

Director  
Fernando Checa Montúfar, PhD (c)

Dirección Técnica  
César Herrera

Publicaciones  
Raúl Salvador R.

Editor  
Pablo Escandón M.  
pescandon@ciespal.net

Diseño y diagramación  
Diego S. Acevedo A.

Suscripciones  
Isaias Sánchez  
isanchez@ciespal.net

#### CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

Presidente  
Édgar Samaniego  
Universidad Central del Ecuador

Embajador Alejandro Suárez  
Delegado del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio  
e Integración

Dolores Santistevan de Baca  
Delegada del Ministerio de Educación

Héctor Chávez V.  
Delegado de la Universidad Estatal de Guayaquil

Antonio Aranibar  
Representante de la Organización de Estados Americanos

Patricia Ashton D.  
Representante de la Comisión Nacional de UNESCO para los  
países andinos

Vicente Ordóñez  
Presidente de la Unión Nacional de Periodistas

Freddy Moreno M.  
Representante de la Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión

Wilfrido García  
Representante de la Federación Nacional de Periodistas

Fernando Checa Montúfar  
Director general del CIESPAL

Chasqui es una publicación del CIESPAL

Miembro de la Red Iberoamericana  
de Revistas de Comunicación y Cultura  
<http://www.felafacs.org/rederevistas>

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe en  
Ciencias Sociales y Humanidades  
<http://redalyc.uaemex.mx>

Impresión  
Editorial QUIPUS - CIESPAL

Todos los derechos reservados.  
Prohibida la reproducción total o parcial del contenido,  
sin autorización previa. Las colaboraciones y artículos  
firmados son responsabilidad exclusiva de sus autores  
y no expresan la opinión del CIESPAL.

Teléfonos: (593-2) 250-6148 252-4177  
Fax (593-2) 250-2487  
web: <http://www.ciespal.net>  
weblog: <http://chasquirevista.wordpress.com/>  
Apartado Postal 17-01-584  
Quito - Ecuador  
Registro M.I.T., S.PI.027  
ISSN 13901079



Modelos  
de televisión  
pública europea y  
latinoamericana  
Francisco  
Campos-Freire

Pág. 4



Argentina:  
Participación  
popular  
para cambiar  
los medios  
públicos  
Néstor Piccone

Pág. 12



Periodismo:  
la polémica  
especificidad  
latinoamericana  
Alejandro  
Querejeta Barceló

Pág. 34



La rendición de  
cuentas  
de los medios  
de comunicación  
Romel Jurado  
Vargas

Pág. 38



Desarrollo de la  
Comunicación  
Institucional en el  
Tercer Sector  
Erika Judith  
Barzola

Pág. 53



Cinéma  
Numérique  
Ambulant:  
Experiencia que  
reivindica la magia  
de la pantalla  
gigante  
Marcos Velásquez

Pág. 56



TIC TAC TIC TAC:  
Estratégias de  
mobilização social  
na internet  
Patrícia M. Pérsigo

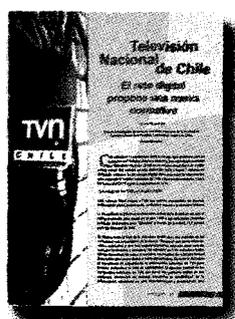
Pág. 74



Entrevista a  
Pascual Serrano  
José Villamarín  
Carrascal

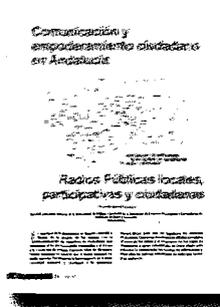
Pág. 79

# Tabla de contenidos



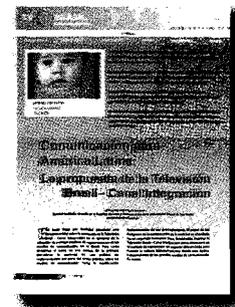
Televisión Nacional de Chile.  
El reto digital propone una nueva normativa  
Valerio Fuenzalida

Pág. 17



Comunicación y empoderamiento ciudadano en Andalucía. Radios Públicas locales, participativas y ciudadanas  
Manuel Chaparro Escudero

Pág. 24



Comunicación para América Latina: La propuesta de la Televisión Brasil Canal Integración  
Maximiliano Martín Vicente

Pág. 28



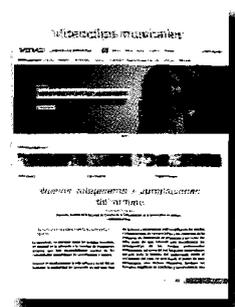
Desarrollo de contenidos para dispositivos móviles  
Guillermo Verbakel Claudio Pérez

Pág. 41



Imagen y elementos no verbales en informaciones políticas televisivas  
M. Reyes Domínguez Lázaro

Pág. 45



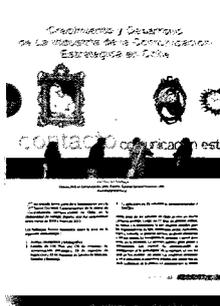
Videoclips musicales. Nuevos subgéneros y apropiaciones del formato  
Ana Sedaño Valdellós

Pág. 49



A construção da notícia no rádio contemporâneo: O papel do gatekeeper no jornalismo radiofônico em ambiente de convergência  
Debora Cristina Lopez

Pág. 59



Crecimiento y desarrollo de la industria de la comunicación estratégica en Chile  
Raúl Herrera Echenique

Pág. 63



Lo testimonial en la construcción de lo verosímil en la telenovela Montecristo. Un amor, una venganza  
María Clara Musante

Pág. 69

Actividades del CIESPAL.....	83
Bibliografía.....	86
Normas de publicación.....	90



# Imagen y elementos no verbales en informaciones políticas televisivas

M<sup>a</sup> Reyes Domínguez Lázaro

Española, licenciada en Ciencias de la Información, doctoranda e investigadora de la Universidad de Sevilla.

**E**n las entrevistas televisivas, los gestos de los protagonistas (invitados y presentadores) pueden resultar más explícitos que las propias palabras o el contenido de los mensajes. Posturas, señales barrera efectuadas con los brazos y con las piernas, movimientos rítmicos, expresiones del rostro, indicadores de estrés, formas de paralenguaje, proxémica, manipulación de artefactos, adaptadores de objetos y del cuerpo, señales vestuarias, comportamiento de la mirada, silencios... Todo ello puede resultar una información privilegiada para los telespectadores avisados y atentos.

De hecho, un buen realizador, con plena libertad de movimientos, puede reclamar a los camarógrafos planos que permitan obtener informaciones privilegiadas acerca de los invitados al programa de televisión. Lorenzo García cuenta en su libro *Comunicación no verbal: Periodismo y medios audiovisuales*, cómo Luis Tomás Melgar, un antiguo realizador de TVE, era un especialista en ofrecer las mejores tomas y planos cortos de sus invitados en los magazines y entrevistas que realizaba en los años 80. Melgar contaba que en su tarea de realizador no dejaba que se maquillaran sus invitados

y presentadores, para poder penetrar mucho mejor en la intimidad de sus expresiones faciales. Esto se logra preferentemente con el uso destacado de los primeros planos y planos detalle.

La televisión como medio de comunicación de masas alcanzó un rápido desarrollo, sobre todo en EE.UU. tras la II Guerra Mundial. Este sería el país pionero en ensayar la presencia de los políticos en el medio. Roosevelt inauguró esa práctica cuando pronunciaba sus famosas *charlas ante la chimenea de la Casa Blanca*.

A su vez, el 26 de septiembre de 1960 ha pasado a la historia como la del primer debate electoral realizado por televisión entre J.F. Kennedy y Richard Nixon. Ambos se enfrentaron ante las cámaras de la CBS con una audiencia de más de 70 millones de telespectadores. En el futuro nada sería igual en la política y en las campañas electorales. El motivo y el secreto residirían, a partir de ahora, en el control y el dominio de las claves no verbales en el medio televisivo.

Este primer debate electoral de la historia de la televisión ha sido uno de los momentos más estudiados en la historia de los medios de comunicación. Los resultados se debieron a una serie de circunstancias desfavorables o erróneas de Nixon, y también a una magnífica planificación por parte de Kennedy, quien supo manejar muy bien las claves y los elementos de comunicación no verbales. Según distintas encuestas realizadas en su momento por los telespectadores del debate, Kennedy había resultado más interesante, activo, fuerte, penetrante, vivaz, relajado profundo, experto, prudente y viril, mientras que Nixon resultó haber sido más aburrido, insulso, pasivo, viejo, débil, sin vida, feo, tenso, agitado, superficial, inexperto, tonto, etc.

Esta imagen negativa de Nixon fue un cúmulo de elementos no verbales negativos: su imagen cansada, unas pobladas cejas que le hacían parecer tener los ojos hundidos, el maquillaje y los focos hicieron que se le corriese el rimmel y también que sudara copiosamente teniendo que secarse varias veces el rostro, su barba era muy cerrada, el cuello de la camisa estaba grande, igual que su traje, que era demasiado claro y se confundía con el ciclorama del fondo del estudio de televisión; su rostro estaba lleno de líneas, el pelo hacia atrás brillaba. Además, se sostenía sobre una pierna, con una rodilla descansando y la cruzaba cuando estaba sentado.

Por su parte, Kennedy estaba descansado y había planificado su campaña con tiempo de sobra en una suite de la costa. Su constitución física también ayudó al éxito de la campaña: su frente era más estrecha y sus

cejas descendían en la parte media (gesto de interés), sus párpados eran gruesos, sus labios llenos y su mandíbula cuadrada. Su piel apareció bronceada, el corte de cabello era más suave y esponjoso, movía las manos al hablar, tomaba apuntes. Además, usó una postura abierta con el peso del cuerpo distribuido simétricamente sobre las piernas.

Todos estos aspectos no verbales contribuyeron decisivamente en la percepción de una imagen congruente y positiva de Kennedy, y negativa sobre el vicepresidente Nixon.

A partir de entonces, nada sería igual en la política. Los debates de 1976 en EE.UU. entre Carter y Ford ya fueron otra cosa mucho más elaborada desde el punto de vista de la imagen política y la comunicación televisiva.

En la década de los 80 y 90, Bush, Reagan y Clinton no dejarían nada al azar, de modo que todas las oportunidades que brinda la televisión serían puestas a su servicio.

Otros países como Italia tomaron nota, y los cuatro debates celebrados en 1996 durante las elecciones de ese año entre Silvio Berlusconi y Romano Prodi despertaron un gran interés periodístico y dedicaron numerosa atención a la comunicación no verbal de los líderes políticos, sus expresiones del rostro y gestos. Cada uno desde sus respectivas posiciones ideológicas, les acusaban de haber convertido la política en espectáculo y a los candidatos en actores de TV.

En España, la imagen política en televisión también ha evolucionado en la historia televisiva. De hecho, nada tienen que ver los cara a cara entre Felipe González por el PSOE y José María Aznar por el PP, en las semanas previas a las elecciones de 6 de junio de 1993, hasta los dos cara a cara que protagonizaron José Luis Rodríguez Zapatero por el PSOE y Mariano Rajoy por el PP, en las vísperas de las elecciones generales de 9 de marzo de 2008. Aunque los primeros ya estaban relativamente planificados, el primero de todos mucho más organizado por parte de los asesores de Aznar que de González, aunque éste se dejó aleccionar para la vuelta con muy buenos resultados, de hecho ganaría las elecciones; en el caso de los acontecidos en 2008, fueron mucho más medidos; absolutamente todo estaba pactado desde el primer momento, así como los elementos no verbales que debían poner de manifiesto tanto Zapatero como Rajoy para conseguir la mejor valoración posible de su imagen por parte de los telespectadores.

Volviendo a los primeros debates entre los candidatos González y Aznar a la presidencia del gobierno en

España en 1993, hay que señalar que tuvieron como protagonistas a dos cadenas privadas de ámbito nacional: Antena 3 y Telecinco. El primero de los dos cara a cara se emitió el 24 de mayo en Antena 3, y el segundo, el 31 de mayo en Telecinco. Los escenarios, forma y disposición de las mesas, iluminación y vestuario se pactó y cuidó escrupulosamente. Más tradicional en Antena 3 (ciclorama azul con toques dorados), Telecinco optó por un escenario de cierto barroquismo con columnas anaranjadas y aspas a la romana. El sistema tradicional norteamericano de los dos atriles fue rechazado por el Partido Popular (al menos, esta acusación de González no fue desmentida por Aznar), posiblemente para que los espectadores no notaran la diferencia de altura y constitución física existente entre ellos. Las mesas supusieron barreras comunicativas que impidieron apreciar información de zonas esenciales del cuerpo (movimientos kinesísticos de pie y cuerpo). La realización en ningún momento nos ofreció planos cortos ni planos detalle de los candidatos, fueron planos medios y algunos generales del escenario.

González tiene tendencia a reforzar sus discurso con un adelantamiento del cuerpo había su adversario. Su paralenguaje fue más grave y rotundo, con variaciones de tono y usa el sarcasmo, su dialecto andaluz le dio un especial atractivo. Todos los participantes (incluidos los moderadores: Manuel Campo Vidal en el emitido por Antena 3, y Luis Mariñas en el emitido en Telecinco) usaron trajes oscuros y corbatas a juego. González por su parte, en el segundo debate, cambió el color de su camisa blanca por otra azulada y la corbata oscura por otra con dibujos en tonos granates.

Aznar, dotado de un paralenguaje de tono más agudo, pero sereno y comedido, cuando elevaba la voz miraba lateralmente e inquisitivamente a su interlocutor. Sus movimientos resultan más pausados y menos numerosos, su sonrisa es algo asimétrica y controlada, su tono general tiende a la monotonía, aunque los años y la experiencia de gobierno han ido corrigiendo parte de sus carencias físicas y actitudinales en sus exposiciones e intervenciones públicas.

En el segundo debate de 1993, ambos llevaron códigos de artefactos a la mesa: un grueso fajo de papeles que los dos exhibieron para reforzar sus mensajes verbales, incluso Aznar mostró el programa del PP a la cámara.

Tuvieron que pasar 15 años para que pudieran celebrarse en España nuevos debates electorales televisivos entre los candidatos a la presidencia del gobierno. En este caso, los cara a cara pusieron frente a frente al socialista y ya entonces presidente del

gobierno, José Luis Rodríguez Zapatero, y el popular y líder de la oposición, Mariano Rajoy.

Los partidos políticos sustituyeron en la campaña electoral del 3 de marzo de 1996 el debate por una exhibición de famosos como gancho popular. Antonio Banderas, abanderando al PSOE, y Julio Iglesias, al frente del PP, fueron las auténticas estrellas de esa campaña, los verdaderos protagonistas de un debate a dos. También esta costumbre la heredamos de EE.UU.

Volviendo al tema de los debates electorales televisivos en España, fueron organizados por la Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión de España, el primero de ellos en el Recinto Ferial Ifema y fue moderado por el periodista y también presidente de dicha academia, Manuel Campo Vidal, mientras que el segundo debate se llevó a cabo en el Palacio de Congresos de Madrid, y fue moderado por la periodista veterana Olga Viza.

El primero de estos dos cara a cara tuvo lugar el 25 de febrero de 2008. El segundo, tuvo lugar el 3 de marzo de 2008. En total, una treintena de medios cubrieron estos dos debates.

La figura del presentador en sendos debates no existió como tal, ya que Manuel Campo Vidal y Olga Viza se limitaron y actuaron en realidad como moderadores. La imparcialidad, rigurosidad y escasa gesticulación se trató de llevar al máximo extremo para no interferir en las intervenciones de los candidatos tratando así de ofrecer la mayor objetividad posible. Sin embargo, estas actitudes resultaron hacia la vista del público demasiado frías y poco convincentes, daba la sensación de estar totalmente mecanizadas y previstas. Todo estuvo medido en estos debates, y los moderadores tampoco se desmarcaron de esta línea preestablecida desde el principio, ni en el plano verbal, y en lo referente a los elementos no verbales, dio la sensación al público de que también habían sido entrenados.

Podemos concluir que la imagen y los elementos no verbales que intervienen en las entrevistas, debates e informaciones políticas televisivas están prácticamente todos pactados y estudiados. Se trata de saber muy bien qué decir pero también cómo hacerlo. La forma y la expresión en el medio televisivo es exactamente igual o incluso más importante por el poder persuasivo visual que el plano del continente o contenido. De este modo, no basta con un dominio exhaustivo de las palabras orales sino también de todas aquellas no manifiestas pero sí evocadoras en la mente de los telespectadores. La sociedad del siglo XXI es la sociedad de la imagen, y como tal, debe ser considerada y tenida en cuenta en cualquier proceso comunicativo, y mucho más cuando se trata de la televisión. 🌟