple, com esmentàvem, les americanes encara estaran presents, però amb diferències puntuals que l'apropen a les tendències actuals. Aquestes variacions poden donar un nom diferent a la peça: *blazer*. Mentre que les americanes tenen el tall recte, butxaques amb solapa i solapa al coll, els *blazers* sol variar la tipologia del coll, les butxaques són sense solapa i es confeccionen amb tot tipus de teixits (Hola, 2014).



Il·lustració 26: Pinterest (s.d)

Aquesta última és una peça més informal que l'americana i acostuma a variar amb les tendències. Tot i així, és difícil diferenciar-les perquè la confecció d'ambdues és molt similar. A més a més, en aquest cas, no és una peça imprescindible en el conjunt de la



Il·lustració 27:
Ropa Moda Mujer (s.d)

presentadora, com en el cas anterior. En aquest estil podem dir que es comença a treure importància a l'ús de l'americana com a sinònim de professionalitat. Però les peces que s'utilitzen en el seu lloc, segueixen la línia simple d'aquesta peça, per exemple, són habituals les bruses amb ombreres d'un sol color i de línies simples (amb línies simples ens referim a aquella peça sense variacions en el seu patró). Cal destacar però, que la màniga llarga tampoc és un element clau, ja que en aquest és més habitual la màniga francesa (de tres quarts, fins al colze).

Un altre element que trobem en aquest estil és l'ús de pantalons, ja que en l'apartat anterior era bàsica la faldilla. Uns pantalons però que cal puntualitzar que són de 'traje', amples, mai "skinny" o "pitillo", és a dir, arrapats a tota la cama. Així, segons Cristina Casas i Laia Guarné, és el tipus de pantalons que ens trobem en aquest estil, aquells que van ser els primers en incorporar-se als conjunts de vestimenta de



Il·lustració 28: Blog de la Diva (s.d)

les presentadores. Tot i això, aquí es segueix donant protagonisme a la faldilla, encara sota genoll com a l'estil clàssic. Així com les sabates, que serien de saló però amb un tacó més pronunciat o també sandàlies de pell amb taló fi, totes però d'un sol color.

Pel que fa als colors, destacar que aquí trobem més possibilitats, s'obra el ventall dels colors bàsics de l'estil clàssic, però no es pot concretar l'ús d'uns determinats. Sí que podem dir que s'opta per colors plans, és a dir, un color uniforme, sense variacions o degradats; o bé amb una variació simple usant un altre color de contrast. És a dir, ens podem trobar amb peces homogènies i de peces amb un color predominant però amb alguna variació simple en algun detall, com a l'espatlla o a les coderes, per exemple.

3. Actual

Aquest és l'estil que segueix la moda del moment però des de la base de la vestimenta clàssica. En aquest estil podem observar diferències destacables en: l'aparició de vestits, de faldilles per sobre el genoll (habituals les faldilles llapis), els estampats (comuns els de formes geomètriques) i les mitges fosques. Un element que cal recalcar són els vestits, ja que és una peça exclosa dels dos estils explicats anteriorment. Però vestit és un mot molt genèric, ja que de vestits n'hi poden haver de moltes tipologies. En aquesta classificació, els vestits que col·loquem són aquells que en la seva



Il·lustració 29: S-Media Caché (s.d)

pròpia classificació col·locaríem a la categoria de formals: línies simples, d'un color o dos amb petita variació, amb un escot de tipus coll rodó, barca, pic, camiser, quadrat, serien els més comuns, però no són escots pronunciats i habitualment el teixit és de punt roma. En aquests casos, el tall del vestit no és mai fins als peus, sempre fins als genolls o per sobre.

També cal destacar que es fa un pas més en la llargada de les mànigues, ja que en aquest estil és comú l'ús de la màniga curta, impensable a cap època de l'any en els altres dos estils. Fins i tot en alguns casos podem trobar peces sense mànigues de tires amples, cosa impensable en l'estil clàssic. Entre aquestes, cal tenir en compte les bruses de llenceria, una peça que s'ha portat molt aquesta temporada fins al punt d'arribar als vestuaris de les presentadores.

Pel què fa als pantalons, aquest estil són comuns els colors foscos i de tall recte, que ja no són únicament dels clàssics de “traje”. Però també cal esmentar els conjunts d’una sola peça, coneguts popularment com “monos”, que han tornat a estar molt presents en les col·leccions dels últims anys.



Il·lustració 20:
Ofertalandia (s.d)

Les sabates, en aquest cas, també són les que segueixen més les tendències actuals: els stiletto. Aquest tipus de sabates van néixer a Itàlia, de la mà de Roger Vivier i Christian Dior en la seva col·lecció



Il·lustració 41:
Lovely Whole Sale
(s.d)

junts. Va ser al 1952 que van crear aquest tipus de sabata de taló, “stiletto” que significa daga o punyal, fent referència al seu taló allargat i fi (Diario Femenino, 2011). Actualment és molt habitual trobar-les de color “nude” (color de la pell) com a la fotografia del vestit vermell anterior (Il·lustració 29).

I si parlem dels colors, en aquest cas es té una varietat molt més àmplia que en els altres dos estils. Diríem que és la combinació de dos colors, que són de to viu, però sobretot, que són els de la temporada i/o que està de moda.

4. Tendència

Aquest és l’estil en el qual hi trobem totes aquelles peces que segueixen les tendències del moment, deixant de banda molt més aquells traçats simples, formals i uniformes que trobàvem al principi de la classificació. Així que parlem de peces amb detalls de la moda actual, que s’acosten més a allò que podem veure al carrer que a la línia clàssica que



Il·lustració 32:
Ofertalandia (s.d)

comentàvem abans. Per tant, cal determinar les tendències d’aquest moment: les bruses i tops de la temporada tendeixen a mostrar l’espatlla i l’esquena; i predominen els estampats de ralles, “lunares”, cordons, asimetries, forats, volants, llaçades, transparències i mànigues amples en les bruses. Són detalls que s’han incorporat en les bruses i samarretes de les col·leccions d’aquest any, i que col·locaríem en aquest apartat.

Unes altres tendències són els pantalons palazzo i els vestits amb forma de trapezi. Els pantalons palazzo són aquells que tenen un tall recte i tan ample que poden semblar una faldilla. A vegades es confonen amb els pantalons campana, però la diferència és que els

palazzo són amples des de la cintura fins al taló (Mujer De Elite, s.d). També estan de moda vestits acabats en forma de trapezi s'anomenen aquells que són més acampanats, seguint la forma geomètrica del seu nom. No ens podem oblidar dels tipus de teles, que també són un dels punts clau de les temporades. En aquest moment podem dir que ho serien el cuir i la pell de vellut.



Il·lustració 43:
Bridgat (s.d)

Però aquí també incloem peces que tenen un toc més informal i que tornen totes les temporades: els pantalons texans i els pantalons cinc butxaques de tall “pitillo”. Per pantalons cinc butxaques entenem aquells que no utilitzen la tela texana però que tenen la mateixa forma que aquests pantalons. I pel què fa als pantalons texans, jeans, és una tendència d'aquestes últimes temporades portar-lo arremangat.

I també cal esmentar altres elements importants com la combinació de colors, ja que en aquest estil parlem de més de dos colors en el *look*. Un tret característic d'aquest estil seria la tendència d'utilitzar unes sabates d'un color viu que contrasta amb les altres peces del conjunt. I per últim, seguint amb la distinció del tipus de mitges que hem seguit en els altres estils, en aquest cas, parlem de no portar-les. És a dir, la costum de portar vestits o faldilles sense mitges a sota, habitual al carrer, la situem en aquest estil.

5. Casual (street style)

Aquest últim estil de la classificació, podem dir que és l'extrem totalment contrari al primer, el clàssic. Aquest estil el conformen totes aquelles peces que veiem al carrer sense donar-hi importància, però que en un informatiu sorprenden per l'atreviment estètic que comporten. És a dir, estem parlant de peces com: les minifaldilles, els texans gastats (esparracats, adornats, tallats sense els baixos,...), vestits amb estampats estridents o botines i botes fins al genoll. També podem afegir els escots pronunciats, els tops de tirant prim o de coll rodó sense mànigues, els leggings (malles elàstiques, habitualment de cotó, que s'arrapen fins al turmell). És habitual en els texans trobar-los tallats abans del turmell, una moda que ha tornat aquesta temporada.



Il·lustració 44: Ali
Express (s.d)



Il·lustració 45: Ella Hoy (s.d)

A partir d'aquí també trobem altres peces que mostren un alt grau d'informalitat que destacarien menys per a l'espectador, precisament perquè són peces de la seva vestimenta diària. Com per exemple serien les samarretes, deixant de banda les bruses o les camiseres. Les samarretes que podem definir com a casuais, pròpiament dit, són les peces superiors informals de màniga curta que s'utilitzen per al dia a dia al carrer, però que no es veuen tant en els platós d'informatius. Un altre element serien els pantalons de tipus "skinny", aquells que tenen similitud en la forma dels leggings, ja que s'agafen a tota la cama. I en vestits, podem dir que aquí hi trobem aquells que són de cotó i/o amb grans estampats, com de quadros grossos.

Pel què fa als colors aquest estil es caracteritza per unes combinacions més atrevides, amb colors cridaners i barreges estridents. Un bon exemple seria la roba que presenta la marca catalana Desigual, per les seves variacions de colors, teles i textures en una mateixa peça.

I per últim, aquest seria l'estil en el qual trobem tots aquells complements de bijuteria que s'evita en les altres ocasions. El tema de les joies és delicat per les estilistes dels informatius, ja que tal com em van explicar la Cristina Casas i la Laia Guarné, les peces com els collars o les polseres són una distracció per a l'espectador que es vol evitar. Per aquesta raó, en la majoria d'ocasions s'eviten aquests complements en les presentadores d'informatius. Però en aquest estil definit, parlem de l'aproximació amb la roba més del carrer, per tant, aquí situem aquests elements tant habituals en l'"street style".

3.3 Dones presentadores d'informatius

Els inicis dels informatius de televisió a Espanya es remunten al 15 de setembre de 1957, quan es va emetre per primera vegada el “Telediario” a Televisió Espanyola. Durant els últims nou anys s’havien estat realitzant proves de transmissions des d’un xalet a Madrid, un projecte que va arrencar amb precarietat. Dues màquines d’escriure, un teletip i dos telèfons eren l’equip tècnic del qual disposava la redacció (Carazo & Marcos, s.d.).

Una situació que va durar fins a finals de l’any 1956, quan el cap de redacció i un dels primers presentadors de la cadena, David Cubedo, va impulsar la creació del primer noticiari. Després de celebrar el seu primer any de naixement, gràcies als beneficis de la publicitat i l’expansió del televisió (ja es veia en 30.000 establiments a Madrid); va permetre el creixement de la cadena. Allò que s’havia iniciat com una televisió local, avança ràpidament com a mitjà de cobertura nacional. Un segon centre de producció de la televisió es crea a Barcelona, amb els estudis de Miramar, i la senyal s’expandeix a les dues Castilles, València, les Illes Balears, Bilbao i Santander (Carazo & Marcos, s.d.).

Va ser a l’any 1964 quan es van crear els estudis Prado del Rey, amb el plató més gran d’Europa. Allí es van traslladar els altres programes, mentre que la redacció dels informatius va fer-ho tres anys després. Així es va millorar l’equip tècnic i es va iniciar amb la programació de tres edicions del “Telediario” (Carazo & Marcos, s.d.).

Les primeres cares dels primers informatius de Televisió Espanyola eren professionals que provenien del món de la ràdio. Els primers presentadors coneguts de la cadena van ser Jesús Álvarez, Matías Prats i Blanca Álvarez (Carazo & Marcos, s.d.).

Blanca Álvarez va ser la primera dona que va presentar l’informatiu de Televisió Espanyola. Va conduir el programa durant l’any 1967 i el 1969, acompanyada d’una taula de vidre, unes cortines de fons i el logotip de la cadena, l’únic decorat d’aquella època (Carazo & Marcos, s.d.). Una periodista que va començar com a presentadora però que només va ser un primer pas per després



II·lustració 46: Laboratorio RTVE, s.d

passar a treballar en alts càrrecs darrere les càmeres. Va ser cap de Secretaria Tècnica d’Emissions de TVE, va dirigir el programa econòmic *Nivel de Vida* (1968) i va esdevenir

cap de Programes Infants de Televisió Espanyola (1970-1974), en una de les èpoques de més auge d'aquest sector amb *Érase una vez* o *Barrio Sésamo* (El País, 2000).

Després d'aquesta, la van precedir una desena d'homes com a presentadors del programa informatiu de Televisió Espanyola. No va ser fins al 1974 que es va tornar a veure el rostre d'una dona presentant l'edició. En aquest cas estem parlant de Rosa María Mateo (Carazo & Marcos, s.d.).

Rosa María Mateo va arribar a la primera cadena de RTVE a l'any 1966, però per presentar altres programes d'actualitat com "Informe Semanal", "La segunda cadena informa" o "Buenas tardes". Abans però, havia iniciat la seva trajectòria professional en el món de la ràdio a l'any 1963 com a locutora de RNE. Quan va passar a ser la conductora del Telediario, va aconseguir tal prestigi periodístic que va seguir en el mateix espai durant 20 anys. Cal mencionar que després d'aquestes dues dècades a l'equip de la televisió pública, va canviar a la cadena privada Antena 3. Allí també va ocupar la posició principal dels informatius, on va romandre durant una dècada. Una llarga trajectòria doncs, que ha estat reconeguda amb tot un seguit de premis i reconeixements per la seva tasca periodística, com el Premi TP de Or a la millor presentadora, entre d'altres. Encara ara es considera a Rosa María Mateo com una de les presentadores amb més prestigi de la professió (Biografías, s.d).



Il·lustració 47: Frente a la tele, 1985

Després d'aquests dos noms tan rellevants, perquè van introduir la figura de la dona presentadora en el nou mitjà de comunicació, van procedir altres professionals destacables com: Ana Rosa Quintana (1982-1983), Ángeles Caso (1984-1986), María San Juan (1988-1989) o Ana Blanco (1990-actualitat) (Carazo & Marcos, s.d.). Però la presència de la dona presentadora va ser sempre molt inferior a la de l'home en els inicis dels telenotícies, un fet que ha canviat en els últims anys, segons l'últim informe del Projecte de Monitoratge Global de Mitjans (GMMP).

A l'informe GMMP de l'any 2000 es senyala que "durant els anys seixanta i setanta, era un fet estrany veure una dona presentant un telenotícies, però avui són una lleugera majoria en els presentadors de televisió" (GMMP, 2000). En aquest any, es destacava que la participació de la dona presentadora va aconseguir el 56% respecte l'home (GMMP,

2000). Però aquest tant per cent representa la mitjana global, les xifres específiques dels continents mostren que Europa no superava aquesta majoria a l'any 2000. En aquell moment les xifres del continent europeu mostraven que es seguia per sota dels presentadors homes: les dones presentadores obtenien el 45%. Tot i així, es veia un augment respecte l'informe de l'edició anterior, del 1995 (el primer), que es situava en el 43% (GMMP, 2000). Aquests passos endavant d'Europa van acabar retrocedint al 2010, però s'han superat en l'últim any analitzat, com podem veure especificat en la següent taula:

Tabla 38. Presentadoras por región 2000-2015

	2000	2005	2010	2015	Δ 15 años
África	48%	54%	39%	50%	▲ 2%
América del Norte	55%	60%	36%	35%	▼ 20%
América Latina	29%	31%	36%	44%	▲ 15%
Asia	53%	61%	49%	58%	▲ 5%
El Caribe	43%	41%	32%	46%	▲ 3%
Europa	45%	49%	46%	47%	▲ 2%
Oriente Medio	60%	47%	48%	57%	▼ 3%
Región Pacífico	54%	55%	32%	52%	▼ 2%
GENERAL	49%	53%	49%	49%	■ 0%

Il·lustració 48: Informe GMMP, 2015

Les dades del conjunt del continent europeu mostren que en les dues últimes dècades encara era major el nombre d'homes presentadors, però les xifres van variar quan es van començar a concretar per països.

En l'edició de 2010, es va començar a diferenciar aquesta informació, així que a partir de llavors podem veure les dades d'Espanya. En aquell moment, les dones presentadores en els telenotícies espanyols igualaven la mitjana europea, ja que les dues estaven per sota de la majoria amb un 46% (GMMP, 2010). Un fet però, que va canviar en l'estudi del 2015, quan les dades espanyoles van superar la mitja del continent i la majoria masculina amb un 55% (GMMP, 2015).

Així doncs, en aquests últims cinc anys hem viscut un creixement considerable que encamina a la dona cap a la majoria en la presentació dels informatius. En els pròxims anys es podrà comprovar si aquesta tendència es confirma o bé es torna a patir un descens, com ja va passar el 2010.

Els platós d'informatius de les televisions espanyoles cada vegada estan ocupats per més dones presentadores, tal com dèiem en l'apartat anterior. En l'actualitat hi ha un gran nombre de rostres femenins que destaquen en aquest àmbit periodístic, però volem parlar dels que estan més ben valorats professionalment. Per realitzar-ho, utilitzem de referència els Premis Iris, els premis anuals de l'Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión de España, que des del 1998 atorga un reconeixement als millors programes i professionals de diversos àmbits de la televisió espanyola. Les professionals que han guanyat el premi “Millor comunicador/a d'un programa informatiu” són les següents: Ana Blanco (5 vegades: 2000, 2004, 2005, 2010, 2012), Olga Viza (2002), Pepa Bueno (2009) i Ana Pastor (2011) (Academia TV, s.d). De totes aquestes però, la única presentadora que segueix davant de les càmeres en un informatiu televisiu és Ana Blanco.

Ana Blanco (Bilbao, 1961) va començar en el periodisme com a col·laboradora dels programa Los 40 Principales de la Cadena SER a Bilbao. Va estar treballant a Radio 16 a finals dels anys vuitanta, fins que es va incorporar a Televisión Española el setembre de



Il·lustració 49:
Ana Blanco.
Diario de Navarra,
2013

1990. La presentadora va debutar com a conductora dels informatius del cap de setmana de la televisió pública. Durant els anys següents ha continuat presentant a la mateixa cadena, tot i que variant en les edicions del programa. Des de 2015 presenta en solitari en l'edició del vespre de La 1. Aquests 25 anys de trajectòria professional ha estat reconeguda per altres premis, com Antena de Oro (1999), Premio TP de Oro (2007 i 2008) a la millor presentadora d'informatius o Premio Ondas (2015) Nacional de Televisión a la millor presentadora (Veiga, 2015).

També cal mencionar altres noms reconeguts en els Premis Iris dels últims anys, que han estat a la llista de nominats, tot i que no han acabat guanyant: Mamen Mendizábal al 2012, Lourdes Maldonado al 2012 també (Formula TV, 2012), Helena Resano al 2014 i 2015 (Con Talento TV, 2014 i Academia TV, 2015) i María Casado al 2016 (Fotogramas, 2016). D'aquestes, també només una continua presentant un informatiu: Helena Resano.

Helena Resano (Navarra, 1974) va començar la seva carrera a la ràdio, concretament a Cadena Ser Navarra. Després de passar per RNE va fer el salt a la televisió, començant per Telecinco i arribant a Televisión Española poc després. Actualment presenta La Sexta Notícia del migdia. En els últims anys, a més de ser nominada en els Premis Iris, ha estat guardonada amb el premi Antena de Oro (2009) (Minuto a minuto, 2017) .



Il·lustració 50: Helena Resano. Teleprograma, Diez Minutos, 2016

Tot i que no han estat premiades per l'Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión de España, cal mencionar altres noms destacats que a dia d'avui dirigeixen els informatius dels mitjans espanyols:

Mónica Carrillo (Elche, 1976) va iniciar la seva trajectòria en l'Agència EFE com a locutora de ràdio. A l'any 2000 va començar a la televisió a TVE com a col·laboradora, després com a redactora i quatre anys més tard com a presentadora del matinal. Al 2006 va fitxar per la cadena Antena 3, on va passar a ser la presentadora dels informatius. Des de llavors, ha presentat diverses de les edicions del programa, però des de 2014 comparteix plató amb Matías Prats en les notícies del cap de setmana. Els dos professionals van guanyar un Premio TP de Oro al 2009 al “millor informatiu diari” (Lecturalia. 2017).



Il·lustració 51: Mónica Carrillo. Feria del Libro Sevilla, 2014

María Rey (Vigo, 1967) també va començar a la ràdio, concretament a la cadena local madrilenya de la Cadena SER. Televisión Española la contracta pels informatius del centre territorial de Madrid, però poc després canvia al departament televisiu de l'Agència



Il·lustració 52: María Rey, El Mundo, 2016

EFE. Al 1992 va ser contractada per Antena 3, on va treballar de presentadora fins quatre anys més tard. Llavors va passar a ser la corresponsal del Parlament d'Antena 3 Notícies, però aquest passat setembre de 2016 va tornar al plató dels informatius per presentar les notícies del migdia. Durant la seva època com a corresponsal va rebre el Premi Luis Carandell de periodisme parlamentari (Biografias, s.d).

Pel què fa a les professionals a la Televisió de Catalunya, actualment formen part de l'equip de presentadors dels informatius de TV3 Agnès Marquès i Ariadna Oltra. Tot i que aquestes no han obtingut un reconeixement equiparable a les anteriors, són dos rostres que han estat presents al canal durant els últims anys. Per tant, sí que són reconegudes professionalment pels espectadors de la cadena, que recordem que obté els millors resultats d'audiència.

Agnès Marquès (Palma, 1979) va començar a treballar a diversos programes de ràdio mentre estudiava a COM Ràdio i després a Catalunya Ràdio. De redactora a presentadora, va acabar presentant l'informatiu de Ràdio 4. Al 2006 va entrar a la Televisió de Catalunya, primer com a presentadora dels informatius del 3/24, on només va romandre durant una temporada ja que va fer el salt als informatius de TV3. A partir de llavors, va ser la presentadora del Telenotícies cap de setmana juntament amb Joan Carles Peris, primer, i després amb Ramón Pellicer, amb qui encara comparteix plató (Wikipedia, s.d).



Il·lustració 53: Agnès Marquès. Movies Pics, s.d.

Ariadna Oltra (Barcelona, 1979) va treballar a Localia, Ona Catalana i Canal SET abans d'arribar, ara fa 9 anys a Televisió de Catalunya. Allà va començar presentant el programa Els matins durant els mesos d'estiu, repetint els dos anys següents, 2009 i 2010. A l'any següent va començar en els informatius de TV3 durant la baixa per maternitat de Raquel Sans, però va tornar al programa matinal amb l'altra presentadora, Helena García Melero. Aquesta etapa va durar tres anys, del 2011

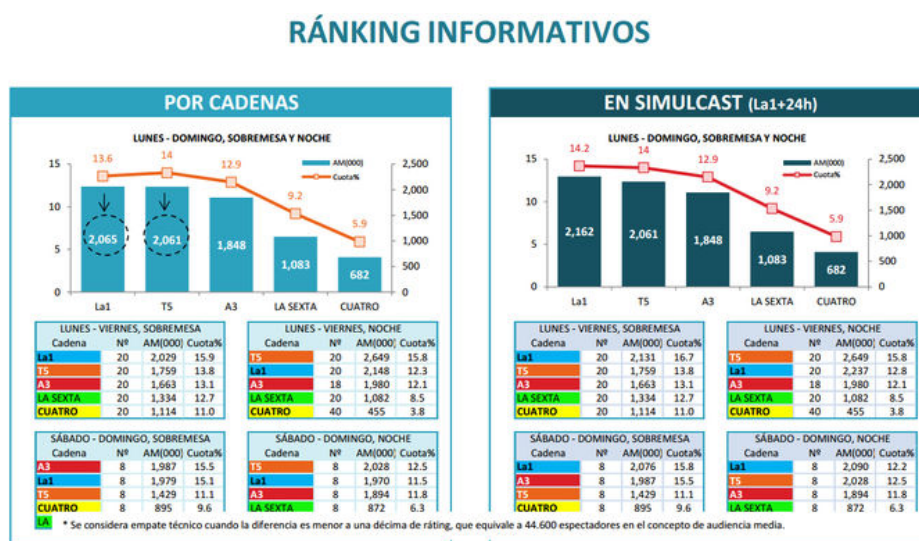


Il·lustració 54: Ariadna Oltra. Ecoteuve, s.d.

fins al 2013, fins que va passar a conduir el programa .CAT. Després d'una temporada en aquest programa d'actualitat, al 2015 va ser una de les presentadores que va protagonitzar la rotació de conductors en els programes de la cadena. A partir de llavors, ha estat presentant el Telenotícies Migdia, juntament amb Carles Prats (Wikipedia, s.d).

3.3.1 Definició de la mostra d'estudi

Per realitzar la següent part d'aquest treball volem centrar-nos en els tres informatius que encapçalen les audiències. En primer lloc, parlarem dels més vistos a Catalunya per setè any consecutiu: els Telenotícies de Televisió de Catalunya. I en segon lloc, inclourem els dos informatius més vistos a nivell nacional: Televisión Española RTVE i Telecinco. Aquestes dues edicions, segueixen en l'ajustada lluita pel primer lloc de la classificació, que en aquests moments la mitjana líder pertany a la cadena privada, tal com mostren les dades del febrer (Barlovento Comunicación, 2017):



Il·lustració 55: Rànking informatius febrer 2017, Informe Barlovento Comunicación, 2017

Això sí, si tenim en compte el Simulcast, es pot considerar un empat tècnic entre les dues capdavanteres de la classificació, però que situa en el primer lloc la televisió pública. Aquesta va ser líder en el mes anterior, el gener de 2017, que va aconseguir superar els Informativos Telecinco. Tot i així, cal destacar que aquesta posició varia segons les edicions de cadascun, ja que en els migdies del cap de setmana, tal com podem veure, Antena 3 s'emporta el primer lloc.

Per tant, analitzarem el vestuari de les presentadores d'aquestes tres televisions espanyoles, segons els cinc que hem establert i definit en l'apartat anterior. Així que veurem la imatge d'una cadena privada nacional i dues cadenes públiques, una a nivell nacional i l'altra d'una comunitat autònoma.

L'anàlisi dels *looks* de les presentadores s'ha realitzat des del dia 1 fins al 31 del mes de març de 2017. Durant tot el mes s'han recollit les imatges de totes les presentadores de

totes edicions d'informatius de cadascuna de les tres cadenes. A partir dels punts establerts dels cinc estils, s'han anat destriant un per un quin era l'estil de cada cadena.²

Després de realitzar aquesta tasca, presentarem els estils de cadascuna de les cadenes analitzades a partir d'exemples visuals així com unes conclusions prèvies sobre els determinats estils.

3.3.2.2 Anàlisi

3.3.2.2.3 Conclusions prèvies: estils segons cadena

Televisió de Catalunya

En l'anàlisi de l'estil dels informatius d'aquesta cadena hem de tenir unes consideracions prèvies: actualment només hi ha dues presentadores a l'equip, Agnès Marqués i Ariadna Oltra. Però la primera no apareix en les imatges de l'anàlisi a causa de la seva baixa per maternitat. Així que les captures són només de la segona presentadora, que dirigeix el Telenotícies Migdia, i de la incorporació, Esther Ortega, que es va realitzar a final de mes per substituir Agnès Marqués als caps de setmana. Per tant, aquesta situació ha causat que es veïes disminuïda l'aparició de presentadores als informatius, així que en total només es reuneixen 25 estilismes diferents de les presentadores durant tot el mes de març.

Una altra consideració que cal tenir present, és que en aquest cas, a diferència dels altres dos informatius analitzats, es recorre amb freqüència als plans americans i plans generals per realitzar les explicacions davant de les pantalles del plató. És a dir, que en cada informatiu hem trobat algun moment en el qual la presentadora no oculta el seu *look* complert darrere de la taula. Fet que influeix l'exactitud de l'anàlisi de totes les peces de roba que utilitza per determinar a quin estil de la classificació pertany.

Tenint aquests dos aspectes en compte, podríem dir que la vestimenta de les presentadores d'aquests informatius, observada durant l'estudi, principalment està formada per: americana, tops de llenceria, pantalons texans o cinc butxaques arremangats i vestits formals, acompanyats sempre de sabates tipus stiletto. És a dir, que trobem peces d'estils diferents en un mateix conjunt. Caldrà especificar-ho amb exemples de les imatges que s'han analitzat.

² *L'anàlisi complert es troba al final del treball a l'apartat d'annexos.*

Hem pogut comprovar, que tal com havien explicat les caps d'estilisme dels informatius en l'entrevista amb profunditat, els vestits s'han convertit en una peça molt freqüent a TV3. Aquests vestits considerem que són de tipus formal, ja que els seus trets coincideixen amb la nostra definició. A més a més, veiem les característiques d'un estil concret quan analitzem les peces de l'estilisme sencer: tall per sobre del genoll, mitges negres i sabates stiletto en la primera imatge; i màniga curta, ús d'un color viu i sabates stiletto nudes, en la segona.



Il·lustració 56:
Elaboració pròpia,
2017



Il·lustració 57:
Elaboració pròpia,
2017

Per tant, en aquests casos, quan s'usen els vestits, podem determinar segons la classificació establerta, pertanyen a l'estil actual. Tot i així, com comentàvem, veiem variacions en l'altre tipus d'estilisme que predomina en aquests informatius. Aquests casos són conjunts formats per una americana, una brusa (moltes vegades de llenceria), acompanyats de texans o pantalons cinc butxaques, que solen estar arremangats. Aquests en serien alguns exemples:



Il·lustració 58:
Elaboració pròpia,
2017



Il·lustració 59:
Elaboració pròpia,
2017



Il·lustració 60:
Elaboració pròpia,
2017

Així doncs, en aquests casos veiem com es combinen americanes i blazers, peces de l'estil clàssic renovat; amb bruses, pantalons foscos i/o de tall recte, tops llencers amb stiletto, de l'estil actual; i pantalons texans o cinc butxaques, que associem a l'estil tendència. És a dir, que en aquests casos ens és impossible determinar quin dels tres estils que es toquen, és el que domina el conjunt.

Tot i així, la majoria de les peces que veiem en aquests estilismes les enllacem amb l'estil actual: tots els vestits, totes les sabates, la majoria de les bruses i alguns tipus dels pantalons. Així que, tot i que en algunes ocasions es mantenen les americanes i s'han introduït els texans, creiem que hauríem de situar-lo en aquest estil.

Televisió Espanyola

En el cas de RTVE, hem observat diversos punts curiosos durant l'anàlisi que s'han de tenir en compte per la valoració dels conjunts. En primer lloc, cal esmentar que en aquest cas, l'equip de presentadors dels informatius està format per més dones que a l'anterior: Alba Ibáñez, Pilar García, Ana Blanco i Raquel Martínez. És a dir, que en totes les edicions dels informatius hi ha una dona que el presenta. Aquest fet ha comportat que l'anàlisi d'aquest informatiu sigui més extens, amb un total de 78 estilismes analitzats.

Per contra, però, veiem que a diferència de TV3, en aquest informatiu sempre es manté a la presentadora asseguda darrere de la taula. En cap dels programes estudiats s'ha trobat una conductora mostrant tot el seu *look* complert dempeus a càmera. Aquest fet dificulta doncs, l'anàlisi del conjunt per determinar l'estil.

Tot i així, podem determinar que en aquest informatiu es varia l'estil de la vestimenta de cada presentadora segons la seva edat i l'edició que presenta. Així es plasma en les imatges recollides durant l'estudi, algunes de les quals afegim a continuació.



Il·lustració 63:
Elaboració pròpia, 2017



Il·lustració 62: Elaboració
pròpia, 2017



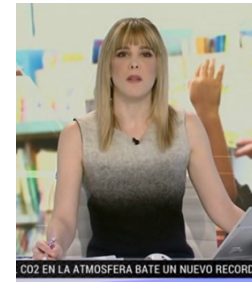
Il·lustració 63:
Elaboració pròpia, 2017



Il·lustració 64: Elaboració
pròpia, 2017

En la primera imatge podem veure Alba Ibáñez, presentadora del matinal, que acostuma a portar les peces més modernes, que encaixarien en l'estil actual i algunes vegades

tendència. En la majoria de casos usa bruses com la de la imatge, amb combinacions de colors, normalment un que destaca per ser més estrident, com el blau en aquest cas, i combinacions també de teixits, molt sovint són peces amb parts de cuir, com a l'espatlla. Poques vegades veiem a la presentadora portar màniga llarga o colors plans en les seves bruses, així com gairebé mai utilitza americanes o jaquetes.



Il·lustració 65:
Elaboració pròpia,
2017

En la segona imatge veiem a Pilar García, la presentadora de l'edició del migdia, qui acostuma a situar-se en l'estil clàssic renovat. És així perquè els seus conjunts acostumen a ser bruses de mànigues tres quarts o màniga llarga, de colors plans i línies simples, i en cas de vestir una peça a sobre, són sempre blazers o jaquetes modernitzades.



Il·lustració 65:
Elaboració pròpia,
2017

Raquel Martínez és el rostre de la tercera imatge i de l'edició del Telediario de Fin de Semana. En la captura podem veure quin és el seu estil habitual, que situaríem amb un



Il·lustració 66:
Elaboració pròpia, 2017

punt superior de formalitat que la presentadora anterior. Aquesta tendeix a portar sempre una peça de màniga llarga per sobre de la brusa, que acostuma a ser una americana clàssica, tot i així cal puntualitzar que no segueix els colors d'aquest estil. És a dir, majoritàriament utilitza aquesta peça però les tonalitats sorgeixen dels paràmetres establerts, és a dir, dels colors bàsics.

I per últim, Ana Blanco, que presenta l'edició de les nou del vespre de l'informatiu. Hem pogut comprovar que han sigut molt poques, les ocasions en les quals la veterana ha estat davant de càmera sense vestir una americana clàssica. A diferència de l'últim cas, aquesta majoritàriament vesteix amb els colors bàsics, tot i que algunes vegades dóna un toc de color al seu conjunt amb un to pastel. Els conjunts que vesteix aquesta professional els podem classificar en l'estil clàssic.



Il·lustració 67:
Elaboració pròpia,
2017

Per tant, es palpa que es té en compte l'edat en l'elecció dels estilismes, en el cas d'Ana Blanco, i l'edició que presenten, com podem veure en els altres casos, ja que cadascuna té un perfil de tipus de vestimenta diferent. Així que no podem dir que existeix un estil concret per als informatius de la cadena, però si haguéssim de situar-lo en la classificació diríem que per la mitjana dels estils de cada presentadora, podríem establir-lo entre clàssic i clàssic renovat.

Telecinco

En aquest tercer i últim anàlisi, hem analitzat els *looks* que han vestit les tres presentadores que formen part de l'equip dels Informativos Telecinco: Alba Lago, del matinal; Isabel Jiménez, del migdia; i Ángeles Blanco del cap de setmana. Durant el mes de l'estudi, s'han capturat un total de 53 imatges amb els estils de les presentadores.

Com en cas de TVE, Telecinco tampoc mostra les presentadores de cap a peus, així que no s'ha pogut analitzar el conjunt complet. Tot i això, en aquest cas el format moltes vegades ens deixa veure si es tracta d'un vestit o no, ja que es veu gairebé fins a la cintura de la professional.

També mereix menció el fet de la distinció de la vestimenta per edats i edicions. En aquest cas, es segueix la línia de TV3, és a dir, hi ha uns paràmetres estilístics per a totes les presentadores i les franges horàries dels informatius.

En l'estil d'aquests informatius el que volem destacar abans de res, és que no s'ha usat en cap dels programes analitzats una americana, jaqueta o blazer. Un fet que el distingeix clarament de les dues altres cadenes i que ja marca el camí cap al seu estil en la classificació.

En aquest cas trobem, així com a la televisió catalana, un predomini dels vestits. Tal com podem veure en les següents imatges, es poden considerar vestits formals per les línies simples, els colors plans i els colls poc escotats. Tot i així, en ocasions, hi ha detalls que fan que s'apropi a l'estil de tendència, com en el cas del forat a l'escot de l'última imatge.



Il·lustració 68: Elaboració pròpia, 2017



Il·lustració 69: Elaboració pròpia, 2017



Il·lustració 70: Elaboració pròpia, 2017

Tot i que en moltes ocasions veiem vestits i bruses de tires amples, podem veure que en les imatges recollides també trobem màniga curta, màniga francesa i màniga llarga. Encara que en comparació amb els altres dos estils, en aquest sorgeixen moltes més vegades les tires amples.

També mereix menció la freqüència amb la qual s'usa l'estampat de ratlles horitzontals, un tret característic de l'estil tendència, així com una gran varietat de colors, la majoria vius. Fins i tot, està present en més d'un conjunt, el color groc, que no hem vist en els altres.



**Il·lustració 71:
Elaboració pròpia,
2017**



**Il·lustració 72:
Elaboració pròpia,
2017**



**Il·lustració 73:
Elaboració pròpia,
2017**

I per últim, podríem afegir que en aquest cas s'inclouen *looks* que s'acosten més a l'estil del carrer, cosa que no veiem en els altres casos. Ens referim per exemple, als estilismes de les imatges següents, en els quals veiem peces més esportives que es distancien dels altres estils.



**Il·lustració 74:
Elaboració pròpia,
2017**



**Il·lustració 75:
Elaboració pròpia,
2017**



**Il·lustració 76:
Elaboració pròpia,
2017**

Per tant, en aquest estil es pot apreciar una aproximació més cap als estils que segueixen més la moda actual, però també tenint en compte les últimes tendències i en algunes ocasions, les peces més casuals. Així doncs, tenint en compte la majoria de les imatges recollides, podríem dir que l'estilisme dels informatius de Telecinco estan situats entre l'estil actual i el tendència.

3.4 Definició del concepte credibilitat professional

Així com en els tipus de vestimenta, cal aportar una definició del què es considera la credibilitat del periodista com a tal, per tal de poder resoldre adequadament la hipòtesi del treball. Per aquest motiu, és important aportar les bases establertes pels estudis que s'han realitzat prèviament per definir aquest concepte, que no han sigut pocs.

3.4.1 Estudi conceptual

Hem de tenir en compte que hi ha diferents definicions segons la dimensió del concepte que estem parlant, entenent la credibilitat institucional, com a empresa, o la credibilitat comunicativa, aquella que pertany a cadascun dels professionals. Així que aquella que ens interessa en aquest treball és la segona, ja que estem parlant de la credibilitat de la dona presentadora d'informatius. En aquest apartat aportarem les definicions d'aquells estudis que han estat més rellevants al llarg de les últimes dècades.

Un dels estudis de referència sobre la credibilitat és el d'Armand Balsebre, qui defineix la credibilitat com "la confiança que un diposita en l'altre, a partir de la qual precedim a un acte de fe: creem en allò que ens diu l'altre, creiem en la seva paraula" (Balsebre 1999, p. 299). A partir d'aquí, l'autor distingeix la credibilitat en l'àmbit institucional de la credibilitat en l'àmbit comunicatiu, ja que tal com dèiem, cal fer una diferenciació de les dues dimensions de les quals pot parlar el concepte. Per parlar de la credibilitat en quant a la institució, Balsebre (1994) la defineix de la següent manera:

La credibilitat institucional és la que gaudeixen les noves empreses multimediàtiques en el context de la nova indústria de la informació: la imatge corporativa d'un mitjà, per si mateixa, com a determinant d'una major o menor credibilitat, en funció de les peculiaritats institucionals que distingeixin a aquest mitjà dels altres i de la capacitat dels públics de reconèixer-se en aquest per la projecció social que hagi aconseguit. (Balsebre 1994, p. 22-23)

Així doncs parlem d'aquella imatge que projecta el mitjà, tenint en compte però, que tot i la distinció, la figura del presentador està dins d'aquesta primera consideració del concepte credibilitat, ja que el presentador es considera l'agent protagonista del procés de comunicació.

Altres investigacions de teòrics com Flanagin i Metzger (2010), concreten que en la ciència de la comunicació es pot definir com el grau o nivell de precisió i exactitud d'una

informació, determinant que es tracta d'una variable objectiva. Aquests també afegeixen altres autors com Hovland, Janis i Kelley, qui van definir la credibilitat amb la percepció del consumidor de quatre elements bàsics: veracitat, confiança, bona voluntat i també la seva experiència (Flanagin & Metzger 2003). Centrant-nos doncs en la credibilitat en els mitjans de comunicació, hem de tenir en compte la definició de Metzger: "La credibilitat del mitjà de comunicació es refereix a l'efecte que les seves característiques concretes tenen sobre la credibilitat dels seus missatges, i igualment a la carència d'un interès particular a la hora de transmetre la informació." (Flanagin & Metzger 2003, p. 293).

Un dels primers estudis realitzats sobre la credibilitat en els mitjans de comunicació de masses és el de Gaziano i McGrath que data del 1986. En el qual també podem trobar una proposta d'aquelles variables amb les quals es pot mesurar la credibilitat d'un mitjà:

- Percepció del receptor sobre la imparcialitat del mitjà
- Quantificació de les notícies de fets negatius
- La manera de tractar determinats grups socials
- La plasmació del món en la informació
- La figura de defensor del poble en relació als poderosos (govern, institucions,...)
- Els mitjans de comunicació en comparació amb altres institucions
- Els diferents tipus de receptors de la informació segons el grau de crítica en la seva mirada als mitjans (Gaziano & McGrath, 1986, p. 295)

Aquest és un plantejament teòric que més endavant va defensar en el seu estudi l'autor Armand Balsebre, citat anteriorment.

Deixant de banda aquesta primera dimensió doncs, el mateix autor determina que és necessària la puntualització del concepte credibilitat basada en la figura individual de l'agent comunicador (Balsebre, 1994). Aquest realitza la definició determinant del concepte de la credibilitat en la dimensió comunicativa, la del professional:

La credibilitat es sosté en els diferents nivells de rigor periodístic i eficàcia comunicativa que sàpiguen traduir els professionals del mitjà en el procés de producció de notícies: exactitud dels fets que es narren, exposició clara i concisa de les dades en el relat, bon tractament de les fonts d'informació, correcta disposició jeràrquica de les notícies més importants respecte a les menys

importants, animació (*performance*) en la presentació de les notícies, etc. (Balsebre 1994, p. 28).

A partir d'aquí, molts estudis enumeren aquells aspectes que determinen la credibilitat del presentador. Els més rellevants són els tres que afegim a continuació.

Per a Miriam J. Metzger i Andrew J. Flanagin en el seu estudi *Credibility for the 21st Century: Integrating Perspectives on Source, Message, and Media Credibility in the Contemporary Media Environment* de 2003, aquests són els factors que segons el seu estudi influeixen en la credibilitat que es transmet al públic (Flanagin & Metzger 2003, p. 302):

- Experiència
- Objectivitat
- Dinamisme
- Absència de posicionaments
- Integritat i exactitud
- Fiabilitat i reputació

En el llibre “Broadcast Journalism: techniques of radio & TV news (Media Manuals)” que publicava Andrew Boyd al 1997, tenim una altra enumeració rellevant en la qual es determinen els factors per a la credibilitat del presentador d'informatius (Boyd, 1997):

- Autoritat
- Calidesa/ proximitat
- Personalitat
- Professionalisme
- Bona veu
- Bona presència

I per últim, en el treball ja citat d'Alejandro Salgado Losada, Doctor de Presentació en Televisió, Projectes Audiovisuals i Comunicació Interpersonal, estableix deu qualitats constitutives de la credibilitat del presentador, que les defineix de “naturalesa diferent” (Salgado, 2007 p. 156). Per una banda, les que són “inherents a la condició de professional

de la informació en la televisió”: professionalitat, imparcialitat, personalitat, experiència i autoritat; i per altra banda, qualitats que es determinen en la “disposició i actitud del comunicador davant de les càmeres”: concentració i tranquil·litat; i finalment, “altres qualitats més centrades, exclusivament, en els aspectes formals de l’acte comunicatiu en la televisió”: claredat, bona imatge i bona veu (Salgado, 2007 p. 156). Per tant, aquests serien els factors per aquest autor:

- Professionalitat
- Imparcialitat
- Personalitat
- Experiència
- Autoritat
- Concentració
- Tranquil·litat
- Claredat
- Bona imatge
- Bona veu

Així doncs, després de veure les diferents propostes en aquesta revisió teòrica del concepte de credibilitat, en aquest treball seran establerts els esmentats en la última instància. És a dir, seguirem la proposta que va realitzar Alejandro Salgado en el seu treball. A continuació precisarem la definició dels conceptes exposats en la seva teoria.

- Professionalitat

L’autor defineix aquest terme de la següent manera: “el periodista afirma la seva professionalitat, en funció de la capacitat que tingui per assegurar col·lectivament la seva autoritat i control sobre el producte periodístic, la actuació professional i el desenvolupament de les metes i objectius del seu treball”. Per tant, estem parlant de realitzar les rutines professionals del periodista adequadament. (Salgado, 2007 p. 157).

- Imparcialitat

En aquest cas utilitza les paraules de HeHills per definir-ho, qui explica que no és suficient amb que “les notícies estiguin redactades amb una precisió, objectiva i imparcial impecables; l’espectador ha de creure la objectivitat, imparcialitat i autoritat dels informadors”. Aquí s’entra en el debat de la impossibilitat de ser objectiu, discussió que resol amb Brajnovic i Desantes senyalant que “en la comunicació de fets, la veritat existeix si es produeix adequació entre el coneixement i l’objecte”, com seria el cas de la informació dels telenotícies. Per tant, es tracta d’explicar la informació, havent comprovat la veracitat dels fets, i desenvolupar-la de la manera més precisa i pròxima a la realitat (Salgado, 2007 p. 158).

- Personalitat

En l’acte de comunicació dels presentadors d’informatius, intervé especialment l’actitud que adquireixen aquests durant la narració dels fets. Es tracta de “buscar la proximitat psicològica amb l’audiència, ja que l’espectador buscarà un referent identificador de qui li informa”. Salgado utilitza les paraules de Briñol, De la Corte y Becerra, que defineixen la personalitat en un comunicador amb: “sinceritat, similitud i familiaritat”. Un factor que segons aquest autor, determinarà si el professional és un bon “*newsreader*” (Salgado, 2007 p. 160).

- Experiència

Aquest seria un altre factor que defineix la credibilitat ja que “el reconeixement professional queda marcat per la trajectòria professional”. Fet que associa a l’acreditació que rep un periodista després d’anys en la professió, amb èxits comunicatius (alts punts d’audiència) i en l’habilitat adquirida per la interiorització de les rutines productives (Salgado, 2007 p. 161).

- Autoritat

Salgado utilitza una cita del DRAE per definir aquest concepte: “crèdit i fe que, pel seu mèrit i fama, es dóna a una persona o cosa en una determinada matèria”. És a dir, no estem parlant d’una actitud de superioritat davant la càmera ni de la contundència en la veu o gestos del professional; sinó en el fet de mantenir aquell professional en les edicions dels telenotícies del canal per la seva figura professional. Per tant, es tracta del respecte que es guanya el presentador amb els

anys en el món de la comunicació i també en l'audiència, fet que es veu plasmat amb la fidelitat del públic (Salgado, 2007 p. 163).

- Concentració

En moltes ocasions l'escaleta planificada del programa és variada durant l'emissió en directe, així que el presentador ha d'estar totalment focalitzat en la seva feina. Tal com explica Salgado, aquesta qualitat està “a mig camí entre la improvisació i la versatilitat, la seguretat i el domini del directe es mostren quan sorgeixen esdeveniments imprevistos” (Salgado, 2007 p. 165).

- Tranquil·litat

En el text Salgado defineix la tranquil·litat com “una qualitat que apel·la a la serenitat que el professional ha de reflectir davant les càmeres i es tradueix, igualment, com signe de seguretat”. És a dir, que el presentador ha de mostrar serenitat i controlar els nervis. Així doncs, com també passa amb la concentració, el grau de tranquil·litat es transmet mitjançant la comunicació no verbal. (Salgado, 2007 p. 166).

- Claredat

El concepte de claredat està associat a l'exposició del llenguatge i la elaboració del discurs, segons Salgado. Per tant, aquest factor el divideix en dos paràmetres diferents: per una banda, “la claredat en la elaboració dels textos” i per l'altra, “la claredat en la seva exposició”. Tot i això, aquesta segona part que engloba el concepte, la reconstrueix en un altre factor que definirem més endavant: la bona veu. Així, doncs, tornant a la claredat en el text, l'enllaça a “la credibilitat, la concisió i la brevetat dels seus textos”, ja que segons l'autor el llenguatge televisiu ha de ser precís i concís. (Salgado, 2007 p. 167).

- Bona imatge

En aquest text, per definir bona imatge s'han de tenir en compte un conjunt de característiques físiques del presentador. Salgado entén que aquest engloba “altres aspectes relatius a la comunicació no verbal dels comunicadors: estilisme, maquillatge, pentinat i accessoris dels presentadors”. Elements que influeixen en

la credibilitat perquè, per l'autor, l'aspecte físic és una qualitat més que pot alterar la nostra percepció global sobre una persona (Salgado, 2007 p. 169).

- Bona veu

Salgado utilitza la definició realitzada per Emma Roderó: “la veu periodística es aquella que posseeix unes mínimes condicions d'audibilitat i agradabilitat a l'oïda”. És a dir, estem parlant de fonogenia, ja que les veus greus són més agradables a l'oïda que les agudes, tal com s'apunta en el text. Però més enllà del to, Balsebre concreta que també és important l'exposició, ja que el professional ha de transformar l'acte mecànic de llegir, en un acte de “comunicar un missatge informatiu”. (Salgado, 2007 p. 170).

Per tant, aquests factors són aquells que establim com a constitutius del concepte credibilitat professional en un presentador d'informatiu. Però el present treball es centra en la dona presentadora, i tal com hem pogut veure, en cap de les teories acadèmiques revisades, s'esmenta que hi hagi diferències segons el gènere del professional. Fet que posem en dubte en aquest treball, així com s'ha afirmat en els documents que presentem a continuació.

3.4.2 La credibilitat de la dona presentadora

Després de revisar els factors establerts anteriorment amb altres textos, podem veure que hi ha tres conceptes en els quals podem detectar variacions pel fet de ser dona: l'autoritat, l'experiència i la bona imatge. Però no només això, aquestes desigualtats de gènere sembla que envolten constantment el concepte de credibilitat professional en el periodisme: “La dona mai ho ha tingut fàcil i tot i que s'ha avançat molt, ha hagut de treballar el doble per adquirir credibilitat. Després d'això, s'ha d'insistir per mantenir-la. Es penalitzen més els errors.” (Womenalia, 2017).

Aquestes són declaracions de Noemí de Miguel, periodista esportiva que va començar el seu camí professional fa una dècada a la Radio Nacional Espanyola i que en els últims

anys ha estat presentadora del programa “El día del fútbol” de Canal + (ara Movistar +). En una entrevista realitzada el passat mes de març en el portal Womenalia, la professional parla de les desigualtats de gènere que percep en el sector, esmentant concretament del concepte credibilitat, com en la cita anterior, i altres factors que hem tractat: “Es jutja físicament de forma desigual a el i la periodista.” (Womenalia, 2017).

Unes paraules clares que provenen d’una professional d’aquest món i que plasmen com es viu des de dins aquest tema. En aquesta mateixa entrevista, De Miguel arriba a afirmar que han existit obstacles al llarg de la seva trajectòria professional pel fet de ser dona. (Womenalia, 2017).

Aquesta mateixa professional, Noemí de Miguel, va participar en una de les 11 d’entrevistes que va realitzar la Cadena SER en motiu del Dia Internacional de la Dona de l’any 2015. L’objectiu principal d’aquestes entrevistes era parlar del paper de la dona en el món de la televisió i en la societat espanyola amb 11 presentadores de les principals cadenes del moment.

En aquesta altra entrevista Noemí de Miguel torna a afirmar que en la llista per ser un bon professional, “el físic apareix abans en la dona que en l’home” (Redondo, 2015). Un fet que també remarca una altra de les entrevistades, Mariló Montero:

Quan es fa una selecció de col·laboradors o presentadors sí que succeeix que entre qui té el poder d’elecció es jutja més el físic de les dones que el dels homes. [...] En les dones prima el ‘que quedi bé a càmera’, quan a un home no es sol exigir aquesta premissa. (Redondo, 2015).

La reconeguda presentadora dels matins de Televisió Espanyola també afirma que encara existeixen les anomenades “dones florero” (Redondo, 2015) en la pantalla. És a dir, figures femenines que estan davant de càmera només pel seu atractiu físic, la seva principal funció i aportació al programa. Fent referència al mateix tema, Sandra Barneda, presentadora de diversos programes de Telecinco, concreta que la dona en la televisió és “per sobre de tot, primer objecte de desig que professional” (Redondo, 2015). Un element que pensa que està a l’inconscient del públic, és a dir, de la societat espanyola en general.

Un altre element que sorgeix en les respostes d’aquest grup d’entrevistes és el factor de l’experiència de les professionals. És el cas de la presentadora de “La Tarde en 24 horas”

de RTVE, Ana Belén Roy, qui creu que en certs programes entén que hi hagi un cànon de bellesa, però que en el cas dels informatius:

En els serveis informatius, per exemple, seria un gran error, perquè s'ha de buscar la credibilitat. Per a mi, les televisions anglosaxones són un exemple: allà veus a un presentador de notícies i no penses en la bellesa, sinó en la veterania.

En el tema de la dona, crec que la discriminació es fa més per l'edat que per la bellesa. Una dona no pot envellir davant d'una pantalla. A Espanya, l'edat és un handicap molt gran per a la dona per estar davant d'una càmera, caduquem de seguida. En canvi un home no, a ell sí que se li prima la veterania. (Redondo, 2015).

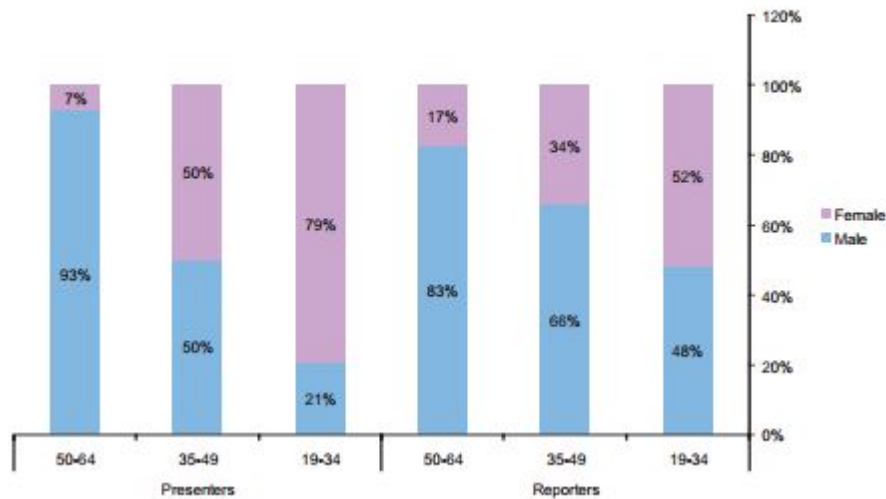
Seguint aquest aspecte, també s'ha de tenir en compte des de l'altra perspectiva. La presentadora dels informatius de Telecinco, Isabel Jiménez, reivindica els prejudicis als quals s'han d'enfrontar les presentadores joves i atractives: “Estem sotmeses a un constant examen absurd. Sembla que el ser dona i jove i ocupar un determinat lloc a la televisió, dóna dret a qüestionar per què estàs allà.” (Redondo, 2015).

Segons la professional dels informatius, és comprensible en un mitjà com la televisió sigui fonamental la imatge, però aquest element no sempre va lligat a “la capacitat de comunicar amb credibilitat” (Redondo, 2015).

També hem de tenir en compte les dades estadístiques que ens presenta el Projecte de Monitoratge Global dels Mitjans (GMMP), informe de l'organisme de promoció i defensa de la comunicació WACC, que conta amb el recolzament de la ONU. Les enquestes, que són realitzades des del 1995 i que es repeteixen cada cinc anys, són la principal iniciativa mundial d'investigació de les desigualtats de gènere als mitjans de comunicació. Entre les dades de les últimes edicions, volem rescatar l'apartat en el qual es desenvolupa la diferència d'edat entre els presentadors i les presentadores dels informatius.

En el següent gràfic, extret de l'informe de l'any 2005, podem veure quina era aquesta distinció de la qual parlem. A la part esquerra, es presenten de manera visual les dades que pertanyen als presentadors, motiu d'aquest treball, mentre que a la dreta també s'inclouen les edats dels reporters.

41. Age of television presenters and reporters



Il·lustració 77: Edat dels presentadors i reporters de la televisió. GMMP 2005.

Focalitzant-nos en la part que ens interessa, la del costat esquerre, aquestes dades són molt significatives. Mentre que el 93% de les persones que presenten els informatius amb més de 50 anys són homes, el 79% de les que ho fan amb una edat compresa entre 19 i 34 anys són dones (GMMP, 2005). Per tant, es confirmava aquesta desigualtat de gènere en l'edat dels presentadors a nivell global.

Aquestes xifres mundials, segons l'informe, s'han tornat a analitzar en l'últim estudi de GMMP realitzat al 2015. En les conclusions presentades per aquest, es recalca que les dades plasmen una “significativa sobrerrepresentació de dones joves com a presentadores, una severa subrepresentació de dones en el grup de 50-64 anys d'edat (29%) i desapareixen totalment quan arriben als 65 anys d'edat” (GMMP, 2015). És a dir, en l'informe del 2015 es determina que el 71% de les presentadores té una edat inferior a 50 anys.

En aquesta ocasió, també es poden distingir les dades segons els països, fet que incrementa les xifres en els dos casos: el 100% de les dones presentadores de la televisió espanyola analitzades estan en la franja d'edat de 35 a 49 anys; en canvi, en el cas dels homes, el 97% té entre 50 i 64 anys (GMMP, 2015).

Per tant, són xifres que confirmen que existeix desigualtat en el factor de l'experiència de les dones presentadors i els homes presentadors, de manera clara a nivell global però sobretot a nivell nacional.

Aquest tema també es va tractar en el treball *La comunicació no verbal com element clar en la projecció de la identitat femenina de les presentadores actuals d'informatius* inclòs en el primer Congrés Internacional de Comunicació i Gènere del març de 2012 a Sevilla. Aquest estudi realitzat pels dos docents del departament de periodisme de la Universitat de Sevilla, María de los Reyes Domínguez i Jose Teodoro Del Pozo, analitza la comunicació no verbal dels nous formats d'informatius que estan sorgint a la televisió espanyola, per determinar si aquests projecten de la mateixa manera els presentadors i les presentadores. És a dir, quina és la projecció de la identitat femenina de les presentadores dels informatius espanyols en comparació amb la dels presentadors.

Després de l'anàlisi, una de les conclusions que extreuen del seu estudi, fa referència a la distinció en l'edat i la imatge dels presentadors:

Mentre l'edat dels homes és més flexible, així com l'aspecte físic, en el cas de les dones, i apart d'excepcions molt concretes, la gran majoria de les presentadores dels informatius espanyols de les cadenes generalistes espanyoles responen al patró d'un retrat robot que segueix el cànon de bellesa occidental, dona guapa i atractiva físicament, que s'ubica entre els 30 i 40 anys d'edat. (Domínguez & Del Pozo, 2012 p. 838)

Confirmant doncs, la tendència que ha anat sorgint durant els últims anys, tal com esmentàvem anteriorment. Afegeix també, que no es qüestiona la professionalitat de les professionals que són joves i atractives, però que és evident que no trobem el mateix en els presentadors (Domínguez & Del Pozo, 2012).

En aquest mateix estudi també s'identifica desigualtat en l'estilisme entre els professionals:

També la vestimenta és més cridanera en el cas de les dones i quan estan dempeus, solen mostrar unes cames estilitzades, als talons i faldilla, realçant la seva feminitat. El perfil dels homes, en canvi, es molt més flexible, obert i pocs són els que criden l'atenció per un atractiu destacat o una vestimenta concreta. (Domínguez & Del Pozo, 2012 p. 838)

Insistent en l'estilisme de les presentadores, fa una distinció entre el *look* que s'escull entre aquestes, que associa a l'edat. Per una banda, determina que les presentadores més grans són les que responen a uns patrons més clàssics, utilitzant d'exemple les

presentadores Ana Blanco o María Escario. I per altra banda, associa l'estilisme amb un toc més modern i més pròxim a la informalitat, amb escots i dissenys atrevits, a les presentadores de la cadena La Sexta: Mamen Mendizabal, Helena Resano o Cristina Villanueva (Domínguez & Del Pozo, 2012).

Després de presentar les diferències observades, senyala que són proves de la desigualtat de gènere en l'aspecte físic dels presentadors d'informatius i puntualitza que:

Considerem que aquesta tendència i aquesta projecció de la identitat femenina no és necessària i es posiciona en contra del que veritablement exigeix una feina periodística. Tot i que a la televisió es prima la imatge, els models exhibeixen els seus encants i roba de disseny en passarel·les o desfilades, no en els serveis informatius, dels quals el principal referent és la qualitat. (Domínguez & Del Pozo, 2012 p. 838).

Finalment, per concloure amb aquest tema, proposa una pregunta que qüestiona quin es el factor més rellevant per un professional en l'actualitat periodística: “el perfil de presentadores d'informatius actuals prima per sobre de la pròpia essència periodística?” (Domínguez & Del Pozo, 2012 p. 838). Per tant indica que a dia d'avui, el factor de l'aspecte físic en les dones es té més en compte que d'altres, que són els propis de la tasca d'un periodista. Un fet, cal subratllar, que només succeeix en cas que siguis dona.

Aquestes afirmacions també fan referència al factor de l'autoritat, molt lligat a l'experiència del professional, ja que com hem desenvolupat abans, el concepte es refereix al respecte que es guanya el presentador o la presentadora pel públic i el món de la comunicació amb el temps. Aquesta figura de referència que s'estableix en els informatius de cada cadena però, cada vegada queda més rellevada a l'home. És a dir, utilitzar la parella de presentadors amb un periodista veterà acompanyat d'una periodista jova i atractiva.

Aquesta és una tendència segons alguns mitjans s'ha importat d'Estats Units. La formula és la següent: mantenir un presentador veterà al costat d'una presentadora jove, aconseguint “l'experiència en ell i l'atracció en ella” (Mariño & Monclús 2009). Una tendència que s'analitza en *La creació de la marca a través dels serveis informatius*, un

estudi de Miguel Vicente Mariño i Belén Monclús, presentat al II Congrés Internacional de Teoria i Tècnica dels Mitjans Audiovisuals. Aquí és on s'afirma que:

La distribució actual de la funció de conducció en les televisions generalistes ens retorna a una realitat marcada tan per l'eix del gènere com per l'eix de l'edat. [...] La joventut és un valor a l'alça molt superior entre les presentadores que entre els conductors; la veterania, en canvi, prima amb major incidència entre ells que entre elles (Vicente & Monclús 2009 p. 210).

Més endavant senyala el paper dominant d'aquesta fórmula, ja que gairebé en totes les cadenes s'utilitza. Posa com a excepció el cas de La Sexta, canal que ha optat totalment per presentadores joves creant "un estil periodístic molt més informal i amb una major càrrega crítica en termes ideològics" (Vicente & Monclús 2009 p. 210). Però parla d'aquest tema com una "inqüestionable realitat", de la qual només queden exclosos casos puntuals com: Ana Blanco, professional de TVE, que continua als 56 anys presentant el Telediario després de 27 anys; i la joventut de Javier Ruiz, que va presentar els informatius de la cadena Cuatro durant quatre anys (fins al 2010).



Il·lustració 78: Jungle Key s.d



Il·lustració 79: Sincroguia, 2013

Per comprovar aquest fet, incloem aquest breu anàlisi de les parelles de conductors dels informatius espanyols de l'actualitat.

Televisió Espanyola: Raquel Martínez (38 anys) i Pedro Carreño (52 anys)



Il·lustració 89: El periódico, 2015

Aquesta és la parella que condueix els informatius de Televisió Espanyola des del 2014. En l'actualitat, s'encarreguen dels programes de cap de setmana, tan del migdia com del vespre. Tenint en compte les edats dels presentadors, podem dir que segueixen la tendència. Però en

aquest cas, quan es va formar aquesta parella professional va ser motiu de crítiques a les xarxes socials del públic i altres periodistes (La Vanguardia, 2014). Abans de la incorporació de Pedro Carreño el paper de presentador el realitzava Oriol Nolis (38), un fet destacable per l'edat del periodista, ja que igualava a la presentadora que



Il·lustració 90: Formula tv, 2014



Il·lustració 91: Teleprograma, Diez minutos 2014

l'acompanyava. Cal destacar també, que en l'edició matinal de dilluns a divendres està dirigit per una parella de periodistes joves: Diego Losada (30) i Ana Ibáñez (36), que formaven equip al Canal 24h.

Un canvi que també es va produir en l'onada de relleus de la temporada 2014 amb la nova direcció. Aquests van substituir a la parella formada per Ana Belén Roy (40) i Jesús Amor (45), que dirigia el matinal des del 2012 (El Periódico, 2015).

Per tant, podem dir que les parelles de professionals en els informatius dels últims anys de la Televisió Espanyola, per una banda han confirmat la tendència, però per una altra, han variat amb l'aposta per una parella jova.

Televisió de Catalunya: Ramon Pellicer (57) i Agnès Marqués (37)



Il·lustració 92: I Guide, 2017

Tot i que hi ha hagut diverses variacions en els últims anys, podem comprovar que la tendència de TV3 també és seguir les pautes esmentades (I Guide, 2017). Aquesta parella és l'encarregada de presentar els informatius del cap de setmana (migdia i nit) en l'actualitat. Tot i això, cal tenir

en compte que abans d'aquesta, també es seguia aquesta tendència en les duples anteriors. Les dues formacions més conegudes: Ramon Pellicer i Raquel Sans (43), així com Agnès Marquès amb Joan Carles Peris (56). Dos professionals que en els últims canvis del 2014, van ser traspassats a corresponsals internacionals.



Il·lustració 92: Ara.cat, 2012



Il·lustració 93: Ara.cat, 2014

Tot i que es segueix aquesta línia en els perfils a la hora d'escollir les duples de conductors dels informatius d'aquesta cadena, en el cas dels telenotícies migdia dels dies laborables no és així. Actualment trobem la parella formada per Ariadna Oltra (38) i Carles Prats (42), edats dels quals escurcen distància.

Per tant, com en el cas de Televisión Espanyola, veiem la tendència que hem esmentat anteriorment, reflectida en les parelles que presenten els TN Cap de Setmana, però que es diferencia en el programa del migdia.



Il·lustració 93: Elaboració pròpia, 2017

Telecinco: David Cantero (56) i Isabel Jiménez (35)



Il·lustració 94: Ocio Ine, 2017

Aquesta és la parella més duradora de la cadena, que va ser creada a l'any 2011 (Ocio Line, 2015). Cantero i Jiménez, dirigeixen l'edició dels informatius del migdia de Telecinco. Cal mencionar que abans de la incorporació de la periodista, la parella del veterà conductor era Marta Fernández (43). Aquesta va passar a presentar el programa matinal de la cadena Cuatro, quan es va fitxar a l'actual rostre.



Il·lustració 95: Teleprograma, Diez Minutos, 2017

Una altra parella que actualment està al cap davant d'una edició d'aquest canal és la formada per Alba Lago (32) i Roberto Fernández (51). Un duet per al matinal, que s'ha creat aquesta temporada amb la incorporació de la presentadora, substituint Ane Ibarzabal (35). El presentador, en canvi, ha complert sis anys en els informatius de la cadena.



Il·lustració 96: Telecinco, 2017

I per últim, trobem la formació dels caps de setmana: José Ribagorda (56 anys) i Ángeles Blanco (44). Una altra parella formada aquesta temporada amb el canvi de la periodista Carme Chaparro (44) relegada al canal Cuatro. Un canvi que va trencar aquesta parella, encarregada de l'edició des de feia 12 anys enrere (Telecinco, 2017).



Il·lustració 97: Telecinco, 2017



Il·lustració 98: Telecinco, 2017

Per tant, Telecinco és la cadena que suma més duets de presentadors en les seves edicions actualment. Cal destacar que en aquest cas, a diferència dels anteriors, tots els presentadors superen de llarg l'edat de les presentadores.

Antena 3: Mónica Carrillo (40) i Matías Prats (66)

Aquesta parella televisiva va aparèixer la temporada 2008-2009, però no va ser fins a partir del 2012 que es va consolidar fins a dia d'avui. Primer va ser en l'edició del migdia i després, a partir del 2014, en les notícies del cap de setmana (20 Minutos, 2016).



Il·lustració 99: 20 Minutos, 2016

Des de que el reconegut presentador d'informatius va fitxar per la cadena privada a l'any 1998, ha estat una figura imprescindible. Matías Prats va conduir en solitari 11 anys l'edició dels informatius del migdia, però també ha estat acompanyat per dues presentadores rellevants més: Susana Griso (47) en dos períodes, quan aquesta tenia 29

anys (3 temporades, des del 1998) i als 35 anys (temporada 2004-2005); i Olga Viza (58) als 42 anys (2 temporades, des del 2001) (Wikipedia, s.d.).



Il·lustració 100: Formula TV, 2015



Il·lustració 101: Aves Nocturnas, 2010

Cal destacar que, en les últimes temporades, aquesta cadena està apostant per les parelles de presentadores en dues de les seves edicions: des del 2012 amb Esther Vaquero (35) i María José Sáez (33) en l'edició matinal; i amb Sandra Golpe (42) i María Rey (50), com a novetat de la temporada en les notícies del migdia (Ocio News, 2016).



Il·lustració 102: Antena 3, 2016



Il·lustració 103: Ocio News, 2016

Per tant, tal com podem veure, en els últims anys, Antena 3 també està apostant per formar parella de conductors amb un professional amb tanta experiència com és Matías Prats, després de la seva trajectòria a Televisión Espanyola. Tot i així, s'ha de tenir en compte també, aquesta nova fórmula que està adoptant de la presentació a mans de dos duets de presentadores.

Cuatro: Roberto Arce (52) i Marta Reyero (52)

Els dos professionals de la comunicació són les cares de les notícies del canal del cap de setmana. Aquesta és la única parella que actualment dirigeix una de les edicions del programa. Es va formar l'any 2014, amb l'arribada del periodista a la cadena. Aquest va substituir el presentador que des de 2006 (any d'inici de l'edició) acompanyava a Marta Reyero: Miguel Ángel Oliver



Il·lustració 104: TP, Diez Minutos, 2015.

(53). Aquest va passar a presentar en solitari l'edició dels vespres, Noticias Cuatro 2 (Wikipedia, s.d).

La Sexta:



Il·lustració 105: Ella Hoy, s.d.

El cas d'aquesta cadena és diferent a tots els altres, ja que des dels inicis dels informatius, al setembre de 2006, es va configurar un equip únicament de presentadores. Actualment es realitzen tres edicions amb: Helena Resano (43) al migdia, Cristina Saavedra (42) als vespres i Cristina Villanueva (41) al cap de setmana (Wikipedia, s.d).

Per tant, és la única cadena que no usa dos professionals per a la presentació dels informatius, sinó que dirigeix en solitari una presentadora en totes les edicions, un fet destacable.

Després d'aquest anàlisi, podem determinar que en la majoria dels canals espanyols s'aposta per les parelles de presentadors amb un professional veterà i una professional més jove. També podem senyalar que els presentadors es mantenen amb molta més freqüència que les presentadores, que són víctimes de més relleus. Tot i així, cal destacar una nova tendència d'aquesta dècada: parelles de dues presentadores.

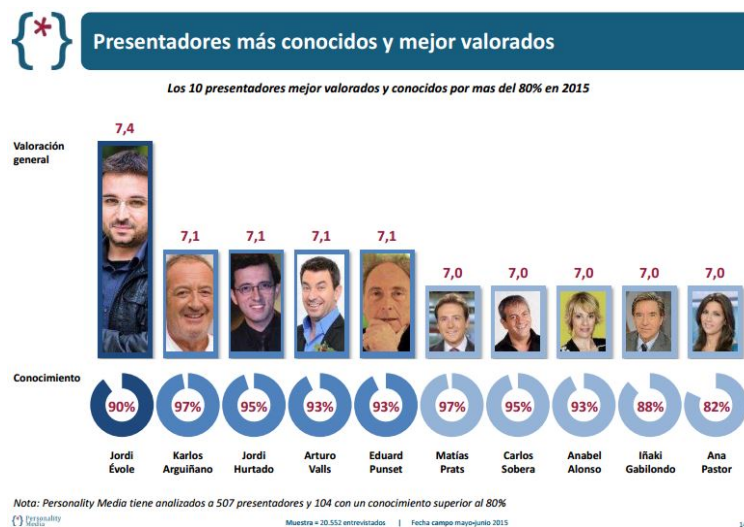
Per últim, vull incloure la valoració de l'opinió pública dels presentadors dels informatius. En el treball citat anteriorment de Miguel Vicente i Belén Monclús es cita l'enquesta de l'empresa IG Investiga sobre els periodistes amb més credibilitat d'Espanya (Vicente & Monclús 2009 p. 210). Aquest informe, que va ser publicat l'any 2008, permet veure que dels catorze professionals que formen la llista dels més nombrats, només dues són dones: Mercedes Milá i Ana Rosa Quintana. Tot i que cap de les dues reconegudes presentadores ha presentat informatius, sinó programes d'infoentreteniment i un reality show. Cal destacar el tercer lloc de Mercedes Milá, que supera el seu germà Lorenzo Milá, aquest sí, amb una destacable trajectòria als informatius de Televisió Espanyola. En canvi, veiem

que encapçalen la classificació presentadors d'informatius: Matías Prats, Iñaki Gabilondo, Lorenzo Milá, Luís del Olmo (en ràdio) o Pedro Piqueras (Soitu, 2009).



Il·lustració 106: Mouriz, 2009

Un altre estudi més recent sobre la credibilitat dels periodistes espanyols confirma aquesta enquesta. L'Anàlisi d'Imatge de les Cadenes de la Televisió de Personality Media, realitzat el 2015, torna a mostrar un gran domini del gènere masculí (Personality Media, 2015). En aquest cas, tots els capdavaners són presentadors de programes de continguts més específics, però segueixen apareixen els noms de Matías Prats i Iñaki Gabilondo en el TOP 10. Només apareixen dues presentadores, però tampoc d'informatius: Anabel Alonso i Ana Pastor.



Il·lustració 107: Personality Media, 2015

Un aspecte doncs, que també s'ha de tenir en compte, ja que indica el tipus de figura que representa la credibilitat informativa per al públic. Però que també fa preguntar-se quina és la verdadera causa, com Vicente i Monclús apuntaven en el seu treball: “No són creïbles les conductores perquè no contenen amb el protagonisme suficient o no reben aquest protagonisme perquè no transmeten credibilitat?” Una pregunta que podem incloure en l'apartat de possibles futures investigacions del final del treball.

4 Test de recepció

Per poder determinar si existeix relació entre el tipus de vestimenta de la presentadora i la seva credibilitat informativa, s'ha elaborat un test de recepció. És a dir, una enquesta en la qual es pregunta sobre aquesta qüestió a la població, per determinar si realment existeix aquesta influència a ulls del públic.

4.1 Metodologia

Aquest test de recepció s'ha realitzat a 130 persones diferents, amb edats d'entre 15 i 85 anys. Per poder fer una bona diferenciació dels resultats segons les edats s'han creat quatre grups: de 15 a 30 anys, de 31 a 45, de 46 a 60 i de més de 60. De cada grup d'edat es s'han elaborat 30 enquestes aproximadament, per així obtenir unes dades representatives.

Per realitzar adequadament l'experiment s'han creat cinc *looks* per a representar cadascun dels estils definits en el treball. Utilitzant la mateixa model, il·luminació i posició davant la càmera, es pretenia que l'enquestat es centrés en cadascuna de les peces de roba i així evitar interferències en les seves valoracions.

L'enquesta consistia en valorar en una escala de l'1 al 5 cadascun dels estils segons els factors que hem establert que determinen la credibilitat d'un presentador. Però cal mencionar que no s'han inclòs quatre dels deu factors definits: claredat, bona veu, concentració i tranquil·litat; ja que els dos primers estan relacionats amb la vocalització i la utilització del llenguatge i els dos últims en la gesticulació i el llenguatge no verbal. És a dir, que en el primer cas, no es podia valorar pel fet de que no s'utilitzava vídeo o àudio, en el qual es sentís la presentadora parlant. I en el segon cas, tampoc es podia valorar perquè la postura i expressió del rostre de la model havien de ser neutrals i iguals en totes les fotografies, per no respondre les preguntes segons aquest tipus de comunicació no verbal.

La última pregunta, afegia la credibilitat com un aspecte més a valorar. Així podem concloure amb aquest concepte, que és el factor protagonista d'aquest treball i obtenir unes respostes dirigides directament a aquest.

4.2 Enquesta

Un dels elements més importants en la creació d'aquesta enquesta són les fotografies que representaven cada estil. A continuació, presento les imatges que es s'han elaborat i la descripció de les seves característiques, que les determinen com a exemple d'aquests.



Il·lustració 108:
Elaboració pròpia, 2017

Estil clàssic

- Traje jaqueta (màniga llarga)
- Brusa camisera blanca, amb tots els botons cordats
- Mitges de color carn
- Sabates de saló amb taló baix
- Colors bàsics (negre i blanc)



Il·lustració 109: Elaboració
pròpia, 2017

Clàssic renovat

- Blazer, americana modernitzada (Línies simples)
- Màniga llarga
- Pantalons de traje
- Sabates saló de taló alt
- Colors plans



Il·lustració 210: Elaboració
pròpia, 2017

Estil actual

- Sense americana,
- Màniga curta
- Conjunt d'una peça, "mono"
- Utilització de dos colors
- Un color viu



Estil tendència

- Mànigues amples
- Espatlla descoberta
- Pantalons palazzo
- Utilització de més de dos colors (estampat de ralles)
- Sandàlies de plataforma

Il·lustració 111: Elaboració pròpia, 2017



Estil casual

- Coll rodó sense mànigues
- Top casual
- Texans gastats i tallats
- Botines
- Barreja de colors

Il·lustració 112: Elaboració pròpia, 2017

Cadascuna de les imatges presentades anava acompanyada de les set preguntes següents:

1. De l'1 al 5, entenent 1 com a mínima puntuació i 5 com a màxima, com puntuaries la PROFESSIONALITAT d'aquesta presentadora d'informatius tenint en compte el seu tipus de vestimenta?

Per professionalitat entenem la capacitat de realitzar les rutines d'un periodista adequadament i portar a terme una bona explicació per fer que el producte periodístic d'un informatiu sigui el correcte.

2. De l'1 al 5, entenent 1 com a mínima puntuació i 5 com a màxima, com puntuaries la IMPARCIALITAT d'aquesta presentadora d'informatius tenint en compte el seu tipus de vestimenta?

Per imparcialitat en la comunicació de fets, com és el cas dels informatius, entenem objectivitat, precisió i veracitat per explicar la història de la notícia.

3. De l'1 al 5, entenent 1 com a mínima puntuació i 5 com a màxima, com puntuaries la PERSONALITAT d'aquesta presentadora d'informatius tenint en compte el seu tipus de vestimenta?

Per personalitat entenem que l'actitud del presentador sigui sincera i familiar amb el seu públic. Així cerca aproximar-se psicològicament a l'audiència, la qual busca identificar-se en algun aspecte del presentador.

4. De l'1 al 5, entenent 1 com a mínima puntuació i 5 com a màxima, com puntuaries l' EXPERIÈNCIA d'aquesta presentadora d'informatius tenint en compte el seu tipus de vestimenta?

Per experiència entenem l'acreditació professional que rep un presentador amb una llarga trajectòria, amb èxits comunicatius i amb la interiorització de les rutines periodístiques.

5. De l'1 al 5, entenent 1 com a mínima puntuació i 5 com a màxima, com puntuaries l'AUTORITAT d'aquesta presentadora d'informatius tenint en compte el seu tipus de vestimenta?

Per autoritat entenem el respecte cap al presentador pel seu treball professional, quan aquest esdevé un pilar de referència en la determinada matèria. Es tendeix a mantenir durant molt de temps en el seu lloc de treball.

6. De l'1 al 5, entenent 1 com a mínima puntuació i 5 com a màxima, com puntuaries la BONA IMATGE d'aquesta presentadora d'informatius tenint en compte el seu tipus de vestimenta?

Per bona imatge entenem l'adequació per a un professional de la comunicació del conjunt d'aspectes que engloben la seva aparença: estilisme, maquillatge, pentinat i accessoris.

- De l'1 al 5, entenent 1 com a mínima puntuació i 5 com a màxima, com puntuaries la CREDIBILITAT d'aquesta presentadora d'informatius tenint en compte el seu tipus de vestimenta?

Per credibilitat entenem el rigor periodístic i l'eficàcia comunicativa dels professionals: exactitud dels fets, exposició clara i concisa de les dades, bon tractament de les fonts, correcta disposició jeràrquica i una bona actuació en la presentació de la notícia.

4.3 Anàlisi de resultats

4.3.1 Resultats segons el factor

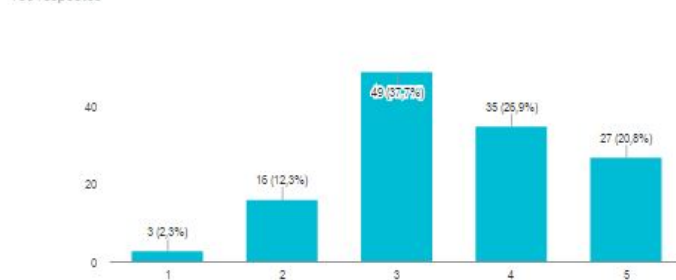
En aquest primer recull de les dades, s'han volgut mostrar les puntuacions que s'han rebut en els set factors de cadascun dels estils determinats. És a dir, el nombre de vegades que s'ha escollit cada una de les respostes possibles, les puntuacions de l'1 al 5, entenent per 1 la mínima i per 5 la màxima.

Estil 1: Clàssic

Com podem veure en el gràfic, la professionalitat de la presentadora en aquest estil està

1. De l'1 al 5, entenent 1 com a mínima puntuació i 5 com a màxima, com puntuaries la PROFESSIONALITAT d'aquesta presentadora d'informatius tenint en compte el seu tipus de vestimenta?

130 respostes

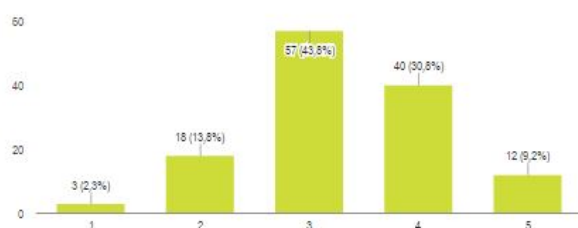


Il·lustració 113: Elaboració pròpia, 2017

ben valorada, ja que la majoria de les respostes han puntuat amb 3 (37,7%), 4 (26,9%) i 5 (20,8%). Només 19 dels 130 enquestats, un (14,61%) han considerat que la imatge reflectia una baixa professionalitat.

2. De l'1 al 5, entenent 1 com a mínima puntuació i 5 com a màxima, com puntuaries la IMPARCIALITAT d'aquesta presentadora d'informatius tenint en compte el seu tipus de vestimenta?

130 respostes

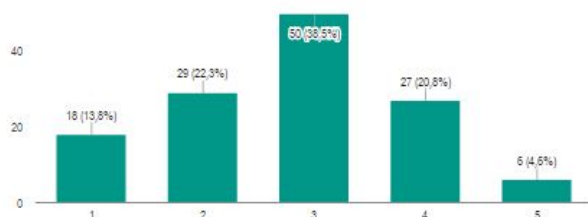


Il·lustració 114: Elaboració pròpia, 2017

no tant pronunciadament com en el factor anterior.

3. De l'1 al 5, entenent 1 com a mínima puntuació i 5 com a màxima, com puntuaries la PERSONALITAT d'aquesta presentadora d'informatius tenint en compte el seu tipus de vestimenta?

130 respostes



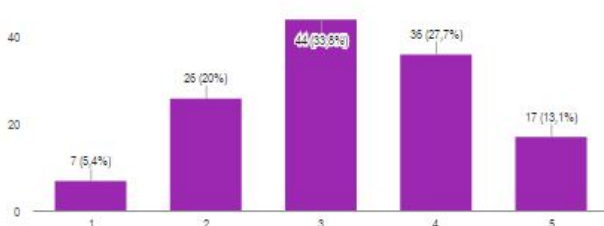
Il·lustració 115: Elaboració pròpia, 2017

han escollit la opció dels 5 punts.

En el factor de l'experiència es torna a veure líder la opció dels tres punts (33.8%) i una

4. De l'1 al 5, entenent 1 com a mínima puntuació i 5 com a màxima, com puntuaries l'EXPERIÈNCIA d'aquesta presentadora d'informatius tenint en compte el seu tipus de vestimenta?

130 respostes



Il·lustració 116: Elaboració pròpia, 2017

En el següent factor, la imparcialitat, veiem que els tres (43,8%) i els quatre (30,8%) punts han estat l'elecció de la majoria de les respostes (74,6%). És a dir, que en aquest cas també mostren que l'estil transmet imparcialitat però

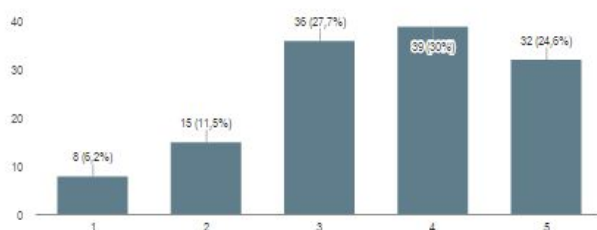
Pel què fa a personalitat, el test mostra uns punts més repartits. Amb un 38,5%, la opció de 3 ha estat la més seleccionada, seguida per 22,3% de 2 i del 20,8% de 4. Observant les dades visualment veiem que s'ha tendit a puntuar més baix. Només 6 persones (4,6%)

lleugera tendència a escollir les opcions de la part dreta de la gràfica, és a dir, les puntuacions més altes. Aquestes reuneixen el 40.8% de les respostes, superant a les baixes que sumen un 25,4% del total.

Tot seguit, en la pregunta de l'autoritat, els resultats són molt més clars. En aquest estil s'aconsegueix una considerable dominació de les puntuacions altes: 4 punts amb 30% i

5. De l'1 al 5, entenent 1 com a mínima puntuació i 5 com a màxima, com puntuaries l'AUTORITAT d'aquesta presentadora d'informatius tenint en compte el seu tipus de vestimenta?

130 respostes

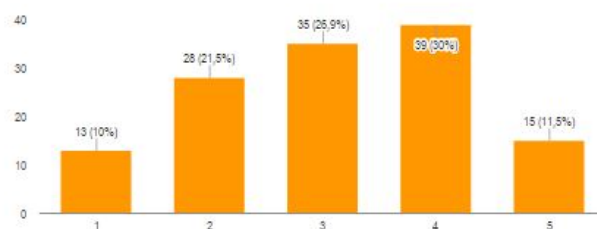


Il·lustració 117: Elaboració pròpia, 2017

En la següent, sobre la valoració de la bona imatge, tornem a obtenir uns resultats variats, però en primer lloc trobem els 4 punts amb un 30% del total, seguits d'aprop pels 3 25,9%

6. De l'1 al 5, entenent 1 com a mínima puntuació i 5 com a màxima, com puntuaries la BONA IMATGE d'aquesta presentadora d'informatius tenint en compte el seu tipus de vestimenta?

130 respostes

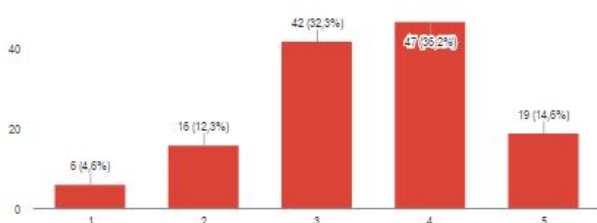


Il·lustració 118: Elaboració pròpia, 2017

Per últim, pel què fa a la credibilitat, podem veure unes respostes predominants: 4 punts

7. De l'1 al 5, entenent 1 com a mínima puntuació i 5 com a màxima, com puntuaries la CREDIBILITAT d'aquesta presentadora d'informatius tenint en compte el seu tipus de vestimenta?

130 respostes



Il·lustració 119: Elaboració pròpia, 2017

24,6% dels 5 punts. Així es supera la majoria, mentre que els punts més baixos només arriben a 17,7% els dos junts.

i els 2 amb 21,5%. Els tres valors centrals han obtingut els majors resultats, mentre que els dos extrems han estat poc escollits (28,5%).

(35,2%) i 3 punts (32,3). Aquests dos estan allunyats de la resta de resultats, així que podríem considerar que en aquest estil s'ha aconseguit una bona valoració de la credibilitat.

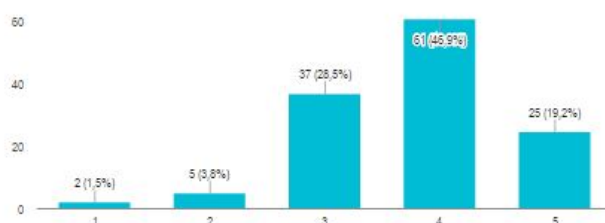
Per tant, tal com hem pogut veure, les respostes per a l'estil clàssic s'han situat entre les respostes amb punts més alts. Principalment, els 4 i els 3 punts s'han anat intercanviant la primera i la segona posició. En canvi, en la majoria dels factors la opció menys triada ha estat la d'un punt. I per últim, cal destacar les altes puntuacions que ha rebut aquest estil en el factor de l'autoritat.

Estil 2: Clàssic renovat

En la professionalitat, podem veure que aquest estil es mostra una victòria clara: 4 punts

1. De l'1 al 5, entenent 1 com a mínima puntuació i 5 com a màxima, com puntuaries la PROFESSIONALITAT d'aquesta presentadora d'informatius tenint en compte el seu tipus de vestimenta?

130 respostes



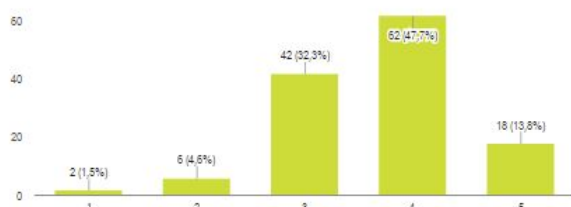
(46,9%). També podem afegir que la diferència entre les puntuacions baixes i les altes són destacables, ja que els punts 1 i 2 només resulten el 5,3% de les respostes.

Il·lustració 120: Elaboració pròpia, 2017

En el següent gràfic també obtenim en primera posició la opció dels 4 punts. Amb un

2. De l'1 al 5, entenent 1 com a mínima puntuació i 5 com a màxima, com puntuaries la IMPARCIALITAT d'aquesta presentadora d'informatius tenint en compte el seu tipus de vestimenta?

130 respostes



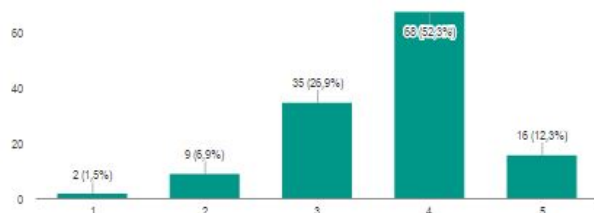
47,7%, la segueix la dels 3 punts amb un 32,3% i amb més distància la dels cinc amb 13,8%. Així es repeteix, com a l'anterior, la poca representació dels punts baixos en aquest factor: 2 punts amb 4,6% i 1 punt amb 1,5%.

Il·lustració 121: Elaboració pròpia, 2017

Els resultats de la pregunta sobre la personalitat també ens permeten extreure'n

3. De l'1 al 5, entenent 1 com a mínima puntuació i 5 com a màxima, com puntuaries la PERSONALITAT d'aquesta presentadora d'informatius tenint en compte el seu tipus de vestimenta?

130 respostes



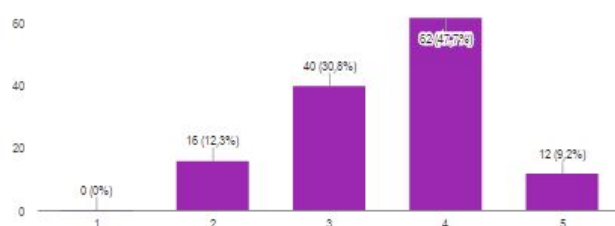
Il·lustració 122: Elaboració pròpia, 2017

conclusions, ja que els 4 punts superen la majoria amb un 52,3%. La segona posició també és la opció central, amb un 25,9% i la tercera és per l'extrem dret, els cinc punts, amb un 12,3%.

També es resulta primera la mateixa opció en la valoració de l'experiència. Aquí

4. De l'1 al 5, entenent 1 com a mínima puntuació i 5 com a màxima, com puntuaries l'EXPERIÈNCIA d'aquesta presentadora d'informatius tenint en compte el seu tipus de vestimenta?

130 respostes



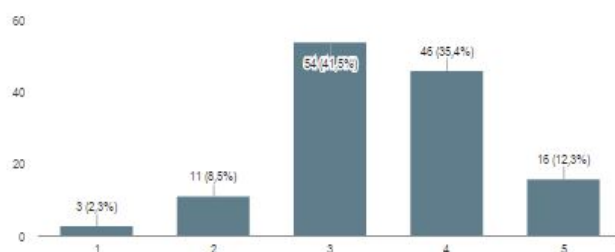
Il·lustració 123: Elaboració pròpia, 2017

aconsegueix un 47,7%, superant la tercera opció que obté el 30,8%. Els altres valors es situen molt per sota i amb resultats molt igualats. Cal destacar que la resposta d'un punt no ha rebut cap click de les 130 respostes.

Les dades següents tornen a mostrar un predomini de la puntuació de 3 i 4 punts. Aquest

5. De l'1 al 5, entenent 1 com a mínima puntuació i 5 com a màxima, com puntuaries l'AUTORITAT d'aquesta presentadora d'informatius tenint en compte el seu tipus de vestimenta?

130 respostes



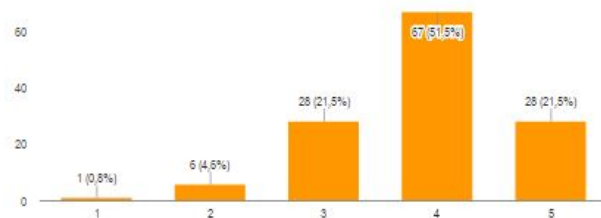
Il·lustració 124: Elaboració pròpia, 2017

cop, els 3 punts aconsegueixen la millor posició amb un 41,5% dels vots. Tot i així, els 4 punts segueixen resultant una tendència en aquest estil, ja que obtenen el 35,4%. Les puntuacions baixes tornen a sumar una quantitat molt menor: 10,8%.

La opció dels 4 punts torna a ser líder en la valoració de la bona imatge. En aquest cas,

6. De l'1 al 5, entenent 1 com a mínima puntuació i 5 com a màxima, com puntuaries la BONA IMATGE d'aquesta presentadora d'informatius tenint en compte el seu tipus de vestimenta?

130 respostes



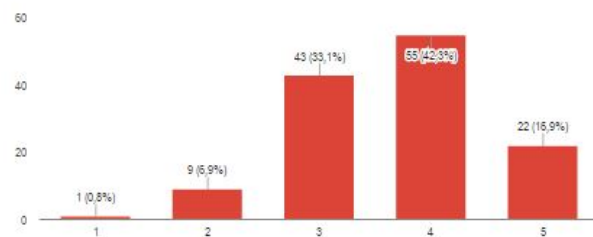
Il·lustració 125: Elaboració pròpia, 2017

també es supera la majoria, amb un 51,5%, més del doble de les següents posicions. Els 3 i els 5 punts han obtingut un 21,5% mentre que les baixes puntuacions juntes només arriben al 5,4%.

Per últim, en la credibilitat, també es mostra un predomini dels 3 i els 4 punts. Aquests

7. De l'1 al 5, entenent 1 com a mínima puntuació i 5 com a màxima, com puntuaries la CREDIBILITAT d'aquesta presentadora d'informatius tenint en compte el seu tipus de vestimenta?

130 respostes



Il·lustració 126: Elaboració pròpia, 2017

últims tornen a imposar-se amb un 42,3%, contra el 33,1% dels 3 punts. De la mateixa manera, els 5 punts obtenen la tercera posició, en aquest cas amb un 16,9%; i les opcions de l'esquerra tornen a per sota, amb un 7,7%.

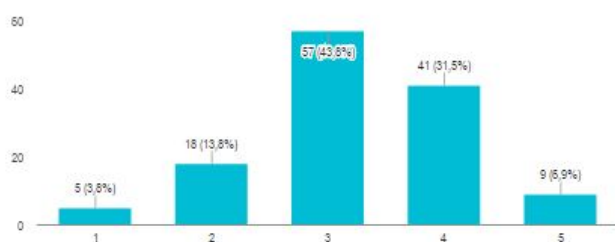
Per tant, l'estil clàssic-renovat també ha rebut les puntuacions més altes. De fet, tret d'una ocasió en el factor de l'autoritat, l'elecció predominant ha estat la dels 4 punts. Sempre ha estat seguida per l'opció dels 3 punts, molt per sobre de les altres tres que les seguien de lluny. Així doncs, podem dir que és un estil que ha estat valorat amb la segona puntuació més alta, fet que indica l'aprovació d'aquest estil de vestimenta segons el públic enquestat.

Estil 3: Actual

En aquest cas la professionalitat obté la puntuació de 3 com la primera dels resultats amb un 43,8%. Els vots també s'han dirigit cap a la opció 4, que ha aconseguit el 31%, seguida

1. De l'1 al 5, entenent 1 com a mínima puntuació i 5 com a màxima, com puntuaries la PROFESSIONALITAT d'aquesta presentadora d'informatius tenint en compte el seu tipus de vestimenta?

130 respostes

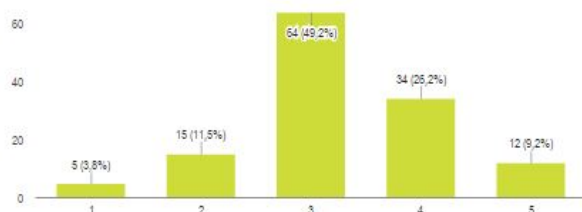


Il·lustració 127: Elaboració pròpia, 2017

En el cas de la imparcialitat, també es col·loca en la primera posició la opció 3 amb un

2. De l'1 al 5, entenent 1 com a mínima puntuació i 5 com a màxima, com puntuaries la IMPARCIALITAT d'aquesta presentadora d'informatius tenint en compte el seu tipus de vestimenta?

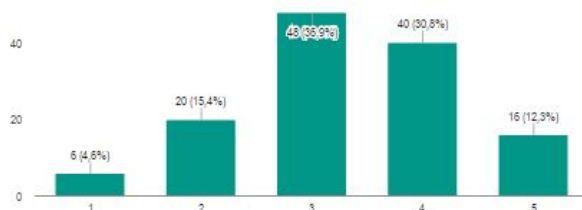
130 respostes



Il·lustració 128: Elaboració pròpia, 2017

3. De l'1 al 5, entenent 1 com a mínima puntuació i 5 com a màxima, com puntuaries la PERSONALITAT d'aquesta presentadora d'informatius tenint en compte el seu tipus de vestimenta?

130 respostes



Il·lustració 129: Elaboració pròpia, 2017

segueix obtenint la tercera posició la segona opció (15,4%), com en les dos casos anteriors, però amb poca diferència dels 5 punts (12,3%).

dels 2 punts, amb un 13,8%.

Els dos extrems del gràfic són els que reben menys punts, tot i que la balança es torça cap al costat dret, és a dir, cap a les puntuacions altes.

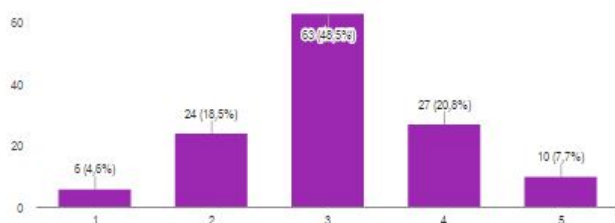
49,21%. A poc més de la meitat, trobem els 4 punts amb el 26,2% i les altres tres puntuacions obtenen uns resultats molt inferiors. Així doncs, es torna a repetir la tendència dels 3 i 4 punts al capdavant.

En l'apartat de la personalitat torna a succeir. La tercera (36,9%) i la quarta opció (30,8%) són les que obtenen més punts amb poca diferència entre elles, mentre que treuen molta distància de la resta de respostes. També

En el següent gràfic es mostra una variació en la tendència de la qual parlàvem, ja que la

4. De l'1 al 5, entenent 1 com a mínima puntuació i 5 com a màxima, com puntuaries l'EXPERIÈNCIA d'aquesta presentadora d'informatius tenint en compte el seu tipus de vestimenta?

130 respostes

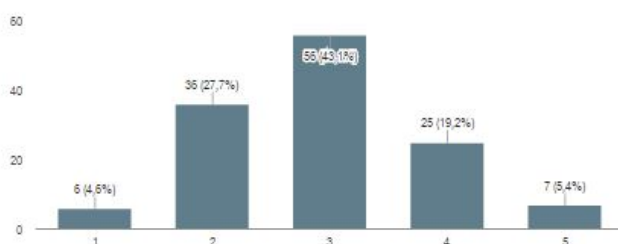


Il·lustració 130: Elaboració pròpia, 2017

Pel què fa a l'autoritat en aquest estil també es col·loca en la primera posició la tercera

5. De l'1 al 5, entenent 1 com a mínima puntuació i 5 com a màxima, com puntuaries l'AUTORITAT d'aquesta presentadora d'informatius tenint en compte el seu tipus de vestimenta?

130 respostes

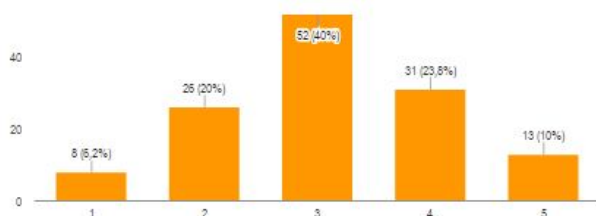


Il·lustració 131: Elaboració pròpia, 2017

En la bona imatge, veiem que es torna a repetir el guanyador: els tres punts amb el 40%.

6. De l'1 al 5, entenent 1 com a mínima puntuació i 5 com a màxima, com puntuaries la BONA IMATGE d'aquesta presentadora d'informatius tenint en compte el seu tipus de vestimenta?

130 respostes



Il·lustració 132: Elaboració pròpia, 2017

I en la credibilitat, els resultats no fugen de la tendència que hem anat trobant a tots els resultats de l'estil. La primera posició és per a la opció tres amb un 39,29% dels vots,

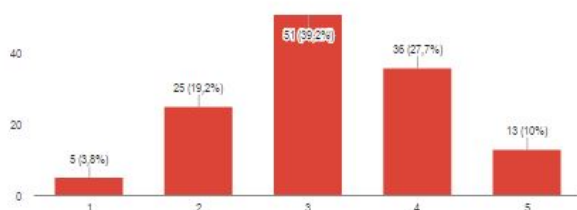
tercera opció segueix primera (48,5%) però els 4 punts (20,8%) s'acosten als 2 punts (18,5%). És a dir, que en aquest cas la opció guanyadora és la puntuació de 3.

opció amb el 45,1%. La diferència dels altres estils és que la segueix la segona opció, ja que els dos punts aconseguixen el 27,7% dels vots, seguits pels 19,2% dels dos punts.

En aquest cas, la segona posició és per a la quarta opció amb el 23,8%, però molt a prop dels dos punts que han aconseguit el 20%.

7. De l'1 al 5, entenent 1 com a mínima puntuació i 5 com a màxima, com puntuaries la CREDIBILITAT d'aquesta presentadora d'informatius tenint en compte el seu tipus de vestimenta?

130 respostes



Il·lustració 133: Elaboració pròpia, 2017

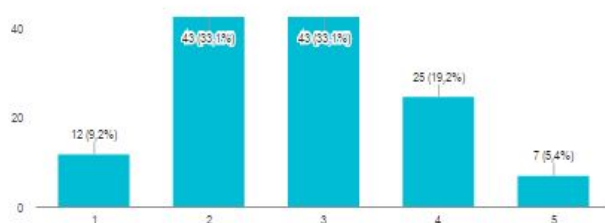
Per tant, en aquest estil, veiem que les respostes es decanten clarament cap a la opció de l'entremig, és a dir, els tres punts. Aquesta ha estat l'elecció que ha obtingut el primer lloc en tots els factors. El segon lloc ha estat per la quarta possibilitat, que només ha baixat a la tercera posició en el cas de la pregunta de l'autoritat. Mentre que les dues opcions menys votades en tots aquests, han estat els 5 i 1 vots. Així doncs, veiem una tendència de vot més baix que els dos anteriors estils, però que no es troba en les puntuacions baixes, sinó en una posició mitja.

Estil 4: Tendència

En aquest estil, veiem que la professionalitat pateix una variació dels resultats respecte els altres tres, analitzats anteriorment. Es trasllada el predomini cap a la part esquerra del

1. De l'1 al 5, entenent 1 com a mínima puntuació i 5 com a màxima, com puntuaries la PROFESSIONALITAT d'aquesta presentadora d'informatius tenint en compte el seu tipus de vestimenta?

130 respostes



Il·lustració 134: Elaboració pròpia, 2017

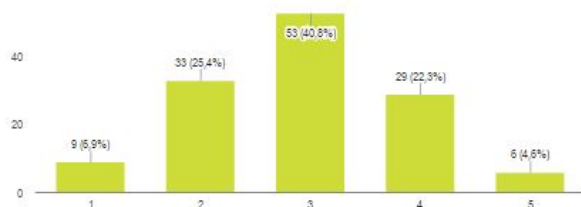
seguida pels quatre punts amb un 27,7%, i dels dos punts amb un 19,2%. Mentre els dos extrems de la gràfica segueixen obtenint una petita porció dels vots.

gràfic, és a dir, que es veu la tendència a valorar amb punts baixos: 9,2% d'un punt i 33,1% de dos punts. Aquests últims empaten amb la tercera opció i deixen endarrere el 19,2% del punt 4 i el 5,4% del punt 5.

En les respostes rebudes amb el factor de la imparcialitat, veiem una repartició similar en els punts. Tot i que en aquest cas, l'opció tres (40,8%) ha aconseguit una clara diferència

2. De l'1 al 5, entenent 1 com a mínima puntuació i 5 com a màxima, com puntuaries la IMPARCIALITAT d'aquesta presentadora d'informatius tenint en compte el seu tipus de vestimenta?

130 respostes

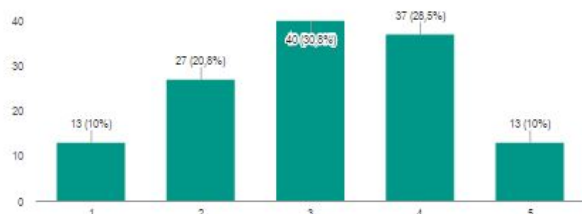


Il·lustració 135: Elaboració pròpia, 2017

En el cas de la personalitat, a diferència de les altres, les opcions obtenen unes respostes que estan menys distanciades entre elles. Segueix mantenint-se primera la opció dels tres

3. De l'1 al 5, entenent 1 com a mínima puntuació i 5 com a màxima, com puntuaries la PERSONALITAT d'aquesta presentadora d'informatius tenint en compte el seu tipus de vestimenta?

130 respostes

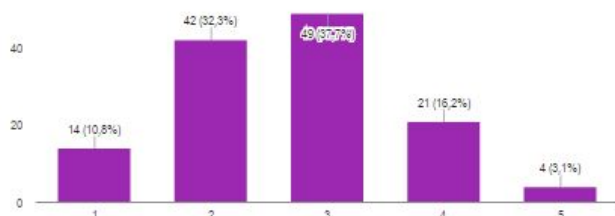


Il·lustració 136: Elaboració pròpia, 2017

En l'experiència sí que trobem uns resultats més definits, ja que veiem un predomini en

4. De l'1 al 5, entenent 1 com a mínima puntuació i 5 com a màxima, com puntuaries l'EXPERIÈNCIA d'aquesta presentadora d'informatius tenint en compte el seu tipus de vestimenta?

130 respostes



Il·lustració 137: Elaboració pròpia, 2017

mantenen en puntuacions molt inferiors, quatre punts (16,2%), un punt (10,8%) i cinc punts (3,1%), respectivament.

amb el segon classificat (25,4%) i el tercer, a poca distància (22,3%). Per contra, els dos extrems del gràfic reben unes votacions mínimes: 5,9% (1 punt) i 4,6% (5 punts).

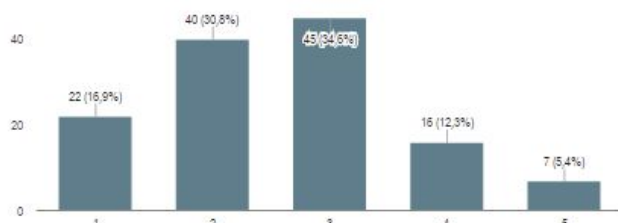
punts (30,8%), seguida dels quatre punts (28,5%) i els dos punts (20,8%). És a dir, trobem gairebé tots els vots en els valors del centre, sense una opció diferenciada de les altres dues.

les puntuacions baixes. Encara però, segueix en primera posició l'opció dels tres punts (37,7%). En canvi, en aquest cas, la segona opció més escollida ha estat la segona: dos punts obté el 32,3%. Les altres tres opcions es

Aquests últims són similars als resultats de l'autoritat, però en aquest cas prenen més

5. De l'1 al 5, entenent 1 com a mínima puntuació i 5 com a màxima, com puntuaries l'AUTORITAT d'aquesta presentadora d'informatius tenint en compte el seu tipus de vestimenta?

130 respostes



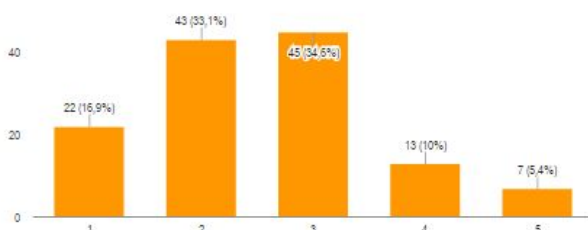
Il·lustració 138: Elaboració pròpia, 2017

força els punts més baixos, ja que sumen 47, 7% del total. Per tant, la majoria de les valoracions es centren en les puntuacions més baixes possibles. Tot i així, continua en primera posició l'opció dels 3 punts amb un 34,6%.

En la bona imatge els resultats mostren el mateix escenari. Un predomini en les

6. De l'1 al 5, entenent 1 com a mínima puntuació i 5 com a màxima, com puntuaries la BONA IMATGE d'aquesta presentadora d'informatius tenint en compte el seu tipus de vestimenta?

130 respostes



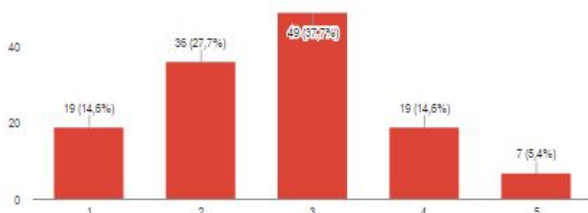
Il·lustració 139: Elaboració pròpia, 2017

puntuacions baixes, que representen un 50% concretament. En canvi, les puntuacions altes: 4 punts (10%) i 5 punts (5,4) només arriben al 15,4% del total.

Per últim, en la credibilitat, també es segueix la tendència que hem anat trobant en la

7. De l'1 al 5, entenent 1 com a mínima puntuació i 5 com a màxima, com puntuaries la CREDIBILITAT d'aquesta presentadora d'informatius tenint en compte el seu tipus de vestimenta?

130 respostes



Il·lustració 140: Elaboració pròpia, 2017

majoria de resultats d'aquest estil. L'opció dels tres punts es manté com la més escollida amb 37,7%, seguida dels dos punts (27,7%) i els punts 1 i 4, que empaten a 14,5%. Per últim queden els cinc punts que només han aconseguit

els 5,4%. Així podem dir que en aquest estil els vots es centren en les puntuacions baixes.

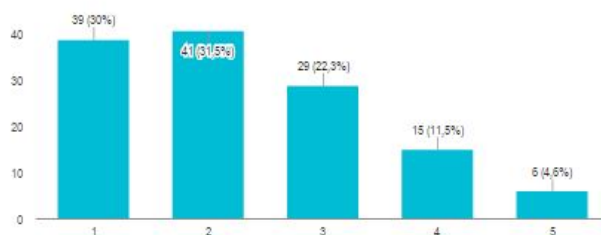
Per tant, en el cas de l'estil tendència, tot i que veiem un altre cop l'elecció dels tres punts com a preferida, està seguida per les baixes puntuacions. És a dir, en la majoria dels gràfics podem veure com la part esquerra, on tenim els punts 1 i 2, reuneix més punts que la part dreta, amb els 4 i 5 punts. En concret, la segona posició l'obtenen els 2 punts, tret del cas de personalitat (els 4 punts). Així doncs, podem dir que en aquest estil es valora amb una puntuació mitja, però perseguida pels dos punts, una puntuació baixa.

Estil 5: Casual

En aquest últim estil, el casual, ens hem trobat unes respostes molt més definitòries. En

1. De l'1 al 5, entenent 1 com a mínima puntuació i 5 com a màxima, com puntuaries la PROFESSIONALITAT d'aquesta presentadora d'informatius tenint en compte el seu tipus de vestimenta?

130 respostes



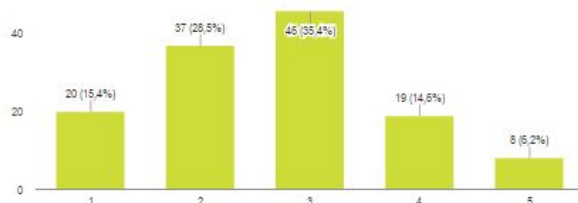
Il·lustració 141: Elaboració pròpia, 2017

la professionalitat, veiem que els resultats són determinants: 61,5% dels vots pertanyen a les puntuacions més baixes, tenint en compte que el 22,3 del total restant, és de la opció dels 3 punts, és a dir, l'opció central.

En el cas de la imparcialitat, hem obtingut uns resultats similars. Seguint la mateixa línia, amb la concentració de les respostes a la part esquerra del gràfic. Però aquí es posiciona

2. De l'1 al 5, entenent 1 com a mínima puntuació i 5 com a màxima, com puntuaries la IMPARCIALITAT d'aquesta presentadora d'informatius tenint en compte el seu tipus de vestimenta?

130 respostes



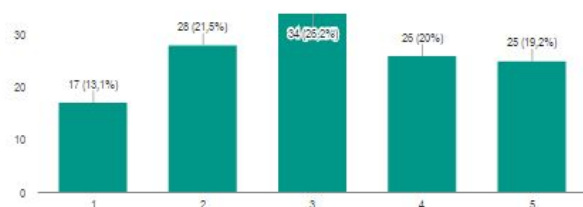
Il·lustració 142: Elaboració pròpia, 2017

en primer lloc la opció numero 3 (35,4%), superant els punts 2 (28,5%) i el punt 1 (15,4%). En canvi, els valors més alts, els punts quatre i cinc només acumulen el 20,8%.

En els resultats de la personalitat en canvi, els resultats obtinguts estan molt més igualats.

3. De l'1 al 5, entenent 1 com a mínima puntuació i 5 com a màxima, com puntuaries la PERSONALITAT d'aquesta presentadora d'informatius tenint en compte el seu tipus de vestimenta?

130 respostes



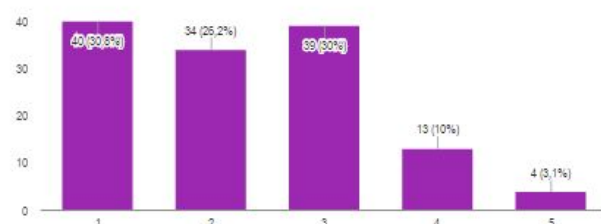
Il·lustració 143: Elaboració pròpia, 2017

Els tres punts continuen superant a la resta, però ara amb només el 26,5%, seguits del 21,5% dels 2 punts i el 20% dels 4 punts. Les dues últimes posicions obtenen uns resultats molt propers: 19,2% els cinc punts i 13,1 un punt.

En la valoració de l'experiència tornem a veure unes dades molt similars a les dels primers factors. Els punts més baixos amb una gran concentració de vots, juntament amb el punt

4. De l'1 al 5, entenent 1 com a mínima puntuació i 5 com a màxima, com puntuaries l'EXPERIÈNCIA d'aquesta presentadora d'informatius tenint en compte el seu tipus de vestimenta?

130 respostes



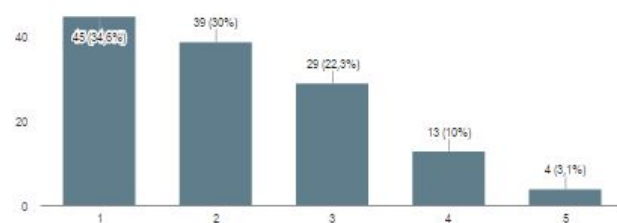
Il·lustració 144: Elaboració pròpia, 2017

mig, i els punts alts tot al contrari. L'opció d'un punt (30,8%) i de dos punts (26,2%) ha aconseguit reunir el 57% de les respostes. En canvi, les puntuacions baixes només sumen un 13,1%.

Pel què fa a l'autoritat, encara incrementa més la concentració de les respostes als punts

5. De l'1 al 5, entenent 1 com a mínima puntuació i 5 com a màxima, com puntuaries l'AUTORITAT d'aquesta presentadora d'informatius tenint en compte el seu tipus de vestimenta?

130 respostes



Il·lustració 145: Elaboració pròpia, 2017

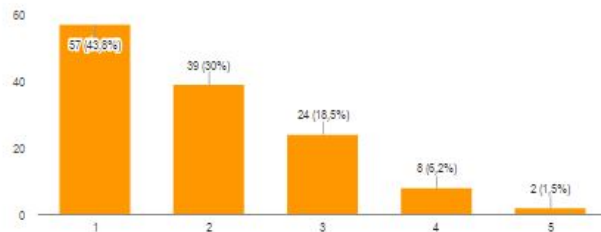
del 10% dels quatre i el 3,1% dels cinc.

més baixos, que superen també la majoria amb el 64,6%. Cal destacar, que en aquest cas, l'opció de tres punts ha obtingut el tercer lloc (22,3%), a diferència de la majoria de les respostes de l'enquesta. És superada pels dos punts (30%) i s'allunya

En bona imatge els resultats són molts similars als anteriors. La majoria de les respostes s'han centrat en els punts baixos de les opcions: 43,8% d'un punt i 30% de dos punts. Es repeteix aquí la tercera posició dels 3 punts, fet diferencial com esmentàvem

6. De l'1 al 5, entenent 1 com a mínima puntuació i 5 com a màxima, com puntuaries la BONA IMATGE d'aquesta presentadora d'informatius tenint en compte el seu tipus de vestimenta?

130 respostes

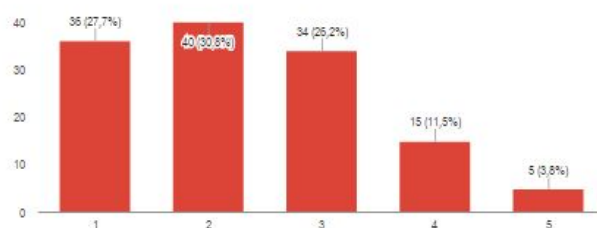


Il·lustració 146: Elaboració pròpia, 2017

I per últim, en la valoració de la credibilitat, també observem que la majoria de respostes

7. De l'1 al 5, entenent 1 com a mínima puntuació i 5 com a màxima, com puntuaries la CREDIBILITAT d'aquesta presentadora d'informatius tenint en compte el seu tipus de vestimenta?

130 respostes



Il·lustració 147: Elaboració pròpia, 2017

punts (3,8%), tornen a quedar molt per sota d'aquestes tres.

Per tant, en l'estil casual veiem que les respostes es centren en els punts més baixos possibles de la majoria de les preguntes. La mínima puntuació és la que ha estat més escollida, en dues ocasions guanyada per l'opció dels tres punts (imparcialitat i personalitat) i en la última pregunta, per la dels dos punts (credibilitat). Tot i això, les dues més escollides han estat les puntuacions baixes, mentre que les altes han estat escollides molt puntualment.

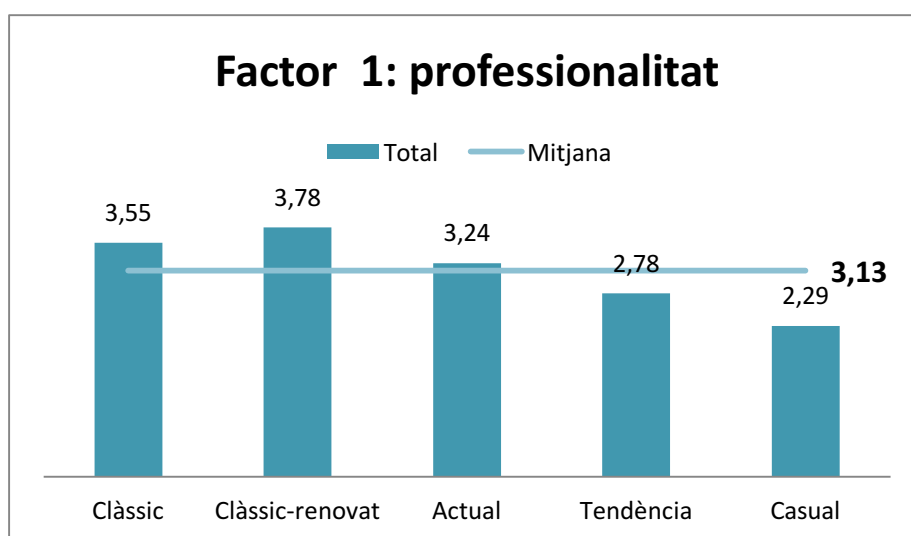
anteriorment. I les respostes que han escollit les puntuacions altes encara són menors, quatre punts amb un 5,2% i cinc punts amb 1,5%.

es col·loquen a la part esquerra del gràfic. L'opció més escollida ha estat la segona, els dos punts (30,8%), molt igualada a l'únic punt (27,7%) i als tres punts (26,2%). Les puntuacions més altes, de quatre (11,5%) i de cinc

4.3.2 Resultats segons l'estil

En aquest apartat s'ha volgut mostrar amb més precisió les valoracions de cada estil. Per aquest motiu, s'han sumat totes les puntuacions que han tingut en cadascun dels factors establerts. A continuació s'ha trobat la mitjana de vot de cada estil, per tal de comparar-los entre ells. Per arrodonir la informació, també s'ha calculat la mitjana dels cinc estils en cada factor. D'aquesta manera doncs, podem determinar aquell estil que ha estat més ben valorat segons el test de recepció realitzat.

La professionalitat

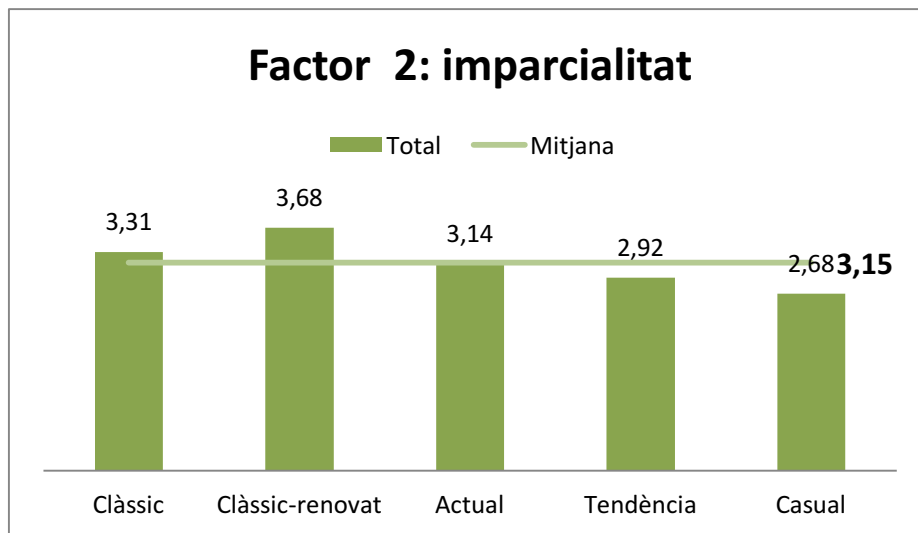


Il·lustració 148: Elaboració pròpia, 2017

En el primer gràfic, dedicat a la professionalitat, podem veure que s'ha votat als primers estils més que als últims. És a dir, que els estils clàssic i clàssic-renovat, han estat els més escollits; mentre que els estils tendència i casual, no han superat la mitjana.

Per tant, d'aquestes dades podem extreure la conclusió de que la professionalitat es valora amb més puntuació quan les presentadores utilitzen una vestimenta més clàssica.

La imparcialitat

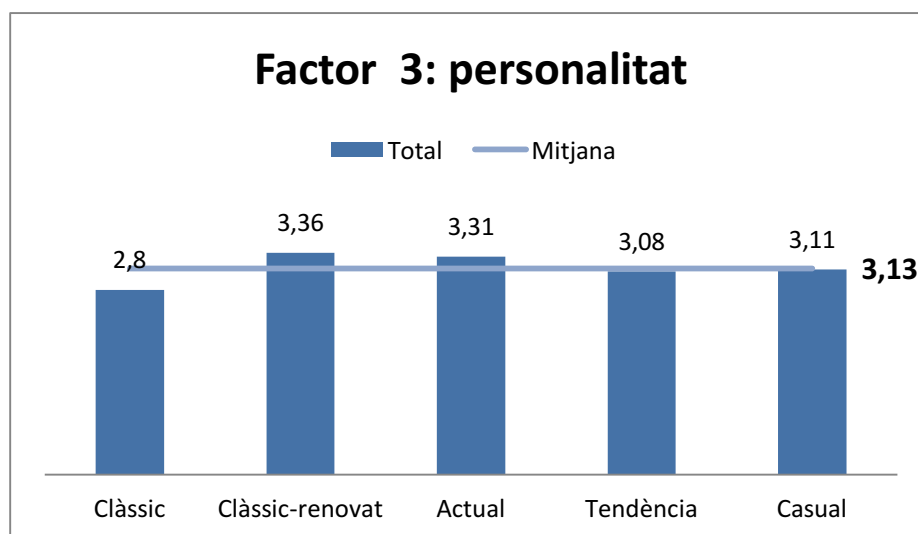


Il·lustració 149: Elaboració pròpia, 2017

En aquest segon gràfic, on s'han recollit totes les puntuacions del factor de la imparcialitat, també veiem una tendència cap a la part esquerra. El clàssic renovat torna a ser l'estil que obté la millor puntuació, seguit del clàssic. També ens tornem a trobar amb què els dos últims estils no arriben a la mitjana i en aquest cas, l'estil actual tampoc, però només per una dècima.

Així doncs, els dos estils clàssics són els que transmeten més imparcialitat segons les enquestes realitzades.

La personalitat

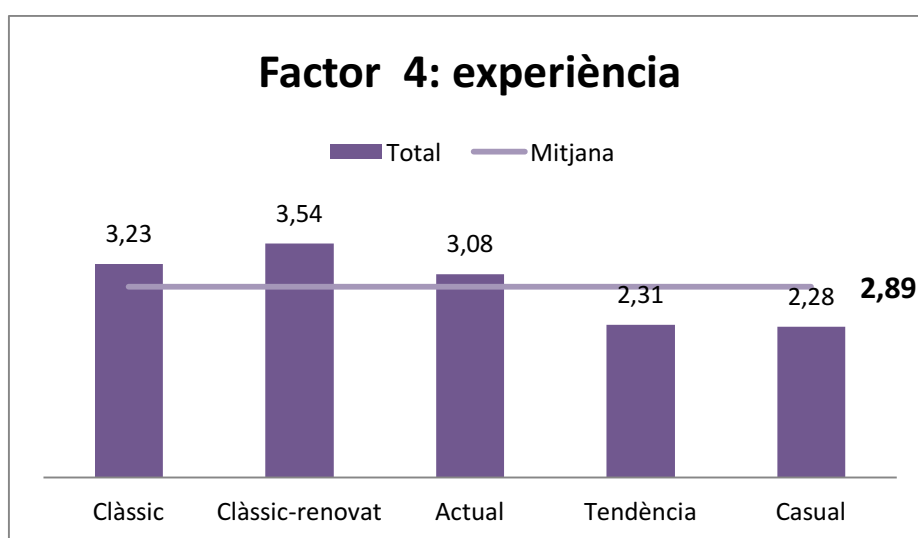


Il·lustració 150: Elaboració pròpia, 2017

Pel què fa a personalitat, veiem un esquema més igualat. Tot i que es torna a imposar l'estil clàssic renovat, en aquest cas veiem unes xifres més ajustades. Els dos estils que superen la mitjana són el primer, ja nombrat, i l'actual, que li treu poca distància. Però l'estil clàssic, en aquesta ocasió, es situa en l'última posició, per darrere del casual i del tendència.

Per tant, en aquest cas, diríem que els estils que estan més ben valorats en la personalitat són el clàssic renovat i l'actual.

L'experiència

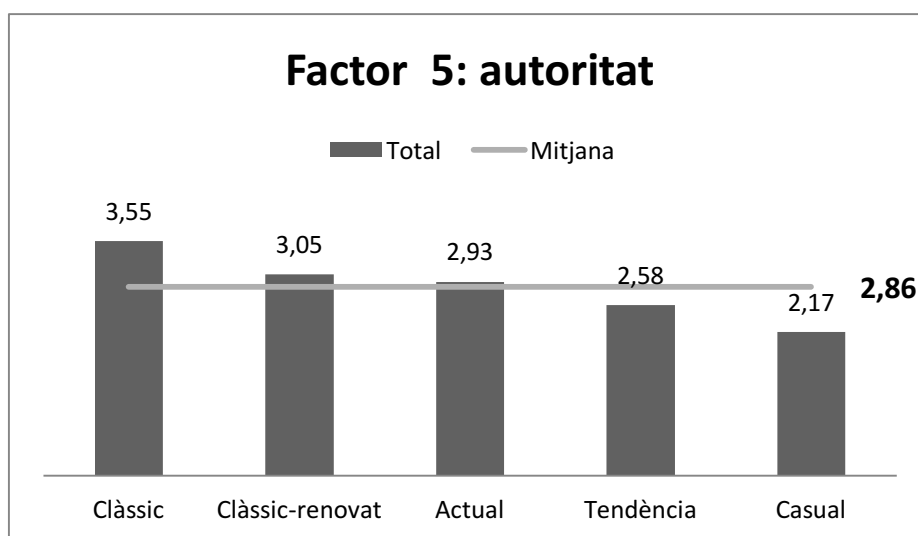


Il·lustració 151: Elaboració pròpia, 2017

En l'experiència sí que veiem uns resultats més definitoris. Es tornen a imposar els estils clàssic renovat, actual i clàssic, respectivament. Aquesta vegada, superant amb més distància les altres dues opcions, que tornen a quedar per sota de la línia de la mitjana.

Així doncs, en la valoració de l'experiència, tornem a veure un predomini dels estils clàssics, amb el clàssic renovat com el *look* que transmet més experiència professional.

L'autoritat

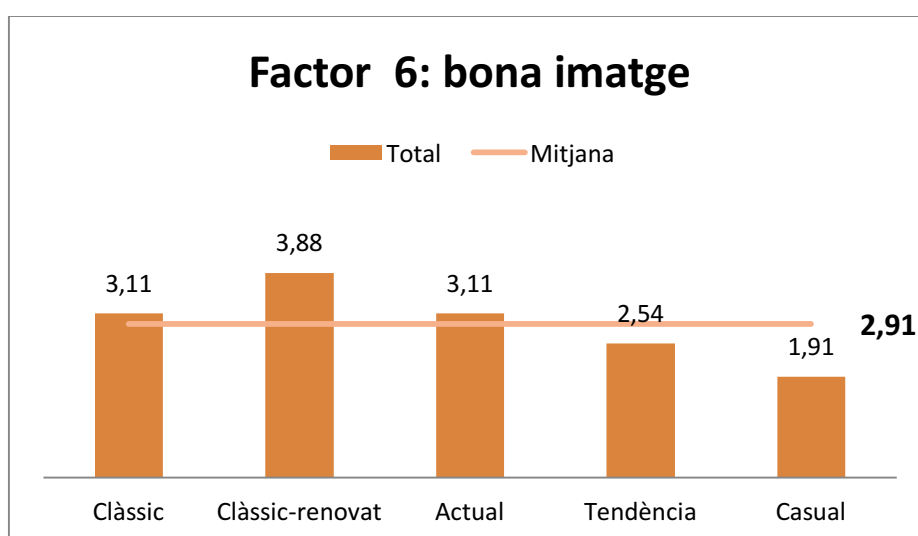


Il·lustració 152: Elaboració pròpia, 2017

En aquest cas, el de l'autoritat, es repeteix el mateix esquema però obté la primera posició l'estil clàssic. L'estil clàssic renovat i l'actual, obtenen les dues posicions següents, superant la mitjana novament. També tornem a trobar en les dues últimes a l'estil tendència i el casual, respectivament.

Per tant, amb una definició més clara que en les anteriors, podem determinar que l'autoritat és més valorada quan la presentadora llueix un conjunt de l'estil clàssic.

La bona imatge

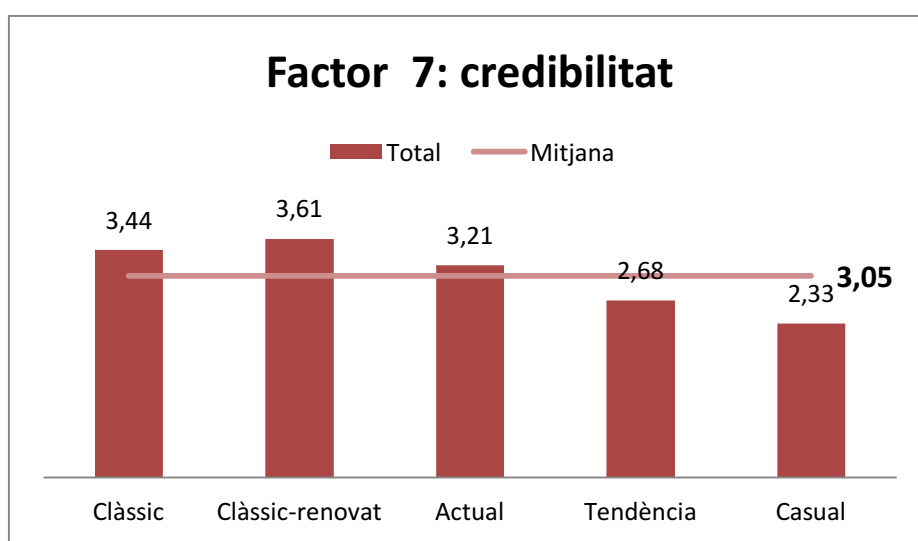


Il·lustració 153: Elaboració pròpia, 2017

El gràfic de la bona imatge també mostra la tendència de valorar amb més punts els estils més clàssics i l'actual. En aquest, obté el primer lloc el clàssic renovat, amb certa diferència dels altres estils. El segueixen el clàssic i l'actual amb la mateixa puntuació, que tornen a superar la mitjana, a diferència dels altres dos estils que tornen a quedar-se per sota.

Així que en la valoració de la bona imatge, podem dir que es considera el millor tipus de vestimenta l'estil clàssic-renovat.

La credibilitat

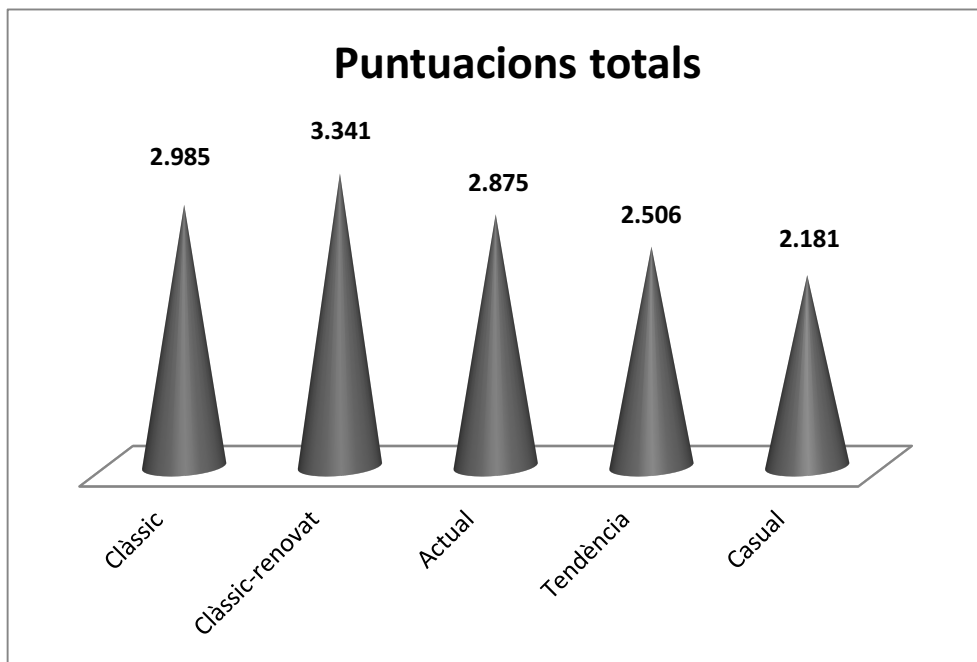


Il·lustració 154: Elaboració pròpia, 2017

L'últim factor i el més important en relació al treball, és el de la credibilitat. En els resultats d'aquesta, podem veure que definitivament s'estableixen les primeres tres columnes com a predominants. Les xifres atorguen la primera posició a l'estil clàssic-renovat, la segona al clàssic i la tercera, novament, a l'actual. Així doncs, aquestes tornen a ser les tres que superen la mitjana i reuneixen més vots, mentre que els altres dos estils, tendència i casual, segueixen per sota.

Per tant, podem dir que en l'estil clàssic-renovat és aquell que transmet més credibilitat segons les persones enquestades.

Els resultats dels totals de les puntuacions



Il·lustració 155: Elaboració pròpia, 2017

Aquest és l'últim gràfic, en el qual s'han sumat les puntuacions de cada factor, resultant el total de cada estil. A través d'aquest, podem veure la valoració definitiva de cadascun i establir unes conclusions generals més concretes.

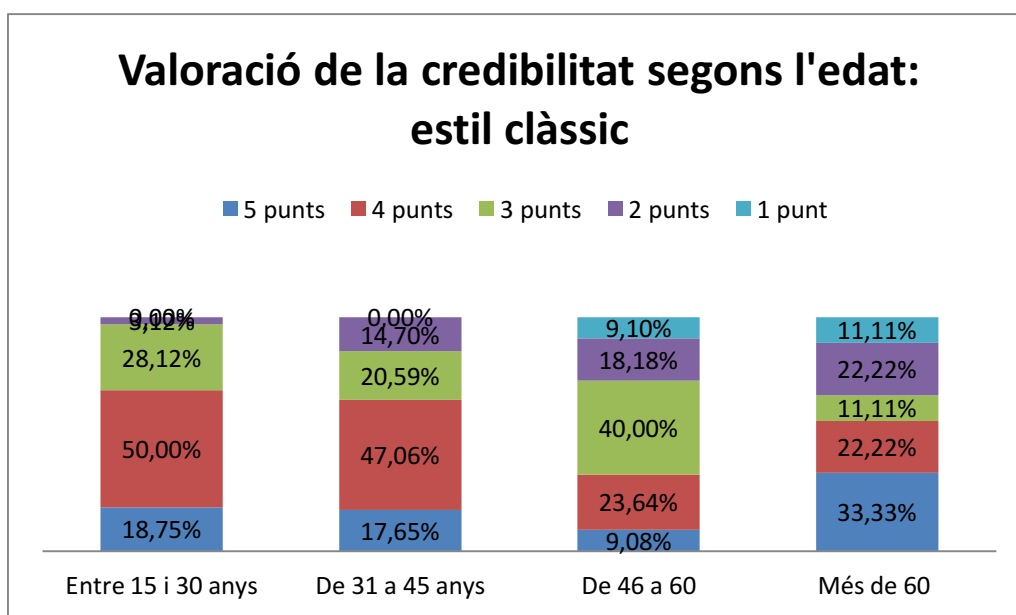
Com bé s'ha anat repetint en gairebé tots els gràfics dividits en els factors, l'estil renovat és el que ha aconseguit la puntuació més alta. Està seguit pel clàssic i per l'actual amb certa distància, i més avall es situen l'estil tendència i el casual. Així doncs, veiem que són les posicions que s'han anat repetint en la majoria dels factors, tret de dos dels set casos: en personalitat i en autoritat.

Per tant, podem dir que segons aquest test de recepció, l'estil que obté més bona valoració per a una presentadora d'informatius és l'estil clàssic-renovat, i aquell que obté la pitjor és el casual.

4.3.3 La credibilitat segons l'edat

Per concretar en el concepte protagonista d'aquest treball i resoldre una de les hipòtesis plantejades al principi del treball, hem diferenciat les respostes de cada un dels quatre grups d'edat en els gràfics següents:

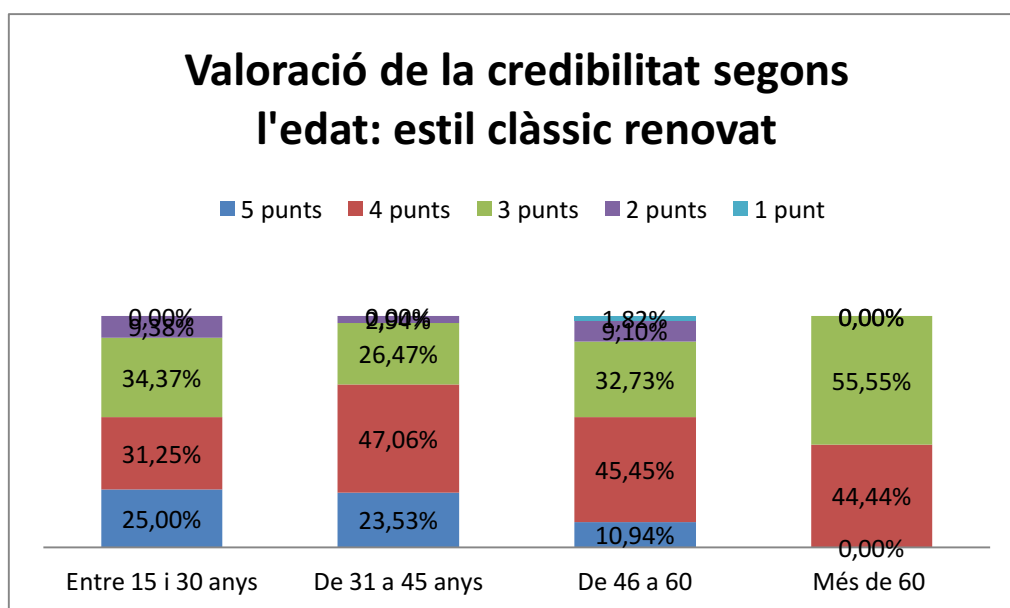
Estil clàssic



Il·lustració 156: Elaboració pròpia, 2017

En el gràfic podem veure que en els dos primers grups d'edat hi ha un predomini a la valoració de 4 punts, ja que reuneixen la majoria dels punts. També coincideixen en la segona resposta més votada, els tres punts; en la tercera, que aconsegueix l'opció dels cinc punts i per últim, en la d'un punt, ja que no ha obtingut absolutament cap resposta en cap dels dos casos. En canvi, els dos altres grups presenten diferències en les seves respostes. En el grup de 46 a 60 anys, podem veure que la puntuació més escollida ha estat la tercera, seguida de la quarta i la segona. I en el grup de persones de més de 60 anys, trobem com a primera opció els cinc punts, una clara diferència de la resta dels altres grups d'edat.

Per tant, en el cas de l'estil clàssic, sí que veiem una diferenciació de les eleccions segons les franges d'edat. Tot i que els dos primers grups obtenen resultats similars, les respostes dels enquestats amb edats d'entre 15 i 30 anys i amb edats de més de 60 anys, no coincideixen en cap de les opcions. Així com també s'ha de tenir en compte que hi ha una gran diferència entre les respostes del tercer i el quart grup.

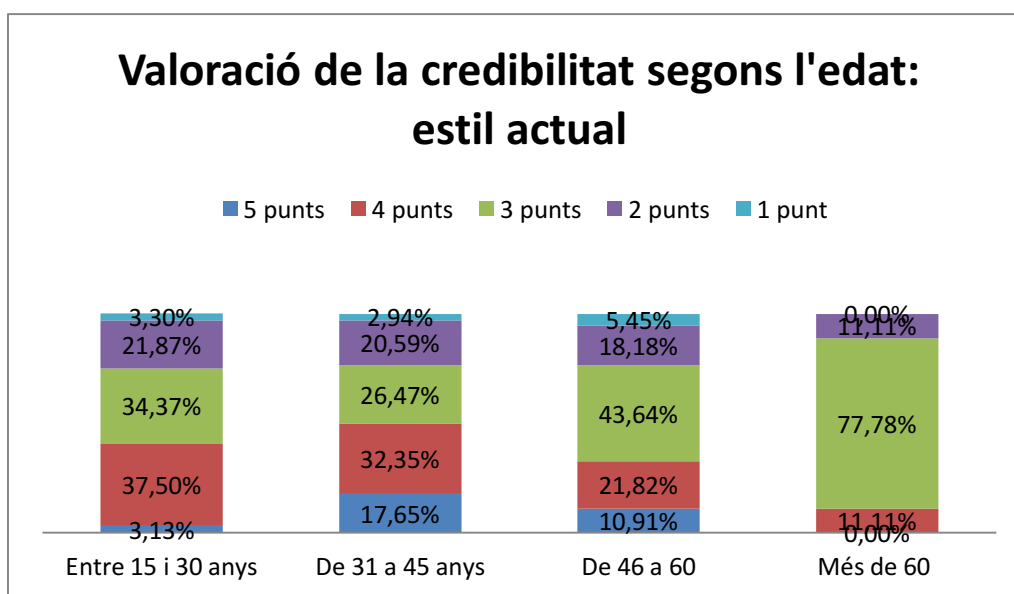


Il·lustració 157: Elaboració pròpia, 2017

En el segon estil, podem veure que les respostes es centren principalment en l'opció dels tres i dels quatre punts. En el primer grup d'edat i en l'últim, predominen els quatre punts, mentre que en els dos grups centrals, o fa l'opció dels tres punts. Cal destacar que en el grup dels enquestats de més de 60 anys, només es contempen aquestes dues opcions de les cinc. En els altres tres grups podem veure que també s'ha optat per la resposta dels cinc punts, en tots ells apareix com la tercera més votada. En canvi, la d'un i de dos punts han estat molt poc escollides per tots els grups.

Per tant, l'estil clàssic-renovat sembla que ha estat valorat amb similituds entre els grups d'edat. Podem mencionar la curiosa decreixença que ha patit la opció dels cinc punts a mesura que augmenten els anys. Però tot i això, en aquest cas no veiem tanta diferència en les respostes segons els anys dels enquestats. Sembla doncs, que aquest estil està ben considerat per totes les franges d'edat.

Estil actual

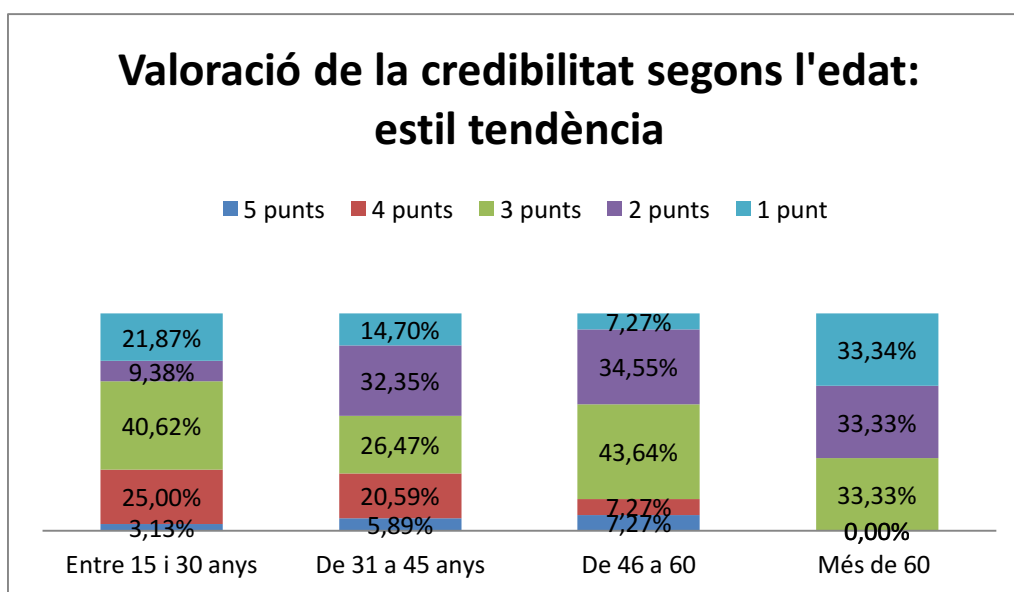


Il·lustració 158: Elaboració pròpia, 2017

En el cas de l'estil actual, podem veure més varietat en l'elecció de les respostes segons l'edat. En el primer grup, tot i que els 4 punts i els 3 punts estan molt igualats, acaba imposant-se el primer. En el següent grup d'edat, es mostra que hi ha certa similitud, ja que també aconsegueix el primer lloc el vot de 4 punts, seguit dels 3. Tot i així, es diferencia del primer amb l'ascens de la puntuació de 5. Les respostes dels enquestats dels dos grups d'edat posteriors, en canvi, situen en la primera posició els 3 punts. Però el primer grup amb unes respostes molt més variades que el segon, en el qual tornen a deixar a zero les puntuacions dels extrems.

Per tant, l'estil actual torna a mostrar diferències entre les respostes dels diversos grups d'edat, sobretot entre els dos extrems. Mentre que veiem certes similituds entre els dos primers grups, les respostes dels següents són molt variades. Cal destacar la columna dels enquestats de més de 60 anys, ja que es pot apreciar la gran determinació amb la qual ha estat escollida la primera opció, a diferència dels altres grups d'edat. Així doncs, podem dir, que en aquest estil tornem a tenir discrepàncies en la percepció segons l'edat dels votants.

Estil tendència

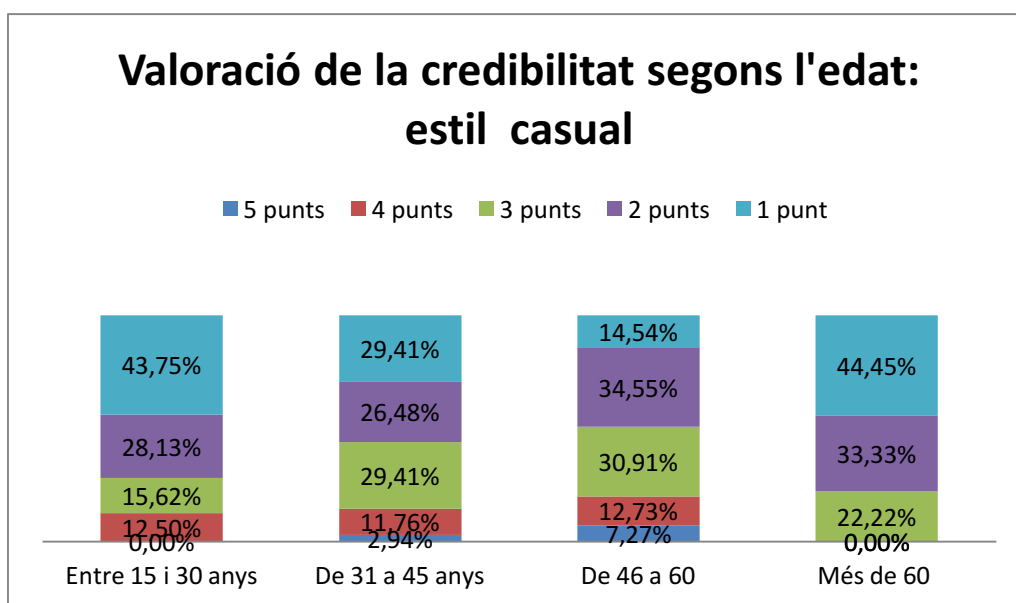


Il·lustració 159: Elaboració pròpia, 2017

En aquest cas, veiem que hi ha hagut unes respostes més igualades en la majoria dels grups d'edat, tret del tercer. En el primer grup, l'elecció que més s'ha repetit és la dels tres punts, seguida de la dels quatre i d'un punt. En el segon grup, predomina l'opció dels dos punts, amb poca distància dels tres i els quatre punts. En els dos grups però, es coincideix en la xifra mínima dels cinc punts. En canvi, en el tercer grup les respostes s'agrupen principalment en els dos i tres punts, que acaba liderant aquest últim; i les altres tres opcions tenen la mateixa puntuació, molt menor. Per últim, en el quart grup, cal destacar el triple empat, però s'ha de tenir en compte que les opcions que es queden fora són les puntuacions més altes, per tant predomina una valoració baixa de l'estil.

Per tant, en l'estil tendència, hi torna a haver més similitud en els resultats, tot i que no són els mateixos en els quatre grups d'edat. Seguim veient una diferenciació de l'últim grup, però pocs enllaços entre les respostes de les franges d'edats més pròximes. Cal destacar l'elecció dels 4 punts, que disminueix com més augmenta l'edat del grup; així com que el grup de més de 60 anys i el d'entre 15 i 30 anys obtinguin un cert nombre de respostes amb 1 punt. Aquest fet indica que l'estil tendència tampoc és vist amb tan bons ulls per part d'alguns dels més joves, un punt que sorprèn.

Estil casual



Il·lustració 160: Elaboració pròpia, 2017

En l'últim cas, l'estil casual, és curiós veure com s'assimilen les respostes del grup de menor i de major edat. En els dos, la puntuació que lidera és més la baixa. La classificació continua amb els dos punts i amb els tres punts com a tercera posició. Només es diferencia en el cas dels quatre punts, ja que aquesta opció no sorgeix representada en les respostes del quart grup, en canvi sí que ho fa en el primer. Tot i així, segueixen coincidint en els cinc punts: no ha rebut vots en cap d'aquests dos grups d'edat. Per altra banda, el segon i el tercer grup també mostren certes semblances, ja que la majoria de les respostes s'han centrat en els 3, 2 i 1 punts, deixant en minoria els punts més alts. Però en el segon, el d'edats compreses entre 31 i 45 anys, hi ha un empat entre l'opció d'un punt i la de tres, mentre que en el tercer grup es posiciona en primer lloc la de dos punts.

Per tant, podem dir que en aquest cas les respostes en les quals percebem semblances són les dels dos extrems d'edats i després entre les dos centrals. Tot i això, veiem com les altes puntuacions es perden totalment per part dels enquestats de més de 60 anys, encara que ja es mostra baixa en les columnes de les altres edats. Unes xifres que demostren que les persones amb edats més altes no valoren bé aquest tipus de vestimenta en els informatius, però que la majoria dels enquestats de les altres franges d'edat, tampoc.

5 Conclusions

Després de finalitzar la investigació, podem veure si les hipòtesis i els objectius que havíem plantejat al principi s'han complert. Aquest treball s'iniciava amb tres hipòtesis concretes, en primer lloc, s'establia que:

- Quan una professional utilitza vestimenta de tipus clàssic repercuteix positivament en la recepció per part dels espectadors de la credibilitat d'aquesta.

Les respostes de les enquestes donen la raó a aquesta primera hipòtesis, ja que com hem comentat en l'apartat anterior, els dos estils que engloben les peces de roba més clàssiques, han obtingut les millors puntuacions. Tot i això, cal destacar que l'estil més clàssic no ha estat el més ben valorat. És a dir, el segon estil, el que hem anomenat clàssic-renovat, que reunia trets clàssics però que començava a deixar enrere la imatge rígida d'aquests, ha estat el que s'ha considerat que transmetia més credibilitat.

Pel què fa a la segona hipòtesis, també podem dir que coincideix amb les conclusions que podem extreure del test de recepció:

- Quan una professional utilitza vestimenta de tipus atrevit repercuteix negativament en la recepció per part dels espectadors de la credibilitat d'aquesta.

Tal com hem vist durant l'anàlisi dels resultats, els dos estils que podem associar a l'atreuiment en un informatiu, el tendència i el casual, han obtingut les posicions més baixes de credibilitat. En la majoria de casos, hem vist que les imatges que representaven aquests dos estils, han obtingut les pitjors votacions, molt distanciades dels altres estils. Només ha estat en un factor, el de la personalitat, en el qual s'ha vist una aproximació a les altres tres tipologies de vestimenta.

En canvi, en la tercera hipòtesi no podem afirmar amb la mateixa determinació que s'hagi reflectit en els resultats de l'enquesta. En aquesta, es plantejava la següent relació:

- Quan més gran és un receptor més clàssica ha de mostrar-se la presentadora per ser interpretada com a creïble.

Després d'analitzar els resultats de les valoracions a la credibilitat de cada estil segons l'edat dels enquestats, podem veure que s'ha de matisar. És a dir, les millors puntuacions de l'estil clàssic són les del grup d'edat més gran, però no veiem que sigui una tendència que va augmentant mesura que augmenta l'edat dels grups anteriors. Tot el contrari, el grup d'edat més jove ha atorgat més puntuació a aquest estil, que els altres dos que el precedeixen en edat. A més a més, podem veure que la mostra de persones de més de 60 anys, el grup d'edat més gran, també ha puntuat amb les opcions més baixes a aquest estil. De fet, les respostes estan molt igualades, els 5 punts només aconseguixen el 33,33% del total, així que no veiem que sigui una variable dependent.

Cal mencionar però, que sí que podem veure que els estils més atrevits no reben puntuacions altes del grup d'edat més gran, en cap dels dos casos i per cap dels enquestats d'aquest grup. És a dir, les votacions, es centren en atorgar entre 1,2 i 3 punts, fet que permet parlar d'una percepció de baixa credibilitat en les persones de més de 60 anys quan les presentadores utilitzen un tipus de vestimenta atrevit.

Aquestes respostes diferenciades per l'edat, també permeten veure altres valoracions que és important destacar. En el cas del grup d'edat més jove, podem dir que no s'han obtingut les respostes que s'esperaven, tot i que no es van especificar en la hipòtesis. Semblava que la mentalitat més oberta en l'aparença física de les persones, en comparació amb les generacions més velles, es donaria molta més puntuació als estils més atrevits. En cap cas podem veure que hagi estat així, fet que podríem associar subjectivament parlant a la poca freqüència amb la qual es veuen aquests als informatius de la televisió.

Cal destacar, per últim, que no s'ha pogut mostrar en les gràfiques, però hi ha hagut un total de tres de les 130 persones enquestades que han respost amb la mateixa puntuació a totes les preguntes i a tots els estils. Tres persones que m'han indicat que creien que segons la seva percepció, la vestimenta no té cap mena de relació amb els factors exposats. Es mereix indicar que els tres casos han estat persones del tercer grup d'edat, és a dir, entre els 46 i 60 anys.

5.1 Valoracions personals

Després de realitzar aquest treball, puc establir que falta més investigació en aquest àmbit, tant a nivell nacional com a nivell internacional. Així, crec que aquest treball només suposa una part de la gran quantitat d'estudis que es podrien arribar a fer d'aquest tema i relacionat amb aquest.

En el present treball s'han aportat unes dades en les respostes del test que crec que donen una visió completa de la situació d'aquest tema i que a partir d'aquestes, es poden obtenir moltes conclusions.

Pel què fa a les respostes de les enquestes, des del meu punt de vista, estan molt influïdes en la imatge a la qual estem acostumats a veure les presentadores en l'actualitat. És a dir, comencem a veure una varietat en l'elecció de les americanes i els colors, per exemple, fet que associo a l'estil clàssic-renovat. També es comencen a veure cada vegada més en els informatius, una tendència a escollir peces amb tocs més actuals, com per exemple, vestits de colors vius, un aspecte classificat en l'estil actual, que també ha estat molt ben valorat.

Per tant, podríem dir que es veu que existeix una acceptació dels estils de vestimenta molt relacionada amb aquella línia que es pauta des dels informatius, que s'ha anat modernitzant amb els anys. Cosa que fa arribar a preveure que són aquests mateixos els que poden fer canviar la valoració dels espectadors. Així doncs, caldrà veure si en un futur pròxim, veurem que els informatius tendeixen a escollir unes peces de roba més atrevides per les presentadores i la societat cada vegada va acceptant més aquest estil en els informatius.

Per últim, vull destacar que la idea principal del projecte es demostra, és a dir, es confirma que els estils de la roba que s'usen per presentar en els informatius influeixen en la credibilitat de la presentadora. Un fet que crec que segueix la tendència de valorar a les persones molt més per la roba que porten, que no pas pels seus valors personals i professionals. No nego que pot ser una font d'informació sobre una persona, però penso que aquesta no hauria de ser un factor per a determinar si aquesta realitza millor o pitjor la seva feina. Aquest és un exemple més de la societat superficial en la qual vivim, unes idees que s'haurien d'anular, sobretot quan es jutja la professionalitat.

6. Fronts oberts: altres possibles investigacions

Durant la realització d'aquest treball, han sorgit altres temes relacionats amb el que hem tractat, que pot aportar noves idees per a futurs investigacions. Aquí s'inclouen les idees, exposades breument:

- Hi ha diferències entre els plans d'enquadrament dels programes segons si és una presentadora o un presentador? És a dir, des de la càmera es té en compte si qui s'enfoca és una presentadora o un presentador?
- En l'estudi hem esmentat la davallada de presentadores en els informatius de l'any 2010 en la majoria dels continents del món. Això va suposar un pas enrere, respecte els anys anteriors. Aquest canvi a nivell global es va veure precedit per algun fet? El 2015 s'ha vist una altra forta pujada de dones presentadores en els informatius a escala mundial. Per què s'ha donat aquest pas endavant? És a dir, a què es deuen aquests canvis i per què es veuen com una tendència mundial?
- Les presentadores d'informatius (i també d'altres programes) han de portar sempre sabates de taló? Aquests tipus de sabates sembla que siguin una norma bàsica per estar davant d'una càmera si ets una dona. Per què no es veuen presentadores amb sabates sense taló? És un aspecte important a ulls del públic?
- Per què les presentadores d'informatius (i també d'altres programes) han d'anar sempre maquillades? Ja no estem parlant del maquillatge que també han d'utilitzar els homes per qüestions de llum, sinó de la necessitat, per exemple, d'anar sempre amb els llavis pintats. Realment és un factor rellevant per a l'espectador?
- La desigualtat de gènere en els reporters dels informatius. Com influencia ser un home o ser una dona quan es van a cobrir esdeveniments o successos? És diferent el tracte segons el gènere?
- I per últim, com ja hem esmentat durant l'anàlisi d'aquest treball, les dones periodistes tenen molt poca representació en els rànquings de presentadors/es amb més credibilitat del país. Per què és així? Els espectadors veuen més creïble la figura masculina? O bé, és qüestió de la presència i el rol que adopten en els informatius?

7. Bibliografia

Academia TV (s.d.) *Premios Iris*. Relgament i premiats. Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión. Recuperat de <https://www.academiav.es/premios/iris-2015/#.WTAxjDMznq1>

Academia TV (21 abril 2015) *Los académicos eligen a los finalistas de los XVII Premios Iris de la Academia de la Televisión*. Recuperat de <http://www.academiav.es/los-academicos-eligen-a-los-finalistas-de-los-xvii-premios-iris-de-la-academia-de-television/#.WSAn4liLTIU>

Adolfo Domínguez (s.d). Imatge numero 1, marca Adolfo Domínguez. Recuperat de <http://www.adolfodominguez.com/es/mujer/moda-fiesta/camisa-de-seda-con-abertura-2192050741?c=2192050741>

Adolfo Domínguez (s.d). Imatge numero 2, marca Adolfo Domínguez. Recuperat de <http://www.adolfodominguez.com/es/mujer/chaquetas/americana-seersucker-de-rayas-23711511071?c=2371151102>

Adolfo Domínguez (s.d). Imatge numero 3, marca Adolfo Domínguez. Recuperat de <http://www.adolfodominguez.com/es/mujer/chaquetas/americana-entallada-abierta-23714521671?c=2371452161>

Adolfo Domínguez (s.d). Imatge numero 4, marca Adolfo Domínguez. Recuperat de <http://www.adolfodominguez.com/es/mujer/pantalones/pantalon-recto-de-pinzas-26835519771?c=2683551971>

Agnès Marqués Pujolar (s.d) A Wikipedia. Recuperat al mes d'abril de 2017: https://ca.wikipedia.org/wiki/Agn%C3%A8s_Marqu%C3%A8s_i_Pujolar

Ali Express (s.d) Imatge texans forats. Recuperat de <http://g04.a.alicdn.com/kf/HTB1zKPzJFXXXXakXpXXq6xXFXXXx/Women-Fashion-Ripped-Jeans-Femme-Casual-Washed-Holes-Boyfriend-Jeans-for-Women-Regular-Long-Torn-Jeans.jpg>

Allas, JM. & Díaz, LC. (2012) *Vestuario correcto para un presentador*. Protocolo & Etiqueta. Recuperat de https://www.protocolo.org/social/vestuario/vestuario_correcto_para_un_presentador.html

Antena 3 Noticias (2016) Imatge Esther Vaquero i María José Sáez. Recuperat de

<http://www.antena3.com//noticias/sociedad/>

ARA (2012) Imatge Ramon Pellicer i Raquel Sans. Recuperat de

http://www.ara.cat/media/audiencies-televisio-telenoticies-tv3_0_639536134.html

ARA (2014) Imatge Joan Carles Peris i Agnès Marquès. Recuperat de

http://www.ara.cat/media/peris-marques-pellicer-TV3-telenoticies_0_1069093321.html

Ariadna Oltra (s.d) A Wikipedia. Recuperat al mes d'abril de 2017:

https://es.wikipedia.org/wiki/Ariadna_Oltra

Aves Nocturnas (25 gener 2010) Imatge Matías Prats i Olga Viza. Recuperat de

<http://www.avesnocturnas.es/2010/01/hoy-hace-20-anos-que-nacio-antena-3-televisio/>

Azparren, O. (24 gener 2017) *Helena resano: creo que La Sexta se ha convertido en un referente a las grandes coberturas*. Minuto a minuto. Recuperat de:

<https://maminuto.wordpress.com/2017/01/24/helena-resano-creo-que-la-sexta-se-ha-convertido-en-un-referente-en-las-grandes-coberturas/>

Balsebre, A. (1994) *La credibilidad de la radio informativa*, Feed-back, Barcelona, Espanya.

Balsebre, A. (1999) *La credibilidad del comunicador en el nuevo contexto tecnológico*, a Franquet, R; Larrègola, G. *Comunicar en la Era Digital*. I Congreso Internacional Sociedad Catalana de Comunicación. Barcelona, Espanya.

Balzac, H. (1982) *Tratto della vita elegante*. Longanesi. Milà, Itàlia.

Barlovento Comunicación (2017) *Análisis Mensual del Comportamiento de la Audiencia Televisiva*, Febrer de 2017. Consultoria Audiovisual. Recuperat de:

https://www.barloventocomunicacion.es/images/audiencias/barlovento-audiencias-febrero2017_Reparado.pdf

Biografías (s.d.) *María Rey*. Recuperat de <https://www.biografias.es/famosos/maria-rey.html>

Biografías (s.d.) *Rosa Maria Mateo*. Recuperat de <https://www.biografias.es/famosos/rosa-maria-mateo.html>

- Blog de la diva (s.d.) Imatge pantalons negres. Recuperat de <http://blogdeladiva.com/pantalones-negros-de-mujer/pantalones-negros-de-mujer-5/>
- Bote, S.D. (24 de febrero de 2012) *Edat i credibilitat*. La Vanguardia. Recuperat de <http://www.lavanguardia.com/estilos-de-vida/20120224/54259341358/edad-y-credibilidad.html>
- Boyd, A. (1994) *Broadcast Journalism. Techniques of radio and tv news*. Heinemann Professional Publishing, Focal Press, Londres.
- Bridgat (s.d) Imatge Pantalons Palazzo. Recuperat de <http://www.bridgat.com/buy/sleeveless-jumpsuit-spaghetti-strap-open-back-black-top-white-palazzo-pants.html>
- Calefato, P. (2002) *El sentido del vestir*. Instituto de Estudios. Barcelona, Espanya.
- Carazo, M; Marcos, M. (s.d.) *Telediario, historia de una imagen* Laboratorio RTVE. Recuperat de: <http://lab.rtve.es/telediario-historia-de-una-imagen/caras/>
- Catálogo Moda (s.d) Imatge trajes jaqueta . Recuperat de <http://www.catalogomoda.com/foto-armani-collezioni-trajes-de-chaqueta-mujer-gris-marengo-ID948105.htm>
- Con Talento TV (3 abril 2014) *Nominados Premios Iris 2014*. Recuperat de <http://www.contalentotv.com/nominados-premios-iris-2014/>
- Diario de Navarra (19 juliol 2013) Imagen Ana Blanco. Recuperat de http://www.diariodenavarra.es/noticias/mas_actualidad/television/2013/07/19/ana_blanco_presentara_segunda_edicion_del_telediario_tve_124634_1036.html
- Domínguez, M; Del Pozo, J.T. (2012) *La comunicación no verbal como elemento claro en la proyección de la identidad femenina de las presentadoras actuales de informativos*. I Congreso Internacional de Comunicación y Género. Recuperat de <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/34656/Pages%20from%20LIBRO%20ACTAS%20I%20CONGRESO%20COMUNICACION%20Y%20G%C9NERO-2.pdf?sequence=1>
- El Mundo (5 setembre 2004) *¿Le parece bien que los presentadores de los telediarios de TVE aparezcan sin corbata?* Recuperat de <http://www.elmundo.es/debate/2004/09/509/prevotaciones509.html>
- El Mundo (12 setembre 2016) Imatge María Rey. Recuperat de <http://www.elmundo.es/television/2016/09/12/57d44e33468aeb474b8b4679.html>

El País (7 de juliol 2000) *Blanca Álvarez, pionera de Televisión Española*. Recuperat de http://elpais.com/diario/2000/07/07/agenda/962920802_850215.html

El Periódico (1 octubre 2015) *TVE gana en tres de los cuatro telediarios de setiembre*. Recuperat de <http://www.elperiodico.com/es/noticias/tele/audiencias-televisión-tve-informativos-telediario-4554107>

Ecoteuve (s.d) Imatge Ariadna Oltra. El Economista. Recuperada de <http://ecoteuve.eleconomista.es/personaje/presentador-Ariadna-Oltra>

Ella Hoy (s.d.) Imatge Helena Resano, Cristina Saavedra i Cristina Villanueva. Recuperat de http://www.ellahoy.es/pareja/fotos/mamen-mendizabal-y-jose-antonio-ponseti-fotos-de-la-pareja-de-periodistas_8757_5.html

Ella Hoy (s.d.) Imatge Desigual. Recuperat de http://www.ellahoy.es/moda/fotos/desigual-coleccion-invierno-y-fiesta-20152016-fotos-de-los-modelos_18587_23.html

Feria del Libro Sevilla (2014) Imatge Mónica Carrillo. <http://ferialibro Sevilla.blogspot.com.es/2014/05/actividades-del-sabado-24-de-mayo-en.html>

Fernández, J. (1988) *Arte efímero y espacio estético*. Anthropos, Barcelona, Espanya.

Fink, E. (1969) *Mode...ein verführerisches Spiel*, Stuttgart, Birkhäuser. Basilea, Suïssa.

Foz, S. (2014) *Diccionario básico de estilo* Silvia Foz Blog. Recuperat de <http://silviafoz.com/diccionario-basico-de-estilo/>

Frente a la tele (s.d) *Blanca Álvarez, Telediarios*. Recuperat de: <https://frentealatele.wordpress.com/tag/blanca-alvarez/>

Formula TV (4 juliol 2012) *Premios Iris 2012, de la Academia TV, en directo*. Recuperat de <http://www.formulatv.com/noticias/25776/premios-iris-2012-academia-tv-directo/>

Formula TV (8 setembre 2014) Imatge Oriol Nolis i Raquel Martínez. Recuperat de <http://www.formulatv.com/noticias/40206/la-1-referente-informativo-renovacion-telediarios/>

Formula TV (5 gener 2015) Imatge Matías Prats i Susana Griso. Recuperat de <http://www.formulatv.com/fotos/matias-prats-susanna-griso-presentando-noticias/>

Gaziano, C; McGrath, K. (1987) *Newspaper credibility and relationship of newspaper journalist communities*. Journalism Quarterly.

Fotogramas (2 setembre 2016) Nominados a los Premios Iris 2016. Recuperat de <http://www.fotogramas.es/series-television/Nominados-a-los-Premios-Iris-2016>

García, C. (24 novembre 2011) ¿Qué es un stiletto? Diario Femenino. Recuperat de <https://www.diariofemenino.com/moda/calzado/articulos/que-es-un-stiletto/>

Global Media Monitoring Project (2005) GMMP informe 2005. CDN Agility CMS. Recuperat de http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2005/gmmp-report-en-2005.pdf

Global Media Monitoring Project (2010) GMMP informe 2010. CDN Agility CMS. Recuperat de http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2010/global/gmmp_global_report_es.pdf

Global Media Monitoring Project (2015) Titulars d'espainya GMMP informe 2015. CDN Agility CMS. Recuperat de http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2015/national/Spain.pdf

Global Media Monitoring Project (2015) GMMP informe 2015. CDN Agility CMS. Recuperat de http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2015/highlights/highlights_es.pdf

Gómez, R. (12 setembre 2004) *Los Telediaros cambian de imagen*. El País. Recuperat de http://elpais.com/diario/2004/09/12/radiotv/1094940001_850215.html

Hola (24 juliol 2009) *La diferencia generacional entre hombres y mujeres al frente de los informativos: ellas siempre son más jóvenes*. Recuperat de <http://www.hola.com/actualidad/200907249517/edad/presentadores/informativos/>

I Guide TV (2017) Imatge Ramon Pellicer i Agnès Marquès. Recuperat de <http://www.iguide.tv/ficha/31982837/telenoticias-vespre>

Jungle Key (s.d.) Imatge Ana Blanco. Recuperada de
<http://www.junglekey.es/search.php?query=Ana+Blanco&type=image&lang=es®ion=es&img=1&adv=1>

Karen Millen (s.d) Imatge número 1, marca Karen Millen. Recuperat de
http://www.karenmillen.com/es/es/mujer/ropa/pantalones-y-monos/pantalones-pernera-ancha/016758.html?dwvar_016758_color=01&position=17&cgid=trousers

Karen Millen (s.d) Imatge número 2, marca Karen Millen. Recuperat de
http://www.karenmillen.com/es/es/mujer/ropa/tops/top-punto-con-ojales/016824.html?cgid=tops&dwvar_016824_color=81&position=50

Karen Millen (s.d) Imatge número 3, marca Karen Millen. Recuperat de
http://www.karenmillen.com/es/es/mujer/ropa/tops/top-punto-cordones/016814.html?cgid=tops&dwvar_016814_color=72&position=48

Karen Millen (s.d) Imatge número 4, marca Karen Millen. Recuperat de
http://www.karenmillen.com/es/es/mujer/ropa/vestidos/vestido-ponte-bloques/016964.html?dwvar_016964_color=40&position=86&cgid=dresses

La Nueva España (20 juliol de 2015) Imatge David Cantero i Isabel Jiménez. Recuperat de
<http://ocio.lne.es/tv/noticias/nws-432291-david-cantero-despide-sara-carbonero-cuanto-te-vamos-echar-menos.html>

La Sexta Noticias (s.d) A Wikipedia. Recuperat al mes d'abril de 2017:
https://es.wikipedia.org/wiki/La_Sexta_Noticias

La Vanguardia (24 d'octubre de 2014) *Lluvia de críticas al nuevo 'Telediario' sin Oriol Nolis*. Recuperat de
<http://www.lavanguardia.com/television/personajes/20141124/54420173494/oriol-nolis-tve-criticas-telediario.html>

Lecturalia (2017) *Mónica Carrillo*. Recuperat de
<http://www.lecturalia.com/autor/18901/monica-carrillo>

Look and Fashion (2014) *Blazer o americana?* Revista Hola. Recuperat de
<http://lookandfashion.hola.com/conmde moda/20140606/blazer-o-americana/>

Lorite, N. (2011) *Informative Treatment of Immigration and Intercultural Dynamics of Spanish Mass Media*. Article inclòs al llibre: Uretra, Ivan (2011) *Media, migration and public opinion: myths, prejudices and the challenge of attaining mutual understanding between Europe and North Africa*. Ben, Suïssa, Peter Lang.

Lovely Whole Sale (s.d) Imatge stiletto. Recuperat de
<http://www.lovelywholesale.com/wholesale-fashion+pointed+toe+closed+stiletto+high+heel+basic+nude+color+pu+pumps-g117174.html>

Mango (s.d) Imatge número 1 de la marca Mango. Recuperat de:
http://shop.mango.com/ES/p0/mujer/prendas/vestidos/cortos/vestido-cruzado-floral?id=81019046_43&n=1&s=prendas.vestidos

Mango (s.d) Imatge número 1 de la marca Mango. Recuperat de:
http://shop.mango.com/ES/p0/mujer/prendas/faldas/cortas/falda-volante-bajo?id=81095567_PL&n=1&s=prendas.faldas

Mango (s.d) Imatge número 1 de la marca Mango. Recuperat de:
http://shop.mango.com/ES/p0/mujer/prendas/jeans/rectos/jeans-straight-eyelets?id=83079030_TC&n=1&s=prendas.tejanos

Mango (s.d) Imatge número 1 de la marca Mango. Recuperat de:
<http://shop.mango.com/ES/p0/mujer/prendas/jeans/relaxed/jeans-relaxed-crop-cigar?id=83068805&n=0&ts=1493586160413>

Martín, A. (28 de maig de 2010) *Diccionario de estilo: estilos de moda*. Guia de estilo Imagin makers Blog. Recuperat de
<http://asesoriadeimagenimakers.blogspot.com.es/2010/05/diccionario-de-estilo-estilos-de-moda.html>

Matías Prats Luque (s.d.) A Wikipedia. Recuperat el mes d'abril de 2017:
https://es.wikipedia.org/wiki/Mat%C3%ADas_Prats_Luque

Mayol, C. (5 de novembre de 2012) *Diccionario de moda: los estilos por su nombre*. Nosotras. Recuperat de <http://www.nosotras.com/moda/abc-de-estilo-339257>

Metzger, Miriam J.; Flanagin, Andrew J. (2003) *Credibility for the 21st century: integrating perspectives on source, message and media credibility in the contemporary media environment*. Communication yearbook, v. 27.

Mouriz, J. (2009) *Periodistas con mayor credibilidad en España 2008*. Recuperat de https://issuu.com/jmouriz/docs/periodistas_08

Movies.Pics (s.d) Imatge Agnès Marquès. Recuperat de http://movies.pics/biography/Marqu%C3%A8s,_Agn%C3%A8s

Mujer de élite (s.d.) *Los palazzo, el pantalón de moda*. Recuperat de <http://www.mujerdeelite.com/articulos/1629/los-palazzo-el-pantalon-de-moda>

Notícies Cuatro (s.d.) A Wikipedia. Recuperat el mes d'abril de 2017: https://es.wikipedia.org/wiki/Noticias_Cuatro

Ocio News (s.d.) Imatge Sandra Golpe i María Rey. Recuperat de <https://www.ocionews.com/sandra-golpe-esperamos-los-espectadores-sientan-la-sensibilidad-la-hacemos-informativo/>

Ofertalandia (s.d) Imatge brusa coll amb cordons. Recuperat de <http://www.ofertalandia.es/oto%C3%B1o-casual-cuello-pico-blusa-con-cordones-con-cuello-y-con-manga-acampanada-p-182.html>

Perez, J. (21 de maig de 2013) *Entrevista a Mayra del Pilar, estilista de Sara Carbonero*. Nosotras. Recuperat de <http://www.nosotras.com/actualidad/entrevista-a-mayra-del-pilar-369725>

Personality Media (2015) *Análisis de Imagen de Cadenas de Televisión*. Recuperat de http://www.personalitymedia.es/sitio/images/nota/PDF/Personality_Media-Cadenas_TV_V2.pdf

Pinterest (s.d) Imatge blazer blanc. Recuperat de <https://es.pinterest.com/pin/433541901610938142/>

Ponce. R (3 de març de 2015) *El reto de vestir a las mujeres noticia*. Bluper, El Español. Recuperat de <http://bluper.elespanol.com/noticias/reto-vestir-mujeres-noticia>

Redondo, D. (7 de març de 2015) *Noemí de Miguel: la ambición tiene que dejar de ser una palabra negativa*. La mujer en la televisión. Cadena Ser. Recuperat de http://cadenaser.com/ser/2015/03/07/television/1425720137_561650.html

Redondo, D. (7 de març de 2015) *Mariló Montero: aún hay mujeres florero en televisión*. La mujer en la televisión. Cadena Ser. Recuperat de

http://cadenaser.com/ser/2015/03/07/television/1425697608_084704.html

Redondo, D. (7 de març de 2015) *Sandra Barneda: la mujer es antes objeto de deseo que profesional*". La mujer en la televisión. Cadena Ser. Recuperat de

http://cadenaser.com/ser/2015/03/07/television/1425722309_376217.html

Redondo, D. (7 de març de 2015) *Ana Belén Roy: una mujer no puede envejecer delante de una pantalla*. La mujer en la televisión. Cadena Ser. Recuperat de

http://cadenaser.com/ser/2015/03/07/television/1425697129_979105.html

Redondo, D. (7 de març de 2015) *Isabel Jiménez: parece que el ser mujer y joven da derecho a cuestionar por qué estás ahí*. La mujer en la televisión. Cadena Ser. Recuperat de

http://cadenaser.com/ser/2015/03/07/television/1425721563_493844.html

Rivière, M. (2014) *Diccionario de la moda*. Debolsillo. Barcelona, España.

Roberto Verino (s.d) Imatge número 1 de la marca Roberto Verino. Recuperat de

<https://www.robertoverino.com/tienda/es/vestidos-mujer-verano-2017/997967604-vestido-pespuntes-rojo-8433815262370.html>

Roberto Verino (s.d) Imatge número 2 de la marca Roberto Verino. Recuperat de

<https://www.robertoverino.com/tienda/5030244-12070-large/pantalon-recto-azul-klein.jpg>

Roberto Verino (s.d) Imatge número 3 i 4 de la marca Roberto Verino. Recuperat de

<https://www.robertoverino.com/tienda/es/camisasyblusas-mujer-verano-2017/997967244-top-escote-lagrima-beige-8433815260574.html>

Rodríguez, JJ. (2008) *El vestuario de los presentadores de TV*. JJ. Rodríguez Lewis Blog.

Recuperat de: <http://jjrodriguez-lewis.blogspot.com.es/2008/12/el-vestuario-de-los-presentadores-de-tv.html>

Ropa de Mujer (2017) Imatge brusa de maniga francesa. Recuperat de

<http://ropamodamujer.es/elogynuevo-en-catalogo-primavera-verano-2017/blusa-de-manga-francesa/>

Rubiom, M. (2012) *Consejos para salir en TV*. María Rubiom Blog. Recuperat de:

<https://mariarubiom.wordpress.com/2012/09/20/consejos-para-salir-en-television/>

Salgado, A. (2007) *La credibilidad del presentador de programas informativos en la televisión. Definición y cualidades constitutivas*. Communication & Society. Recuperat de: http://www.unav.es/fcom/communication-society/es/resumen.php?art_id=53

Sastreria Hernandez (s.d) Imatge Ameriana. Recuperat de <http://sastreriahernandez.com/producto/uniformes-azafatas-americana-botones/>

Senillosa, B. (2009) *El libro de la buena educación: una guía completa de cómo comportarse en la sociedad* (Capítol: La etiqueta del vestir). El Aleph Editores. Barcelona, Espanya.

Sincroguia TV (2013) Imatge Javier Ruiz. Recuperada de https://sincroguia.tv/programas/Z7L9_SPA/las-mananas-de-cuatro

S-Media Cache (s.d.) Imatge vestit vermell. Recuperat de <https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/736x/99/81/36/99813673bab5833fc3dc518ace469905.jpg>

Soma Comunicación (24 de febrer de 2016) *Presentadoras de televisión: entre la profesionalidad y la imagen*. Recuperat de <http://somacomunicacion.com/presentadoras-en-television-entre-la-profesionalidad-y-la-imagen/>

Squicciarino, Nicola (2012) *El vestido habla: consideraciones psico-sociológicas*. Catedra. Madrid, Espanya.

Telecinco (13 febrer de 2015) Imatge José Ribagorda i Carme Chaparro. Recuperat de http://www.telecinco.es/informativos/informativos_fin_de_semana/Informativos_Fin_de_Semana-Jose_Ribagorda-Carme_Chaparro_2_2098980074.html

Telecinco (16 febrer de 2017) Imatge Roberto Fernández i Alba Lago. Recuperat de http://www.telecinco.es/informativos/informativo_matinal/Informativo_Matinal-Roberto_Fernandez-Alba_Lago_2_2325255029.html

TP Diez Minutos (2015) Imatge Roberto Arce i Marta Reyero. Recuperat de <http://admin.emprendedores.hachette.es/famosos-televison/2015/agosto/famosos-con-50-anos/jesus-vazquez>

Telecinco (1 abril de 2017) Imatge José Ribagorda i Ángeles Blanco. Recuperat de http://www.telecinco.es/informativos/informativos_fin_de_semana/Informativos-Telecinco-Fin-Semana-jose-ribagorda-angeles-blanco_2_2348355101.html

Teleprograma (2012) Imatge David Cantero i Marta Fernández. Diez Minutos. Recuperat de <http://teleprograma.diezminutos.es/programas-tv/2012/marzo/marta-fernandez-las-mananas-de-cuatro>

Teleprograma (2014) Imatge Ana Ibañez i Diego Losada. Diez Minutos. Recuperat de <http://teleprograma.diezminutos.es/programas-tv/2014/septiembre/ana-ibanez-y-diego-losada-telediario-matinal-de-la-1/1>

Teleprograma (2016) Imatge Helena Resano. Diez Minutos. Recuperat de <http://teleprograma.diezminutos.es/programas-tv/2016/marzo/helena-resano-lider-en-audiencia-aniversario-la-sexta-noticias-hemos-sabido-arriesgar>

Varela, J. (14 setembre del 2009) *Cae la credibilidad de los medios*. Soitu.es . Recuperat de http://www.soitu.es/soitu/2009/09/14/sociedadcableada/1252936601_461464.html

Veiga, Y. (21 novembre 2010) *Ana Blanco cumple 20 años en TVE*. Ideal.es. Recuperat de <http://www.ideal.es/granada/v/20101121/sociedad/blanco-cumple-anos-20101121.html>

Vicente, M; Monclús, B. (2009) *La creación de imagen de marca a través de los servicios informativos: claroscuros de los noticiarios españoles*. II Congreso Internacional de teoría y técnica de los medios audiovisuales. Recuperat de: <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/34043/Miguel%20Vicente%20Mari%C3%B1o%20y%20Bel%C3%A9n%20Moncl%C3%BAs.pdf;sequence=1>

Yoox (s.d) Imatge número 1 Armani. Recuperat de: https://www.yoox.com/es/49256368WW/item#dept=women&sts=sr_women80&cod10=49256368WW&sizeId=7&sizeName=44

Yoox (s.d) Imatge número 2 Armani. Recuperat de: https://www.yoox.com/es/49258651IS/item#dept=women&sts=sr_women80&cod10=49258651IS&sizeId=&sizeName=

Yoox (s.d) Imatge número 3 Armani. Recuperat de: https://www.yoox.com/es/49250145BO/item#dept=women&sts=sr_women80&cod10=49250145BO&sizeId=4&sizeName=38

Yoox (s.d) Imatge número 4 Armani. Recuperat de:

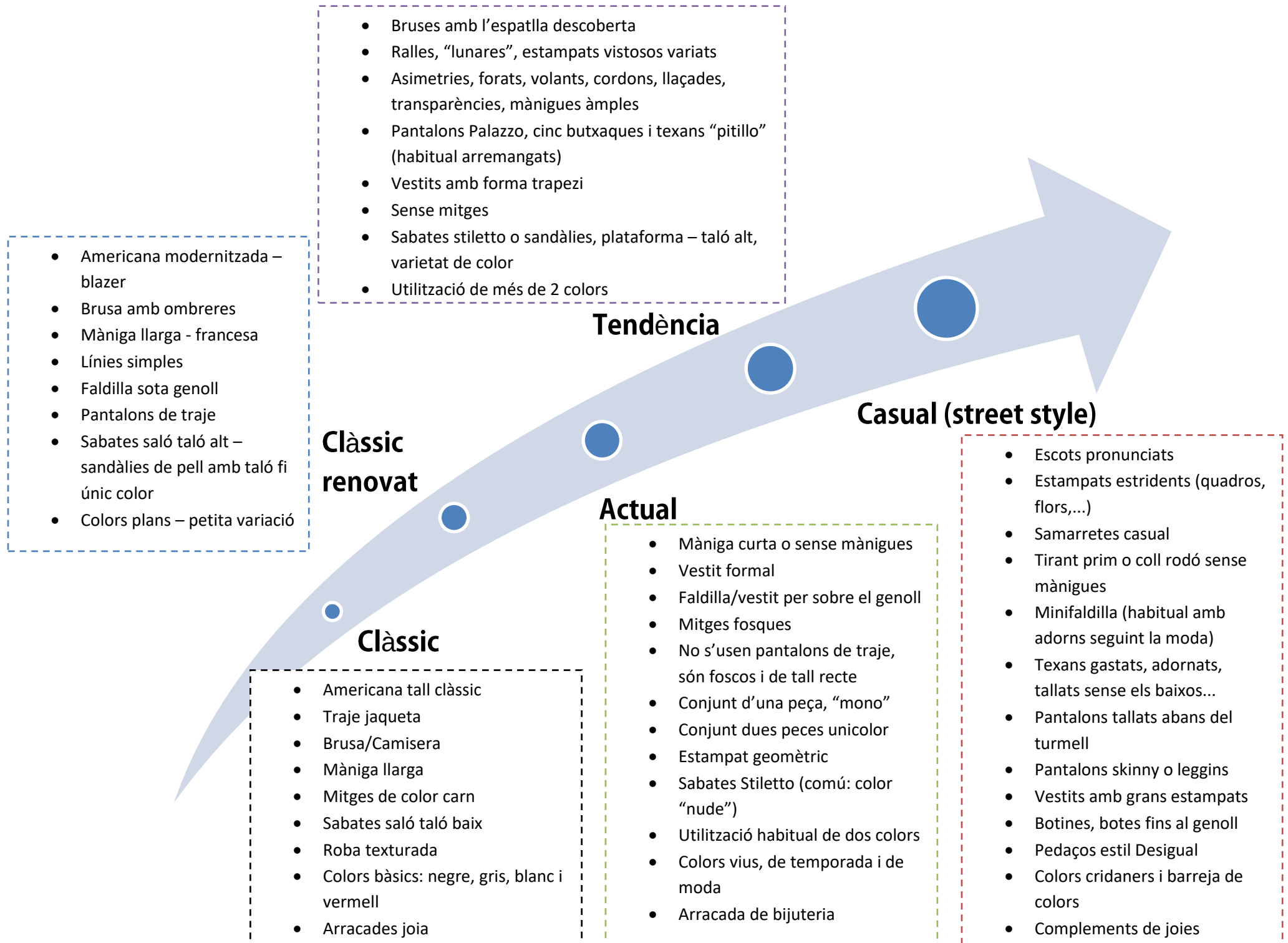
https://www.yoox.com/es/49225908KX/item#dept=women&sts=sr_women80&cod10=49225908KX&sizeId=6&sizeName=42

Yoox (s.d) Imatge número 5 Armani. Recuperat de:

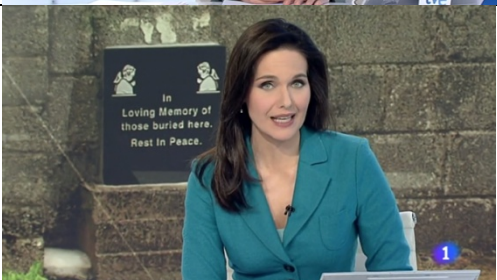
<https://www.yoox.com/es/49256367HK/item#dept=women&sts=SearchResult&cod10=49256367HK&sizeId=&sizeName=>

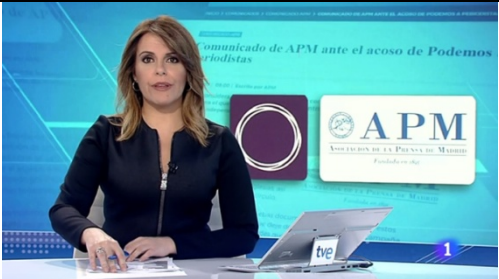
Woménalia (28 març 2017) *Noemí De Miguel, periodista: las mujeres tenemos que trabajar el doble para adquirir credibilidad*. Recuperat de <https://www.womenalia.com/es/hoy-en-womenalia/80-entrevistas/6318-noemi-de-miguel-periodista-las-mujeres-tenemos-que-trabajar-el-doble-para-adquirir-credibilidad>

20 Minutos (26 febrer 2016) Matías Prats regresa a Informativos Antena 3. Recuperat de <http://www.20minutos.es/noticia/2683777/0/matias-prats/regresa-informativos-antena3/meses-baja/>



Data	Edició	Imatge	Anàlisi
1 març de 2017	8h Matí		- Sense americana: brusa amb ombreres - Roba texturada - Variació de colors discreta - Màniga llarga Clàssic - clàssic renovat
1 març de 2017	15h Migdia		- Americana modernitzada: cremallera, detalls de cuir i a dos colors Clàssic renovat
1 març de 2017	21h Vespre		- Sense americana - Brusa clàssica de màniga llarga - Color bàsic i pla Clàssic renovat
2 març de 2017	8h Matí		- Sense americana - Camisera blanca màniga llarga 'panadera' amb detall en l'escot (a tenir en compte l'ús d'una camisa interior) Clàssic renovat
2 març de 2017	15h Migdia		- Sense americana - Brusa de tall formal - Màniga llarga - Variació de color discreta Clàssic renovat
2 març de 2017	21h Vespre		- Americana de tall formal però amb el coll modernitzat - Ús de colors bàsics i plans - Màniga llarga - Botó cordat Clàssic - clàssic renovat

3 març de 2017	8h Matí		- Sense americana - Brusa de màniga llarga - Petita variació de color - Detalls de tendència amb les "tatxes" al pit i les espatlles
3 març de 2017	15h Migdia		- Sense americana - Brusa de línies simples - Màniga tres quarts - Color pla
3 març de 2017	21h Vespre		- Americana de tall clàssic i embotonada - Colors plans però amb el verd (tenint en compte que no és un color bàsic)
4 març de 2017	15 i 21h Migdia i Vespre Cap de setmana		- Americana de tall clàssic i embotonada - Colors plans - Detall de la butxaca al pit
5 març de 2017	15 i 21h Migdia i Vespre Cap de setmana		- Americana de tall clàssic i embotonada - Coll camiser - Color pla
6 març de 2017	8h Matí		- Brusa a dos colors amb detalls de transparències i cuir seguint la tendència - Màniga tres quarts - A dos colors

6 març de 2017	15h Migdia		- Americana modernitzada: cremallera i coll - Color pla, bàsic i màniga llarga	Clàssic renovat
6 març de 2017	21h Vespre		- Vestit formal de màniga tres quarts - Color pla - Ombreres	Clàssic renovat - actual
7 març de 2017	8h Matí		- Vestit formal de màniga llarga, hombreres, coll rodó sense escot i detall del cinturó clàssic	Clàssic renovat - actual
7 març de 2017	15h Migdia		- Camisera de màniga llarga, color pla, sense coll i cordada al segon botó	Clàssic renovat
7 març de 2017	21h Vespre		- Americana de tall clàssic i embotonada - Color pla i neutre	Clàssic
8 març de 2017	8h Matí		- Brusa de màniga tres quarts - Color bàsic però amb detall de 'llunars' negres	Actual

8 març de 2017	15h Migdia		- Americana modernitzada: cremallera i coll camiser - Color pla i màniga llarga però amb detall de gris a la màniga
8 març de 2017	21h Vespre		- Americana de tall clàssic i embotonada - Camisera clàssica blanca de botons - Colors plans i bàsics
9 març de 2017	8h Matí		- Brusa de màniga tres quarts - Dos colors - Detalls de cuir a les espatlles
9 març de 2017	15h Migdia		- Brusa de màniga tres quarts amb dos colors - Colors bàsics
9 març de 2017	21h Vespre		- Americana de tall clàssic i màniga llarga però modernitzada amb el coll i la cremallera - Color pla i bàsic
10 març de 2017	8h Matí		- Rebeca formal de botons i màniga llarga - Oberta amb una brusa de llenceria a sota

10 març de 2017	15h Migdia		- Brusa de màniga tres quarts - Color pla Clàssic renovat
10 març de 2017	21h Vespre		- Camisera de botons panadera de màniga llarga - Color pla - A destacar el fet que estigui descordada fins al pit Clàssic renovat
11 març de 2017	15 i 21h Migdia i Vespre Cap de Setmana		- Vestit formal - Coll obert, destaca la forma d'aquest - Color pla - Roba texturada Actual
12 març de 2017	15 i 21h Migdia i Vespre Cap de setmana		- Americana de tall clàssic i embotonada - Brusa interior seguint el mateix color - Colors plans Clàssic
13 març de 2017	8h Matí		- Brusa informal de dos colors amb detall cremallera i teixit modern - Colors plans Actual
13 març de 2017	15h Migdia		- Americana de tall clàssic i embotonada - Brusa interior - Colors bàsics Clàssic

13 març de 2017	21h Vespre		- Americana de tall clàssic i embotonada - Brusa clàssica blanca interior - Colors plans Clàssic
14 març de 2017	8h Matí		- Americana modernitzada amb la cremallera i el coll - Colors plans i bàsics Clàssic renovat
14 març de 2017	15h Migdia		- Brusa de màniga tres quarts i hombreres - Color pla Clàssic renovat
14 març de 2017	21h Vespre		- Americana de tall clàssic i embotonada - Brusa clàssica blanca interior - Colors plans (a tenir en compte el rosat cridaner) Clàssic - clàssic renovat
15 març de 2017	8h Matí		- Brusa de línies simples i màniga llarga - Color pla i bàsic Clàssic renovat
15 març de 2017	15h Migdia		- Americana modernitzada amb la cremallera i el coll - Brusa interior - Colors plans Clàssic renovat

15 març de 2017	21h Vespre		- Americana de tall clàssic però no el coll - Arracades joia - Colors bàsics	Clàssic
16 març de 2017	8h Matí		- Vestit formal de màniga llarga - Color pla i bàsic - Peça de teixit texturat	Clàssic renovat
16 març de 2017	15h Migdia		- Brusa de màniga tres quarts amb doble teixit, a destacar el cuir - Color pla i bàsic	Actual
16 març de 2017	21h Vespre		- Americana de tall clàssic i embotonada - Brusa interior - Colors plans però moderns	Clàssic – clàssic renovat
17 març de 2017	8h Matí		- Brusa de màniga curta - Doble teixit amb cuir - Combinació de dos colors	Tendència
17 març de 2017	15h Migdia		- Americana modernitzada amb la cremallera i el coll - Colors bàsics	Clàssic renovat

17 març de 2017	21h Vespre		- Americana de tall clàssic i embotonada - Brusa interior - Colors plans però un blau de tendència Clàssic - clàssic renovat
18 març de 2017	15 i 21h Migdia I Vespre Cap de setmana		- Americana de tall clàssic i embotonada però amb el coll modernitzat - Colors plans però moderns Clàssic renovat
19 març de 2017	15 i 21h Migdia I Vespre Cap de setmana		- Vestit formal de màniga curta i línies simples - Color pla Actual
20 març de 2017	8h Matí		- Brusa sense mànigues - Tires groixudes - Combinació de colors Actual
20 març de 2017	15h Migdia		- Brusa de botons de línies simples amb coll camiser i botons, màniga llarga - Color pla Clàssic renovat
20 març de 2017	21h Vespre		- Americana de tall clàssic i embotonada - Color bàsic i pla - Arracada joia Clàssic

21 març de 2017	8h Matí		- Vestit formal de màniga curta i línies simples - Color pla	Actual
21 març de 2017	15h Migdia		- Vestit amb coll de camiser de botons però modernitzada amb les dues cremalleres al pit - Color pla	Actual
21 març de 2017	21h Vespre		- Americana de tall clàssic i embotonada - Brusa interior - Colors plans - Arracada joia	Clàssic
22 març de 2017	8h Matí		- Americana de tall clàssic amb tancament i coll modernitzats - Colors plans	Clàssic renovat
22 març de 2017	15h Migdia		- Camisera de màniga llarga amb coll clàssic però amb detall al pit i mànigues amb transparències - Color bàsic i pla	Clàssic renovat
22 març de 2017	21h Vespre		- Americana de tall clàssic i embotonada - Brusa interior amb petit estampat	Clàssic renovat

23 març de 2017	8h Matí		- Vestit formal sense mànigues i línies simples - Color pla i bàsic Clàssic renovat - actual
23 març de 2017	15h Migdia		- Americana modernitzada amb el coll i el tancament - Peça texturada - Brusa interior Clàssic renovat
23 març de 2017	21h Vespre		- Americana de tall clàssic i embotonada - Brusa interior - Colors plans - Arracada joia Clàssic
24 març de 2017	8h Matí		- Americana modernitzada amb el coll i la cremallera - Colors plans i bàsics Clàssic renovat
24 març de 2017	15h Migdia		- Brusa de màniga llarga i coll pic - Color de tendència - Sense hombreres Clàssic renovat - actual
24 març de 2017	21h Vespre		- Camisera formal de botons - Colors plans i bàsics - A destacar sense americana Clàssic renovat

25 març de 2017	15 i 21h Migdia I Vespre Cap de setmana		- Vestit formal texturat de màniga llarga - Colors bàsics Clàssic renovat
26 març de 2017	15 i 21h Migdia I Vespre Cap de setmana		- Americana de tall clàssic amb coll camiser i cremallera - Color pla i bàsic Clàssic renovat
27 març de 2017	8h Matí		- Vestit formal de línies simples amb detalls de cuir a l'escot Actual
27 març de 2017	15h Migdia		- Brusa de màniga tres quarts amb dos teixits diferents, a destacar el cuir - Color pla i en tendència Actual
27 març de 2017	21 h Vespre		- Americana sense coll i amb cremallera - Peça texturada de color bàsics - Arracada joia Clàssic – clàssic renovat
28 març de 2017	8h Matí		- Vestit formal de línies simples i màniga llarga - Color pla Clàssic renovat - actual

28 març de 2017	15h Migdia		- Americana de tall clàssic però no embotonada - Brusa interior de color de temporada - Colors plans Clàssic renovat - actual
28 març de 2017	21h Vespre		- Americana de tall clàssic i embotonada - Color pla - Arracada joia Clàssic
29 març de 2017	8h Matí		- Brusa d'estil camiserà, màniga curta i butxaques al pit - Mànigues amples i teixit que sembla pell, "ante", seguint la tendència - Colors plans i bàsics Actual – Tendència
29 març de 2017	15h Migdia		- Brusa de línies simples i de màniga llarga - Color pla i bàsic Clàssic renovat
29 març de 2017	21h Vespre		- Americana de tall clàssic i embotonada - Brusa clàssica blanca interior - Colors plans - Arracada joia Clàssic
30 març de 2017	8h Matí		- Vestit formal de línies simples amb detall de cremallera rodejant la cintura - Màniga llarga - Color pla Actual

30 març de 2017	15h Migdia		- Brusa de línies simples i màniga tres quarts - Coll modernitzat - Color pla Clàssic renovat
30 març de 2017	21h Vespre		- Americana de tall clàssic però modernitzada amb coll i cremalleres - Color pla - Arracades joia Clàssic renovat
31 març de 2017	8h Matí		- Vestit formal de roba texturada i màniga llarga - Color bàsic i pla Actual
31 març de 2017	15h Migdia		- Brusa de màniga tres quarts amb detall al final, brodat i amples seguint la tendència Actual
31 març de 2017	21h Vespre		- Americana de tall clàssic i embotonada - Brusa interior - Colors plans però moderns Clàssic – clàssic renovat

Data	Edició	Imatge	Anàlisi
1 de març de 2017	6:30 Matinal		- Brusa màniga tres quarts - Coll amb detall tendència - Combinació de dos colors Clàssic renovat – actual – tendència
1 de març de 2017	15:00 Migdia		- Sense americana - Màniga llarga - Línies simples - Color bàsic Clàssic renovat
2 de març de 2017	6:30 Matinal		- Sense americana - Brusa màniga tres quarts - Color de temporada - Color pla Clàssic renovat - actual
2 de març de 2017	15:00 Migdia		- Sense americana - Màniga tres quarts - Línies simples - Color pla Clàssic renovat
3 de març de 2017	6:30 Matinal		- Sense americana - Brusa de màniga tres quarts - Color de moda - Línies simples - Color pla Clàssic renovat – actual
3 de març de 2017	15:00 Migdia		- Sense americana - Màniga tres quarts - Color de moda - Color pla - Línies simples Clàssic renovat – actual

4 de març de 2017	Cap de setmana 15:00 i 21:00		- Sense americana - Brusa màniga tres quarts - Color bàsic i pla - Línies simples Clàssic renovat
5 de març de 2017	Cap de setmana 15:00 i 21:00		- Sense americana - Vestit formal - Màniga curta - Color bàsic i pla - Línies simples Actual
6 de març de 2017	6:30 Matinal		- Sense americana - Brusa de màniga tres quarts - Línies simples - Color pla Clàssic renovat – actual
6 de març de 2017	15:00 Migdia		- Sense americana - Brusa de màniga curta - Línies simples - Color pla Clàssic renovat – actual
7 de març de 2017	6:30 Matinal		- Sense americana - Brusa de màniga tres quarts - Dos colors - Estampat de ralles Actual – tendència

7 de març de 2017	15:00 Migdia		- Sense americana - Brusa sense mànigues (tira ampla) - Color de temporada - Línies simples - Color pla
			Actual
8 de març de 2017	6:30 Matinal		- Sense americana - Brusa de màniga llarga - Detall al colze: volants - Color bàsic - Color pla
			Clàssic renovat – Tendència
8 de març de 2017	15:00 Migdia		- Sense americana - Brusa de màniga llarga - Línies simples - Petita variació de color
			Clàssic renovat
9 de març de 2017	6:30 Matinal		- Sense americana - Brusa de màniga tres quarts - Color bàsic - Línies simples - Color pla
			Clàssic renovat – actual
9 de març de 2017	15:00 Migdia		- Sense americana - Brusa de màniga tres quarts - Color viu - Línies simples - Color pla
			Clàssic renovat – actual

10 de març de 2017	6:30 Matinal		- Sense americana - Brusa de màniga curta - Línies simples - Color pla Clàssic renovat – actual
10 de març de 2017	15:00 Migdia		- Sense americana - Brusa sense mànigues (tira ampla) - Color bàsic - Línies simples - Color pla Actual
11 de març de 2017	Cap de setmana 15:00 i 21:00		- Sense americana - Vestit - Tires amples - Forat a l'escot Actual – tendència
12 de març de 2017	Cap de setmana 15:00 i 21:00		- Sense americana - Vestit - Tires amples - Color de moda - Color pla Actual
13 de març de 2017	6:30 Matinal		- Sense americana - Brusa de màniga curta - Estil polo – esportiu - Color pla Actual

13 de març de 2017	15:00 Migdia		- Sense americana - Brusa de màniga llarga - Color bàsic - Línies simples - Color pla Clàssic renovat – actual
14 de març de 2017	6:30 Matinal		- Sense americana - Brusa de màniga llarga - Línies simples - Color pla Clàssic renovat – actual
14 de març de 2017	15:00 Migdia		- Sense americana - Brusa de màniga tres quarts - Color bàsic - Línies simples - Color pla Clàssic renovat – actual
15 de març de 2017	6:30 Matinal		- Sense americana - Brusa de màniga llarga - Línies simples - Color pla - Color viu Clàssic renovat – actual
15 de març de 2017	15:00 Migdia		- Sense americana - Brusa de màniga llarga - Línies simples - Color pla - Color bàsic Clàssic renovat – actual

16 de març de 2017	6:30 Matinal		- Sense americana - Brusa de màniga llarga - Més de dos colors - Estampat de ralles Actual – tendència
16 de març de 2017	15:00 Migdia		- Sense americana - Brusa de màniga curta - Línies simples - Color pla - Color bàsic Clàssic renovat – actual
17 de març de 2017	6:30 Matinal		- Sense americana - Brusa de màniga llarga - Dos colors - Estampat de ralles Actual – tendència
17 de març de 2017	15:00 Migdia		- Sense americana - Brusa sense mànigues (tira ampla) - Combinació 2 colors - Colors bàsic - Estampat geomètric Actual
17 de març de 2017	21:00 Vespre (substitució Piqueras)		- Sense americana - Brusa sense mànigues (tira ampla) - Combinació 3 colors - Colors bàsic - Estampat geomètric Actual-tendència
18 de març de 2017	Cap de setmana 15:00 i 21:00		- Sense americana - Vestit formal - Màniga curta - Color bàsic i pla - Línies simples Actual

19 de març de 2017	Cap de setmana 15:00 i 21:00		- Sense americana - Vestit formal - Màniga curta - Color pla - Línies simples
21 de març de 2017	6:30 Matinal		- Sense americana - Brusa de màniga curta - Línies simples - Dos colors
21 de març de 2017	15:00 Migdia		- Sense americana - Brusa sense mànigues (tira ampla) - Color bàsic - Línies simples - Color pla
22 de març de 2017	6:30 Matinal		- Sense americana - Brusa de màniga llarga - Línies simples - Color pla - Color viu
22 de març de 2017	15:00 Migdia		- Sense americana - Brusa de màniga llarga - Línies simples - Color pla - Color bàsic

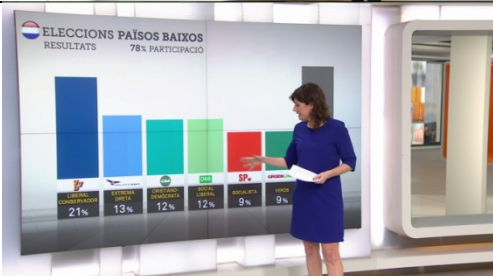
22 de març de 2017	6:30 Matinal		- Sense americana - Brusa de màniga llarga - Dos colors - Colors bàsics - Estampat de ralles Actual – tendència
22 de març de 2017	15:00 Migdia		- Sense americana - Brusa de màniga curta - Línies simples - Color pla - Color viu Actual
23 de març de 2017	6:30 Matinal		- Sense americana - Brusa de màniga llarga - 3 colors - Colors vius - Estampat geomètric Actual – Tendència
23 de març de 2017	15:00 Migdia		- Sense americana - Brusa de màniga tres quarts - Línies simples - Color pla - Color viu Clàssic renovat - actual
24 de març de 2017	6:30 Matinal		- Sense americana - Brusa de màniga llarga - Dos colors - Colors bàsics - Estampat de ralles Actual – tendència

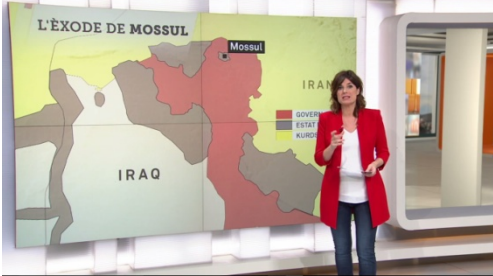
24 de març de 2017	15:00 Migdia		- Sense americana - Brusa sense mànigues (tira ampla) - Color de moda - Línies simples - Color pla Actual
25 de març de 2017	Cap de setmana 15:00 i 21:00		- Sense americana - Brusa de màniga llarga - Color pla i bàsic - Línies simples Clàssic renovat
26 de març de 2017	Cap de setmana 15:00 i 21:00		- Sense americana - Màniga tres quarts - Color pla - Línies simples - Color viu Actual
28 de març de 2017	6:30 Matinal		- Sense americana - Brusa de màniga llarga - Línies simples - Color pla - Detall de l'ombro Clàssic renovat – actual
28 de març de 2017	15:00 Migdia		- Sense americana - Brusa de màniga tres quarts - Línies simples - Color pla - Color bàsic Clàssic renovat ?

29 de març de 2017	6:30 Matinal		- Sense americana - Brusa de màniga curta - Línies simples - Color pla - Color de moda	Actual
29 de març de 2017	15:00 Migdia		- Sense americana - Brusa de màniga tres quarts - Línies simples - Color pla - Color viu - Estampat geomètric	Actual
30 de març de 2017	6:30 Matinal		- Sense americana - Màniga llarga - Línies simples - Roba texturada	Clàssic - clàssic renovat
30 de març de 2017	15:00 Migdia		- Sense americana - Brusa de màniga curta - Línies simples - Color pla - Color bàsic	Clàssic renovat?
31 de març de 2017	6:30 Matinal		- Sense americana - Brusa de màniga llarga - Línies simples - Color pla	Clàssic renovat – actual

31 de març de 2017	15:00 Migdia		- Sense americana - Brusa de màniga curta - Línies simples - Color pla - Color bàsic Clàssic renovat?
---	-------------------------	---	--

Data	Edició	Imatge	Anàlisi
1 de març de 2017	14:30h Migdia		- Americana clàssica però arremangada=toc desenfadat - Brusa amb detall de llenceria Clàssic renovat – actual
2 de març de 2017	14:30h Migdia		- Americana tall clàssic però amb el detall de les “tatxes” d’or al coll =toc modern - Un dels colors bàsics - Línies simples Clàssic – clàssic renovat
3 de març de 2017	14:30h Migdia		- Vestit formal - Tall per sobre el genoll - Mitges fosques - Stiletto Actual
6 de març de 2017	14:30h Migdia		- Vestit formal - Tall per sobre els genolls - Sense mitges - Stiletto Actual - Tendència
7 de març de 2017	14:30h Migdia		- Vestit formal - Tall per sobre els genolls - Mitges fosques Actual
8 de març de 2017	14:30h Migdia		- Americana tall clàssic de color bàsic - Brusa amb detall línies simples - Texans “pitillo” arremangats (destaca) - Stiletto en nude Clàssic renovat-Actual-Tendència

13 de març de 2017	14:30h Migdia		- Americana tall clàssic però de color de moda - Brusa amb detall de llenceria - Texans foscos - Stiletto nude Clàssic renovat - Actual
14 de març de 2017	14:30h Migdia		- Brusa blanca de botons - Màniga arremangada - francesa - Pantalons foscos cinc butxaques - Stiletto Clàssic renovat –actual
15 de març de 2017	14:30h Migdia		- Estampat de lunars - Transparència a l'espatlla - Pantalons foscos cinc butxaques Tendència
16 de març de 2017	14:30h Migdia		- Vestit formal - Color de moda - Tall per sobre genolls - Sense mitges Actual
17 de març de 2017	14:30h Migdia		- Americana de tall clàssic però llarga amb tatxes daurades - Brusa de color pla - Texans pitillo i arremangats - Stiletto Clàssic renovat – tendència
18 de març de 2017	14:30 i 21h Migdia i Vespre Cap de setmana		- Americana tall clàssic de color bàsic - Conjunt de més de dos colors - Pantalons foscos cinc butxaques Clàssic renovat - actual

19 de març de 2017	14:30h Migdia Cap de setmana		- Vestit formal - Màniga curta - Color viu - Sense mitges - Stiletto nude Actual
19 de març de 2017	21h Vespre Cap de setmana		- Vestit formal però amb forma de trapezi - Màniga curta - Sense mitges - Stiletto nude Actual
20 de març de 2017	14:30h Migdia		- Americana de tall clàssic però llarga de color de temporada i coll actual - Brusa de color pla - Texans foscos Clàssic renovat - actual
21 de març de 2017	14:30h Migdia		- Brusa blanca de botons i coll però arremangada de mànigues i amb doble acabat - Texans pitillo arremangats - Stiletto nude Clàssic renovat - actual - tendència
22 de març de 2017	14:30h Migdia		- Americana de tall clàssic - Brusa de llenceria - Texans foscos pitillo arremangats - Stiletto Clàssic renovat - actual
23 de març de 2017	14:30h Migdia		- Brusa màniga tres quarts - Pantalons cinc butxaques - Colors plans Actual

24 de març de 2017 *dia de dol? Accident d'avió	14:30h Migdia		- Americana de tall clàssic color bàsic però llarga i amb coll actual - Brusa de color bàsic - Texans foscos arremangats - Stiletto nude Clàssic renovat – Actual
25 de març de 2017	14:30 i 21h Migdia i Vespre Cap de Setmana		- Brusa amb volants a les mànigues i detall de cremallera a l'escot - Faldilla de tall sobre genoll - Mitges fosques - Stiletto Actual - Tendència
26 de març de 2017	14:30 i 21h Migdia i Vespre Cap de Setmana		- Vestit formal - Màniga curta - Tall sobre genoll - Sense mitges Actual
27 de març de 2017	14:30h Migdia		- Brusa blanca de botons (toc renovat pel coll i les mànigues) - Pantalons foscos cinc butxaques - Stiletto Actual
28 de març de 2017	14:30h Migdia		- Americana de tall clàssic - Colors bàsics (+ de 2) - Pantalons foscos cinc butxaques pitillos i arremangats - Stiletto nude Clàssic renovat – actual-tendència
30 de març de 2017	14:30h Migdia		- Vestit formal - Color de moda - Tall per sobre genolls - Sense mitges - Stiletto nude Actual

31 de març de 2017	14:30h Migdia		- Americana de tall clàssic però llarga amb tatxes daurades - Brusa de color pla - Texans pitillo i arremangats - Stiletto nude Clàssic renovat – tendència
-----------------------------------	--------------------------	--	---