



Universidad de Valladolid

CURSO 2013-2014

Facultad de Filosofía y Letras

Grado en Periodismo

**La nueva comunicación política
televisiva. El fenómeno de las
tertulias políticas**

Alumna: Elisabet Alba Rodríguez

Tutora: Dra. Salomé Berrocal Gonzalo

Convocatoria: Valladolid, julio de 2014

Índice

<u>Introducción y metodología</u>	3
Capítulo 1. <u>La nueva Comunicación Política y la tendencia al infoentretenimiento televisivo</u>	10
1.1. Una aproximación al concepto de la Comunicación Política	10
1.2. El papel de la televisión en la comunicación política, el camino hacia el entretenimiento	12
1.3. La americanización y la personalización de la política en el nuevo escenario televisivo	15
1.4. El infoentretenimiento televisivo	19
Capítulo 2. <u>La información política en la TDT española: el fenómeno de las tertulias políticas</u>	23
2.1. Breve resumen de los géneros políticos que aparecen en televisión	23
2.2. El fenómeno de las tertulias políticas: concepto y su nacimiento en España	25
2.3. Las tertulias políticas en la TDT española	28
2.4. La posible repercusión de las tertulias políticas en la opinión pública ...	37
Capítulo 3. <u>Un análisis de las tertulias políticas televisivas: “Las mañanas de la 1”, “Espejo Público”, “Las mañanas de Cuatro”, “El programa de Ana Rosa” y “Al Rojo Vivo”</u>	40
<u>Conclusiones</u>	54
<u>Referencias bibliográficas</u>	58
<u>Anexos</u>	62

I. Introducción y metodología

“Lo difícil no es ganar dinero sin más –se lamentaba-. Lo difícil es ganarlo haciendo algo a lo que valga la pena dedicarle la vida”, así entiende el escritor español, Carlos Ruiz Zafón, al periodismo, en su obra culmen, *La sombra del viento* (Zafón, 2001: 785). Esa profesión que unos cuantos escogemos por vocación y alguno, que siempre hay, elige con sed de fama y fortuna, o simplemente, renombre.

Lo que fuera entendido como el cuarto poder en el siglo XVIII, parece estar más que de evidente capa caída en la actualidad. La crisis económica que nuestro país atraviesa desde el inicio de los años 2000 ha arrastrado al abismo a más de 200 medios sólo en los últimos cuatro años¹. Pérdida de lectores o consumidores de los medios, que conlleva una disminución de la calidad del producto y, a su vez, una fuga de publicistas, potenciales “inversores” en los medios de comunicación, han contribuido a la pérdida de calidad y al cierre definitivo de muchos medios nacionales, que han encontrado en el infoentretenimiento una salida posible al problema.

Éste es el marco económico-social que ha propiciado la elección del tema de esta investigación: La nueva comunicación política televisiva. El fenómeno de las tertulias políticas. La pérdida de calidad de los contenidos informativos y de los contenidos audiovisuales que ofrece la televisión parece situarse en un bucle infinito de retroceso de calidad para aumentar los beneficios, al que, por el momento no se ve el final. En la actualidad, los espacios de infoentretenimiento, distracción y disfrute de los espectadores alimentados de escándalos, espectáculo, exclusivas, morbo, sexo, y un largo repertorio de conductas que pueden ser entendidas como poco periodísticas parecen ser la salida al bache económico por parte de los gerentes de los medios de comunicación.

¹ Dato extraído del *Informe Anual de la Profesión Periodística* editado por la Asociación de Prensa de Madrid y que se puede leer en la siguiente información del portal digital Vozpopuli: <http://vozpopuli.com/economia-y-finanzas/19331-crisis-en-la-prensa-200-medios-espanoles-echan-el-cierre-en-los-ultimos-4-anos>

Esta investigación afronta el análisis de todos los canales de la Televisión Digital Terrestre española (TDT) para identificar los espacios que incluyen el fenómeno, cada vez más numeroso de las tertulias políticas, para más tarde, llevar a cabo un segundo análisis, más exhaustivo, de aquellas tertulias que coinciden en el mismo horario matutino de emisión, como son “Las mañanas de la 1”, “Espejo Público”, “Las mañanas de Cuatro”, “El programa de Ana Rosa” y “Al Rojo Vivo”.

De esta manera, se pretenden demostrar las siguientes hipótesis:

Hipótesis 1: El gran número de tertulias políticas en la actual parrilla televisiva de la TDT española.

Hipótesis 2: En las tertulias políticas prevalece el infoentretenimiento, sobre la información veraz y objetiva que exige la profesión periodística.

Hipótesis 3: Los argumentos utilizados, tanto por los contertulios como por el moderador de la tertulia, promueven el espectáculo y buscan lo morboso y anecdótico del tema.

Para llevar a cabo el análisis de campo que compruebe o refute estas hipótesis se han elaborado dos plantillas diferentes de análisis.

Ficha de análisis cuantitativo de las tertulias políticas en la TDT española

Nombre del programa:

Canal:

Productora:

Director:

Hora de emisión:

Ubicación en la franja horaria:

Duración con publicidad:

Día de la semana en que se emite:

Fecha desde la que está en antena:

Presentador: (si hubo cambios)

Tertulianos: (analizar si siempre son los mismos o cambian, si son periodistas, si son especialistas en la materia, etcétera)

Temas que abordan:

Presencia de líderes políticos:

Audiencia:

Fuente: Elaboración propia.

La primera consiste en contabilizar el total de las tertulias políticas en la TDT española mediante el análisis cuantitativo de los programas de televisión. Para ello se reúnen datos como el nombre del programa, la hora a la que se inicia la emisión y a la que finaliza, las pausas publicitarias que realiza, el año que se puso en antena, el nombre del presentador/a, si ha cambiado desde que se inició la emisión, los colaboradores que destaca dicho programa, a qué sección corresponde cada colaborador y las figuras políticas que han acudido a las tertulias del programa, como más significativos.

La segunda ficha de análisis es la que se encarga de recoger los datos objetivos de las tertulias políticas que coinciden en el horario matinal, que suponen el objeto de estudio de esta investigación. Para ello, han de cumplimentarse datos tales como el nombre y la profesión de cada contertulio del día analizado, así como la distribución que el programa hace de los mismos alrededor de la mesa. El tiempo de intervención de cada contertulio, la lista de temas que aborda el programa, el papel del presentador, si participa de la tertulia o si únicamente modera el debate, los políticos que participan de éstas tertulias políticas, las fuentes que citan los contertulios o el presentador para introducir datos, si aportan valoraciones personales o se ciñen a los datos objetivos, el tono de voz que utilizan durante el debate, si respetan el turno de palabra, etcétera.

Ficha de análisis de contenido de las tertulias políticas en la TDT española

Nombre del programa:

Canal:

Productora:

Director:

Hora de emisión:

Ubicación en la franja horaria:

Duración con publicidad:

Día de la semana en que se emite:

Fecha del día a analizar:

Acontecimiento-tema de la tertulia política X:

Duración de la tertulia X:

Acontecimiento- tema de la tertulia X2:

Duración de la tertulia X2:

Acontecimiento-tema de la tertulia X3:

Duración de la tertulia X3:

(Etcétera)

Tratamiento del tema: ¿sensacionalismo y espectáculo o información objetiva?

Audiencia del día de análisis:

1 Presentador:

Participativo o moderador: número de veces que interviene y número de minutos que lo hace.

Información u opinión

Ejemplos: Lenguaje que utiliza, expresiones

Fuentes informativas que utiliza

2 Tertulianos

Número de tertulianos, nombre, si es la primera vez que participan, si son asiduos, etcétera. Número de intervenciones que realizan, medir la duración de las intervenciones.

Clasificar en:

a Expertos

b Periodistas

c Otros

Valoraciones de los tertulianos o argumentos que utilizan, con ejemplos.

¿Tertulianos que informan o que opinan?

Fuentes informativas que utilizan los tertulianos (documentales, institucionales, etc.), con ejemplos.

3 Protagonistas de la información

Cabeza de lista (políticos de renombre) o políticos de “segunda” (los menos visibles)

¿Participa algún político en la tertulia? ¿Cuáles? Número de veces que interviene y número de minutos que lo hace.

¿Si se produce alguna entrevista a un político y después se produce la tertulia, si participa él político o no, etcétera?

Fuente: Elaboración propia.

En suma, lo que se pretende demostrar a lo largo de este estudio es la supremacía del infoentretenimiento en la televisión en nuestro país, que se ha ido instalando poco a poco en los espacios que mantenían una posición más rígida frente al espectáculo, y que son aquellos que tienen que ver directamente con la política, como las tertulias.

Capítulo 1. La nueva Comunicación Política y la tendencia al infoentretenimiento televisivo

1.1. Una aproximación al concepto de la Comunicación Política

El profesor Juan Ignacio Rospir (2003) define el término Comunicación Política como un área interdisciplinar que conforman la Ciencia Política, la Sociología y la *Communication Research*, y que tiene por objeto de estudio el papel de los medios de comunicación en el proceso político, o lo que es lo mismo, la relación que se establece entre los entes políticos y los medios de comunicación con el fin de estrechar lazos con los consumidores de la información televisiva y sus potenciales votantes.

Esta disciplina está centrada en conocer, narrar, estudiar y analizar cómo la política es comunicada y presentada por los políticos y los medios de comunicación a los ciudadanos. Además, trata de conocer las transformaciones que promueven las nuevas ejecuciones de los medios de comunicación -en especial la televisión- como garante de la democracia (Rospir, 2003). Por tanto, la Comunicación Política incide en el lugar central y en los nuevos papeles políticos que los medios de comunicación desempeñan en las democracias consolidadas y en los países en transición a la misma. No sería posible hablar de Comunicación Política en un Estado totalitario, puesto que los medios de comunicación son los primeros en pasar a prestar servicio al régimen, de manera que no hablaríamos de información, sino de propaganda.

El reconocimiento de la especialidad Comunicación Política ha supuesto un camino largo y complicado para los estudiosos de esta materia en su reivindicación para que fuera identificada como un área de investigación.

El término, Comunicación Política, no ayuda en este debate y algunos autores como María José Canel (1999:11), todavía siguen discutiendo sobre la definición de la misma: “es ésta una etiqueta, la de Comunicación Política, ciertamente elegante, que ha cautivado los esfuerzos de no pocos especialistas en comunicación; pero es también la unión de dos términos que parecen llevar en sí una contradicción: suena a comunicar una mentira”.

Siguiendo a la profesora Canel, “la Comunicación Política es hoy irremediadamente vista como una forma sutil de la propaganda. Es el arte de la ilusión que practica el político inexperto, que necesita dominar las palabras y las imágenes para moverse con soltura en el corazón de quienes le escuchan. Pero no por ser sutil escapa este arte a las connotaciones de seducción, de fraude, de engaño o de manipulación que tuvieron los intentos propagandísticos arriba mencionados” (1999: 11). Además, añade que resulta interesante llevar a cabo una diferenciación entre la Comunicación Política, con mayúsculas, y la comunicación política, en minúsculas, para evitar equivocaciones: “Comunicación Política es una expresión que designa un campo de reciente y creciente desarrollo en el entorno académico científico; y, la comunicación política es un término amplio, apenas utilizado en el mundo profesional, que incluye una serie de fenómenos comunicativos como la propaganda, el marketing electoral, el marketing político, las relaciones públicas o la comunicación institucional política” (1999: 15).

A partir de la segunda mitad del siglo XX, es cuando podemos empezar a hablar de Comunicación Política como un área de estudio interdisciplinar. Es el siglo que ve nacer la televisión y se hace común en los hogares como primer medio de información de los ciudadanos, y en muchos casos, como única fuente de información de éstos. Así lo afirman estudiosos como el escritor y columnista Alfons Cervera en el libro *¡Mírame, tonto!* de la crítica televisiva Mariola Cubells, “la gente vive de la televisión y crea su conciencia a través de ella casi exclusivamente” (2003: 220). La televisión ocupa un sitio privilegiado en la amplia mayoría de los hogares, primero en los estadounidenses y más tarde en los europeos, para convertirse, de esta manera, en “un miembro más de la familia”.

La irrupción de la televisión en la política americana tiene como fecha de inicio la campaña electoral de 1952 (Rospir, 2003:12). En los años cincuenta la televisión entra en el Congreso y en el Senado de Estados Unidos. La televisión estaba ya en el centro de la política y de las instituciones americanas (Rospir, 2003: 13).

Las primeras noticias sobre política en televisión se emitieron a mediados de los años treinta en Estados Unidos, concretamente en las elecciones presidenciales de 1936, cuando los candidatos Roosevelt y Landon utilizaron por primera vez este medio de comunicación para hacer campaña de cara a los comicios. Pero no se puede hablar todavía de Comunicación Política porque era algo innovador y experimental, al que muy poca población tuvo acceso. Desde ese momento, los políticos comenzaron a utilizar tímidamente la televisión como escaparate para vender sus ideas y así aumentar el número de simpatizantes, hasta llegar al momento actual, en el que no se concibe la televisión sin mensajes políticos. “La política que hoy no sale en los medios de comunicación no existe; el político que no aparece en la prensa, no trabaja” (Canel, 1999: 77).

A pesar de que la Comunicación Política se acepta como materia de estudio en la segunda mitad del siglo XX, no es hasta finales de siglo cuando la disciplina, se incluye como materia de estudio en las titulaciones de Comunicación. En nuestro país, el curso académico 1995-1996, fue el primero en contar con asignaturas relacionadas con la materia gracias a la propuesta de los profesores Javier del Rey Morató y José Luis Dader García (Del Rey, 1996).

1.2. El papel de la televisión en la comunicación política, el camino hacia el entretenimiento

Se ha escrito e investigado mucho sobre la televisión desde su nacimiento como servicio público en 1936 en Europa y en 1939 en Estados Unidos hasta nuestros días. Mientras que el nuevo medio todavía estaba en pañales, los investigadores especulaban sobre la utilidad que tendría éste para la comunicación y cómo repercutiría su consumo en la vida pública. Es el caso de T. Hutchinson que a mediados del siglo XX publicaba su idea de una televisión como solucionadora de todos los problemas mundiales en su obra *Here Is Television: Your Widow to the World*: “La televisión significa el mundo en su casa y en las casas de toda la gente del mundo. Es el mayor medio de comunicación jamás desarrollado por la mente del hombre. Ella hará que se desarrolle la buena vecindad y traerá la comprensión y la paz sobre la tierra, más que ninguna otra fuerza material en el mundo actual. Aquí está la televisión, su ventana al mundo” (1946).

A medida que el medio se introducía en los hogares de todo el mundo, los investigadores comenzaron a analizar los efectos y repercusiones que el consumo masivo podía conllevar a los espectadores. En la década de los años 50 y 60 “la televisión irrumpe en el panorama mediático y se convierte en el principal medio de comunicación de masas” (Berrocal, 2014: 2). Es por éste motivo, que desde sus inicios saltaron las alarmas de algunos investigadores que se posicionaron en contra del nuevo medio. Uno de los autores más apocalípticos sobre su utilización como medio de comunicación de masas es el investigador italiano Giovanni Sartori.

La televisión, según Sartori, “es ‘ver desde lejos’, es decir, llevar ante los ojos de un público de espectadores cosas que puedan ver en cualquier sitio, desde cualquier lugar y distancia Y en la televisión el hecho de ver prevalece sobre el hecho de hablar, en el sentido de que la voz del medio, o de un hablante es secundaria, está en función de la imagen, comenta la imagen. Y, como consecuencia, el telespectador es más animal vidente que un animal simbólico. Para él las cosas representadas en imágenes cuentan y pesan más que las cosas dichas con palabras” (1997: 30).

No sólo la imagen pasa a tener más relevancia que la palabra, sino que va un paso más allá. Todo aquello que sale en televisión se convierte, en el mismo momento de emisión, en verdad absoluta, mientras que aquello que nunca aparece en el medio audiovisual no existe.

Por encima de todo, la verdad es que la televisión es la primera escuela del niño (la escuela divertida que precede a la escuela aburrida); y el niño es un animal simbólico que recibe su *imprint*, su impronta educacional, en imágenes de un mundo centrado en el hecho de ver. El niño formado en la imagen se reduce a ser un hombre que no lee, y, por tanto, la mayoría de las veces, es un ser ‘reblandecido por la televisión’, adicto a por vida a los videojuegos. ¿Este niño se convierte algún día en adulto? Naturalmente que sí, a la fuerza, pero se trata siempre de un adulto sordo de por vida a los estímulos de la lectura y del saber transmitidos por la cultura escrita. Una cultura de la incultura’ y asimismo de atrofia y pobreza cultural. La cultura del libro es de unos pocos – es elitista-, mientras que la cultura audio-visual es de la mayoría.

Para Sartori, la evolución tecnológica es un proceso inevitable, aunque entiende que mientras que la prensa y la radio enseñan a las masas, la televisión no hace más que aborregarla. “La televisión destruye más saber y más entendimiento del que transmite, a diferencia de los instrumentos de comunicación que la han precedido (1997: 12).

En este sentido, autores como Mariola Cubells, han propuesto la diferenciación entre una ‘buena’ y una ‘mala televisión’. “La buena televisión la hacemos los periodistas, realizadores, comunicadores, productores, personas más o menos preparadas, en buena medida universitarias, leídas, cultas incluso, intelectualmente inquietas, interesadas por el mundo que les rodea. La mala, en cambio, también” (Cubells, 2003: 21). La autora, destaca que el medio está plagado de profesionales que en su vida laboral tienen que elegir entre hacer un producto de calidad informativa, o dejarse llevar hacia otros derroteros más atractivos económicamente.

Cubells desgrana lo que supone para ella y algunos de los personajes mediáticos de la televisión más importantes de inicios del siglo XXI de nuestro país, qué es la ‘mala televisión’, que parece, a priori, más sencilla de distinguir. Así Francesc Escribano señala en la obra de Cubells que “la mala televisión es aquella que se hace sin cuidar los detalles, sin respeto al espectador que la recibe, que no es un mero consumidor sino un ciudadano, alguien que se informa y entretiene por la tele” (Cubells, 2003: 217).

“Pecaríamos de ingenuos si hablásemos de la televisión como un medio informativo, pues en ella, si bien hay información, no es precisamente ese el producto estelar del medio: la información es entretenimiento, la televisión es publicidad, la televisión es cine, la televisión es música y comedia, es drama, sexo, confesionario público y psiquiatra a domicilio. Y la información, si no condesciende a entretenimiento, no tiene futuro en el medio, porque no tiene audiencia a la que informar” (Del Rey, 1998: 23).

“La televisión beneficia y perjudica, ayuda y hace daño. No debe ser exaltada en bloque, pero tampoco puede ser condenada indiscriminadamente. En líneas generales es cierto que la televisión entretiene y divierte, pero este dato positivo concierne a la ‘televisión espectáculo’. No obstante, si la televisión transforma todo en espectáculo, entonces la valoración cambia. Una segunda generalización: es verdad que la televisión estimula. Hasta el siglo XX, las tres cuartas partes de los seres vivos estaban aislados y adormecidos en sus pueblos. Ahora a todos nosotros, casi seis mil millones de personas, nos despiertan o nos pueden despertar” (Sartori, 1997: 46-47).

En suma, la televisión como medio de comunicación es entendido, siempre, desde dos puntos de vista enfrentados, pero al mismo tiempo cómplices. No todo lo que aparece en este medio es información, pero tampoco todo es desechable.

1.3. La americanización y la personalización de la política en el nuevo escenario televisivo

Los estudios de Comunicación Política señalan dos fenómenos que han surgido como consecuencia de una mayor relación entre profesionales de la comunicación y profesionales de la política. Estos dos fenómenos son, los denominados por los expertos, *americanización* y la personalización política. Ambos están estrechamente ligados y dependen el uno del otro.

En sus investigaciones, Juan Ignacio Rospir (2003) señala la obra *La Democracia en América* de Tocqueville como punto inicial de diferenciación entre la información política que se venía dando en los medios de comunicación y las nuevas fórmulas que llegan de la mano de la *americanización*.

“Tocqueville. Resulta, sobre todo, que las opiniones personales expresadas por los periodistas no son, digamos, de peso alguno para los lectores. Lo que estos buscan en un periódico es el conocimiento de los hechos; y sólo alterando o desnaturalizando estos hechos puede el periodista lograr cierta influencia sobre su opinión. [...] El espíritu en el periodista de América es el de atacar groseramente, sin ambages ni arte, las pasiones de aquellos a quienes se dirige; el de dejar a un lado los principios y

hacer presa en el hombre; el de seguir a este en su vida privada y poner al desnudo sus flaquezas y sus vicios” (Rospir, 2003: 8).

Lo que supone la *americanización* es una innovación de formatos y patrones en los procesos electorales en los Estados democráticos. El término hace alusión a una reproducción de estos patrones, que nacen en el continente americano y que pronto serán imitados también en Europa. La investigadora española, Ana María Franco, define más exactamente el término: “Con una visión global y de forma básica, la *americanización* se puede definir como el proceso mundial de proliferación de prácticas electorales y de comunicación política en general que, implantadas por primera vez en los procesos estadounidenses, son imitadas y adaptadas en el resto de los países democráticos de cultura occidental. Dicho término no es planteado, ni siquiera por quienes lo defienden, como un ideal hacia el cual hubiera que dirigirse, sino como una descripción fáctica del supuesto proceso de imitación de las prácticas de campaña electoral surgidas en Estados Unidos en las últimas décadas” (Franco, 2011: 32).

Estos cambios en los procesos comunicativos de los momentos decisivos de la política, como suponen unos comicios, hay quienes los han denominado simplemente “modernización” de la vida política. Paolo Mancini, considera que el término *americanización* es equívoco y, es por ello, por lo que considera que no goza de buena reputación. “El término *americanización* no tiene buena reputación ni entre el público de los académicos ni, sobre todo, en el mundo de la política” (Mancini, 1995: 141).

Mancini considera más correcto hablar de ‘comunicación permanente’, más que de *americanización* de cara a unas elecciones. Idea que apoyan otros autores como María José Canel (1999) quien le otorga el nombre de ‘campaña permanente’. “Se dice que el gobierno está en ‘campaña permanente’ porque, una vez ha conseguido llegar al poder, necesita mantenerse en él, utilizar las mismas técnicas de cálculo estratégico y de creación de imagen que utilizó durante el período de contienda electoral. Esta necesidad que tiene el gobierno de estar en constante campaña para conseguir que los gobernados le sean adeptos es una consecuencia del creciente desarrollo de los medios de comunicación, que ha permitido: por una parte,

una mayor accesibilidad del público a las actuaciones gubernamentales, y por otra, la posibilidad de que el gobernante pueda comunicarse directamente con los ciudadanos” (Canel,1999: 102). Es esta idea la que entronca directamente con el segundo fenómeno de la Comunicación Política en la actualidad, la personalización política.

Para Canel, la campaña permanente consiste en situar al Presidente de un gobierno, o al líder de un partido político como una figura muy visible que ocupe un espacio importante en los medios de comunicación, de forma que sea reconocible e identificable para los votantes. “El desarrollo que la televisión ha tenido en las últimas décadas ha favorecido un marketing político más centrado en subrayar las cualidades personales de quien encarna la política, del candidato, en detrimento de las características técnicas y abstractas del partido o programa. Es éste el fenómeno de la 'personalización de la política' que ha contribuido al encumbramiento de los líderes en perjuicio del partido como institución” (Canel, 1999: 50).

La personalización, por tanto, es una técnica sencilla de humanizar la política, volverla más cercana a los ciudadanos, con cara, con voz, con sentimientos. La configuración del candidato como parte del mensaje electoral, es complicada, ya que debe responder al perfil que requiere cada partido. Debe “poner forma personal a aquella propuesta ideológica, un tanto abstracta y lejana, y pragmática, más concreta pero todavía técnica. Con el candidato, es decir, con una persona que tiene nombre y apellidos, parece que la política se ríe, se equivoca, se alegra o se enfada” (Canel, 1999: 48).

Los elementos que deben confluir en el candidato perfecto son, según la misma autora, una mezcla de sus características biográficas, personales, profesionales, ideológicas y comunicativas. Así, indica los siguientes:

1 Elemento emocional. Que demuestre que además de ser un personaje, normalmente, de relevancia pública y política, tiene una familia, sentimientos, emociones, como un ciudadano más.

2 Elemento social. Podría decirse que posea ‘don de gentes’, que no le resulte complicado conectar con la mayoría de los ciudadanos.

3 Elemento profesional. Se representa a un candidato inteligente y hábil, capaz de representar bien su papel ante la ciudadanía y los medios de comunicación.

Cumplir estos requisitos no es baladí para la autora que entiende que políticos y periodistas tienen un interés común: necesitan llegar al público. Al político le interesa el público en cuanto que en él están los votantes potenciales, susceptibles de engrosar las filas electorales. Al periodista le interesa el público en cuanto que en él están consumidores potenciales de la información, susceptible de incrementar los índices de audiencia con los que los medios se presentan ante las empresas anunciantes. Pues bien, tanto para conseguir más votantes como para conseguir más audiencia, políticos y periodistas se requieren mutuamente Jorge Santiago Barnés, recoge en su obra, *El candidato ante los medios: telegenia e imagen política* (2007), una opinión del estudioso Jack Valenti coincidente con la expuesta anteriormente: “la televisión favorece al orador experto, a la persona que sabe apreciar la abismal diferencia que existe entre un gran salón de actos y la intimidad de una pantalla de veintiuna pulgadas” (Barnés, 2007: 25).

Barnés hace alusión en la misma obra a otro autor, Claude-Jean Bertrand, quien apunta a que con frecuencia es la propia televisión la que selecciona al candidato más idóneo, “de entrada, rechaza a los feos, a los gordos, a los calvos y a los viejos, con indiferencia de cuales puedan ser sus cualidades de estado. [...] Es preciso poder sonreír con facilidad, tener voz cálida y una familia agradable que pueda presentarse” (Barnés, 2007: 35).

El profesor Jorge Santiago (2007: 22-23) resume a la perfección las consecuencias que esta excesiva personalización han conllevado a la Comunicación Política de la actualidad:

- A. Con los medios de comunicación los líderes se han vuelto más importantes.
- B. La atención se ha desviado de la esfera local y regional a la esfera nacional.
- C. El partidismo y la ideología son menos importantes y se otorga más trascendencia a encontrar soluciones pragmáticas que solucionen los problemas reconocidos.

D. Con los medios han caído y se han diluido las campañas políticas realizadas cara a cara.

E. Las encuestas de opinión han ido ganando influencia.

F. El electorado se ha vuelto mucho más volátil y más propenso al cambio.

G. Los valores periodísticos de orden general han encaminado sus intereses a generar la atención de los partidos políticos.

Las últimas citas confieren a la personalización política un cariz de infoentretenimiento que los medios de comunicación, y más especialmente la televisión, han sabido explotar a la perfección, como veremos en el siguiente apartado de este marco teórico.

1.4. El infoentretenimiento televisivo

La competencia entre canales de televisión se remonta al nacimiento de las primeras cadenas privadas, en nuestro país, que desarrollan numerosas tácticas para aumentar sus niveles de audiencia, y de esta manera sus beneficios económicos. Como señala la doctora Salomé Berrocal “dentro de estas estrategias, se incardina la espectacularización de la realidad que da lugar al infoentretenimiento” (Berrocal *et al*, 2014: 86).

El término infoentretenimiento se puede comparar con otros términos empleados inicialmente para definir el mismo fenómeno. Tabloidization, en el ámbito anglosajón; *boulevardisierung*, en Alemania, que deriva de la prensa boulevard o sensacionalista centrada en escándalos, actividad de las *celebrities* y cotilleos; y, espectacularización en Latinoamérica, debido a la influencia que la obra *Homo Videns* adquiere en esta área (Berrocal *et al*, 2014: 88).

Pues bien, el vocablo infoentretenimiento (*infotainment*) “comienza a utilizarse a finales de los 80, vinculado a la televisión, para explicar la evolución de sus contenidos hacia la fusión de géneros. Krüger es el primero en emplearlo en 1988 en un análisis sobre la televisión alemana y es la locución que se va a acabar

imponiendo para definir el fenómeno no sólo en el ámbito audiovisual internacional, sino también en el español” (Berrocal *et al*, 2014: 88).

No existe unanimidad de opiniones entre los estudiosos sobre el momento exacto en el que surge éste fenómeno. La corriente dominante lo sitúa entre los años 60 y 70, en el continente americano, como un descubrimiento comercial. “Fue resultado del ingenio de estos realizadores tomar los elementos presentes en la ficción en *prime time* y adaptarlos a los informativos locales de toda la nación donde permanecen asentados” (Stark, 1997: 39). Esta misma idea la defiende también la periodista española Mariola Cubells: “Estamos en 1989. Llegaron las privadas y las autonómicas, y con ellas, una nueva filosofía y un nuevo personaje: la de la programación y el programador. Y los tres objetivos fundamentales de la televisión (formar/educar, informar y divertir/entretener), que hasta entonces malvivían, cayeron definitivamente por la borda. El último sobrevivió y nació uno nuevo: forrarse” (Cubells, 2003: 29).

A partir de ese momento, todo lo que acontece en la programación de la televisión, tanto pública como privada, tiene sólo un motivo, ganar audiencia. Audiencia no es sinónimo por sí sola de beneficio económico, pero cuanto mayor sea el número de telespectadores de un programa, mayor número de consumidores potenciales de un producto publicitario ganan las empresas anunciadoras. Ésta es, verdaderamente, la magia de la empresa televisiva.

“Lo que podemos ver en televisión es lo que ‘mueve’ los sentimientos y las emociones: asesinatos, violencia, disparos, arrestos, protestas, lamentos; y en otro orden de cosas: terremotos, incendios, aluviones e incidentes varios” (Sartori, 1997: 88).

La televisión ha creado la expectativa de que cualquiera que tenga algo que decir tiene el derecho o la oportunidad de ser escuchado en televisión, es por éste motivo que Sartori denuncia que en el medio “destacan los charlatanes, los pensadores mediocres, los que buscan la novedad a toda costa, y quedan en la sombra personas serias, las que de verdad piensan” (1997: 98).

“Géneros como las tertulias, los *reality* o la información-espectáculo surgen en los medios como forma de periodismo popular, culturalmente poco exigente, más atento a la espuma de los acontecimientos que a su análisis profundo, aunque a veces esos programas no carezcan de pretensiones [...]. Nacieron cuando se comprobó que un *reality* se elaboraba con dos veces menos dinero que una producción de ficción y que las audiencias eran comparables” (Cubells, 2003:169). Ésta es la cita que mejor define el tipo de programas que inunda la programación de la TDT en nuestro país y que se desarrolla en el siguiente capítulo de la investigación. Concretamente, en el género de las tertulias televisivas el infoentretenimiento se eleva a su máximo exponente. La simulación de una cierta autonomía de los invitados que en principio tilda el espacio de objetivo e informativo, en realidad esconde una pérdida de autonomía éstos. Según explica Javier del Rey (1998) esta pérdida de autonomía viene dada por tres aspectos: primero, la imposición del tema sobre el que se va a debatir; segundo, las condiciones de la comunicación son, también, impuestas; y tercero, se limita el tiempo de cada intervención. Será el control de la duración de cada intervención lo que haga que cada tertulio espectacularice más sus mensajes, para captar la atención de los espectadores en el menor tiempo posible. ¿Cuánto espacio queda entonces para la información? “La tiranía del tiempo. El presentador que corta al que está hablando, que le exige hablar con economía de recursos, que jamás le permite profundizar en nada, y que recuerda que el tiempo se acaba, es algo que irrumpe invariablemente en todos los programas, siempre que alguno de los invitados pretende decir algo” (del Rey, 1998:73).

Si bien el infoentretenimiento es una técnica para aumentar los niveles de audiencia de un programa, no es la única. Diversos autores, como Cubells y del Rey coinciden en otras tácticas utilizadas por los programadores para, si bien no aumentar la audiencia, tampoco disminuirla.

El primero de estos métodos es la contraprogramación. Consiste en hacer coincidir en la misma franja horaria programas totalmente diferentes que compitan entre ellos. Esto ha llevado, en la actualidad, al paradigma contrario, que unido a la conglomeración audiovisual y el aumento de canales que se produjo con la llegada de la TDT a nuestro país tras el apagón analógico que se finalizó el 3 de abril de 2010, ha supuesto que aumenten y coincidan en el tiempo programas de características muy

similares. Si los programadores sitúan en parrilla productos similares, se evita el *flipping*, que Mariola Cubells define como el cambio de canal que se produce durante la emisión de un programa, bien porque éste deja de interesar al espectador o porque quiere conocer qué están emitiendo otras cadenas.

Estas técnicas llevan a la tercera, hacer coincidir las pausas publicitarias, para evitar el *zapping* de los telespectadores. Supresión de los títulos de crédito del final de un programa para no perder audiencia; buscar la eficacia del impacto promoviendo la polémica, mediante ‘exclusivas’, sexo y escándalo; la llamada a la fidelización concatenando programas para no perder el interés de la audiencia; y el recurso a los invitados especiales, como reclamo de interés son otras de las técnicas más utilizadas.

Capítulo 2. La información política en la TDT española: el fenómeno de las tertulias políticas

2.1. Breve resumen de los géneros políticos que aparecen en televisión

La política depende en estos momentos más que nunca de los grandes medios y sobre todo de la televisión como medio más consumido. “Más que el Parlamento, la televisión es el gran foro público donde se debate lo que a todos atañe y donde se libran las batallas por el poder. El acceso y el control de los medios son en la actualidad el máximo recurso estratégico, y tanto los líderes como los partidos políticos consideran a los tiempos y los espacios que logran ocupar en los medios como las divisiones con que cuentan para vencer a sus adversarios. Porque la televisión ya no es sólo la cancha en la que se dilucidan las batallas políticas, sino también el arma que se utiliza para asegurarse la victoria en las mismas” (Muñoz-Alonso, 1999:16).

La política, por ser uno de los temas más recurrentes en televisión, no aparece siempre bajo el mismo género. Dentro de los géneros clásicos están la noticia política, el reportaje, la entrevista, el debate, las retransmisiones especiales como pueden ser los mítines, o los spot publicitarios durante la campaña electoral. Pero además, con el tiempo han surgido otros géneros, como los programas de parodia política y las tertulias políticas que investigadores como Salomé Berrocal, ya distinguen en sus estudios.

- a) La noticia. Es por excelencia el género político más utilizado en la televisión, ocupa la mayor parte de los informativos nacionales de nuestro país, espacio donde cada vez adquieren una mayor importancia las denominadas ‘soft news’, que son informaciones más ligeras de lo que era habitual antes de que el infoentretenimiento se apoderase de todos los aspectos periodísticos de este medio. “En el caso de la noticia política, los medios aplican, unos usos profesionales específicos” (Canel: 1999: 143)” para determinar qué es y qué no es información. Estas medidas de selección se declinan favorables al infoentretenimiento. Estos aspectos son: 1) obligatoriedad de la existencia de un componente

conflictivo; 2) lo objetivo, o al menos, ha de mostrar que ante el aspecto conflictivo del que se trate, se produce por parte del periodista un tratamiento equilibrado, neutral y apartidista (Tuchman, 1972) y 3) la noticia política debe tener un respaldo oficial, mediante declaraciones de instituciones. En muchas ocasiones, estas declaraciones oficiales son sólo una parte más del conflicto.

- b) El reportaje. Aunque más utilizado en prensa escrita, el reportaje es una técnica usual de presentar a los protagonistas políticos ante la ciudadanía. Es un soporte más amable, en el que los políticos pueden mostrarse menos encorsetados por su profesión y dejan entrever otras facetas de su vida personal y familiar.
- c) El *spot* publicitario. En nuestro país, este tipo de género político se limita más bien a la época electoral, en el que todos los grupos políticos crean anuncios publicitarios, bien para resaltar las principales ideas de su programa electoral o, por el contrario, para atacar a los demás grupos políticos, y así ganar votos.
- d) Los debates también son un formato al alza durante los comicios. Varios representantes políticos exponen y discuten ante las cámaras de televisión acerca de sus principales ideas políticas en las cuestiones de actualidad.
- e) Las retransmisiones especiales desde los mítines políticos.
- f) La entrevista es el último de los géneros ‘tradicionales’ que en los últimos años ha ido sufriendo ciertas transformaciones en la televisión. “Es el formato más utilizado en nuestro país, y es el que cuenta con la presencia del líder político en televisión, respondiendo a las preguntas de uno o varios de los periodistas” (Berrocal, 2005: 4). Mientras que en un principio estas entrevistas se enmarcaban en espacios informativos como los noticiarios, en los últimos años, los políticos han iniciado sus entrevistas en espacios más distendidos, como programas de variedades, de charlas y entrevistas, que en inglés se conocen como *talk shows* y en programas contenedores, de infoentretenimiento, tales como “El Diario de Ana Rosa” o “Las mañanas de la 1”. Estos espacios, le permiten al protagonista

político mostrar su cara más humana, charlando sobre su vida personal, su familia, además de abordar temas políticos quedándose mucho más en la superficie de los datos.

- g) Los nuevos géneros que en los últimos años se han sumado a esta clasificación son: los programas de parodia política y las tertulias políticas televisivas. Estos nuevos formatos nacen a partir de que se instala en los medios de comunicación españoles, y más concretamente en la televisión, el infoentretenimiento como nueva fórmula para obtener beneficios. “Este *infoshow*, tiene en ocasiones su reflejo en las tertulias políticas, en las que los contertulios parecen más interesados en defender su posición política que en intentar ofertar a la audiencia elementos de análisis y una correcta explicación sobre el acontecimiento ocurrido” (Berrocal, 2005: 5-6).

2.2. El fenómeno de las tertulias políticas: concepto y nacimiento en España

Según la Real Academia Española de la Lengua², la definición de ‘tertulia’ tiene cinco acepciones diferentes:

1. f. Reunión de personas que se juntan habitualmente para conversar o recrearse.
2. f. En los antiguos teatros de España, corredor en la parte más alta.
3. f. En los cafés, lugar destinado a mesas de juegos de billar, cartas, dominó, etc.

Pues bien, teniendo en cuenta el tema que ocupa esta investigación, la definición más acorde sería la primera. Son varios los autores que han publicado investigaciones acerca de las tertulias políticas en radio, con el afán de dilucidar el porqué de su aparición y triunfo mediático y, en la actualidad, su mudanza a la televisión.

Las tertulias políticas nacen como un nuevo género periodístico español en el ámbito radiofónico en los años 80 “y desde entonces ha experimentado una notable proliferación y popularidad entre la audiencia, tanto por su carácter propiamente

² Puede leerse en <http://lema.rae.es/drae/?val=tertulia> Última vez consultado 10 de junio de 2014

radiofónico como por su naturaleza dialógica” (Martínez y Herrera, 2007: 193). Concretamente, en 1984, cuando la Cadena Ser, pone en antena “La Trastienda”. Este programa nace con el fin de desvelar confidencias y aportar claves que, por aquel entonces, la inmediatez de la radio no permitía. Era, por así decirlo, un espacio más amplio en el que tenía cabida la reflexión, por parte de periodistas especializados, que reproducían con exactitud la línea editorial de los medios, y que, además, calaban en la opinión pública de los oyentes. De esta manera, “la tertulia constituye un paso lógico en la carrera hacia la oferta de una mayor comprensión de la actualidad mediante el análisis de los acontecimientos a través de las opiniones de voces expertas” (Martínez y Herrera, 2007: 193).

Si bien en un principio estas tertulias suponían únicamente un espacio en el que participaban periodistas, es a partir de 1993, cuando fueron logrando cada vez más importancia el contar en la mesa de debate con los protagonistas políticos. Como narra la doctora, Chelo Sánchez Serrano en una de sus investigaciones, “a finales de 1996, 34 diputados tenían autorización para participar en esas tertulias radiofónicas, de los cuales la mitad pertenecían al PSOE” (Sánchez, 2005: 143).

Esta incorporación de los protagonistas políticos las tertulias añaden aún más controversia al desarrollo de las tertulias, al mismo tiempo que favorecen el fenómeno del infoentretenimiento político al conducir al líder político, representante de un partido, a presentarse en un espacio que, en muchas ocasiones, no es el mejor género para exponer argumentos sino que es, simplemente, un expositor de “defensas” y “ataques.

Una de las principales características del género de la tertulia es la apariencia de naturalidad y espontaneidad de los participantes, que como explica Sánchez, es una cuestión obvia ya que los periodistas y políticos participantes no tienen definidas exactamente sus respuestas, ya que dependen de cómo se desarrollen los contenidos de la tertulia, pero lo que sí que está medido escrupulosamente son los temas que se van a tratar, los tiempos destinados a cada tema y la duración de cada intervención de los contertulios.

La figura encargada de hacer cumplir los temas y los tiempos, es decir, el moderador de las tertulias, será generalmente un periodista, que coincide con el

presentador o copresentador del programa en el que se inserte. Las autoras Martínez y Herrera recogen en su investigación “La tertulia radiofónica como un tipo de conversación coloquial” (2007) las funciones fundamentales que debe llevar a cabo el moderador en una tertulia:

- a) Sitúa el tema y subtemas.
- b) Identifica y presenta a los participantes.
- c) Incita la conversación.
- d) Introduce temas espinosos y candentes.
- e) Atornilla las cuestiones de interés en las que algunos de los intervinientes o quieren entrar.
- f) Evita digresiones.
- g) Es el generador del espectáculo.
- h) Crea una atmósfera de cordialidad.
- i) Controla el tiempo de las intervenciones.
- j) Provoca directamente el cambio temático. Vigila para mantener el pluralismo y el equilibrio.
- k) Gestiona el tiempo, dando entrada oportuna y puntual a los cortes publicitarios y/u otras secciones o espacios del programa.

En la actualidad, la popularidad de éste género ha llevado a todas las cadenas, tanto radiofónicas como televisivas, a incluir en sus parrillas de programación al menos un espacio dedicado a la tertulia política. A juicio de la investigadora, María Elena Gómez Sánchez, “no todo es tertulia, pero su formato, la conversación más o menos informal, cobra vida en los magazines, en los servicios principales de noticias, en los programas deportivos, en los culturales o en los especializados en salud y calidad de vida. La radio, como no podía ser de otra manera, hace suya la tendencia comunicativa que ve en el diálogo y en la representación del mismo la mejor expresión de la comunicación humana” (Gómez Sánchez, 1999: 7).

Los limitados costes de producción de la tertulia política y el interés que suscita en los ciudadanos, que conlleva altos índices de audiencia, que se traducen en suculentos beneficios para las cadenas, han conducido a las distintas cadenas de televisión a interesarse por este género, del que hay que decir aún no existe una

investigación consolidada, ya que los estudiosos han dirigido más sus trabajos a analizar las tertulias en radio.

Según publica el periodista Miguel Arana (2014) en el diario *online* “Estrella Digital” el inicio de las tertulias políticas como uno de los géneros más consumido por los telespectadores se produjo a partir de la primera mesa política que creó María Teresa Campos en el programa “Día a día” de Telecinco que permaneció en antena desde septiembre de 1996 hasta diciembre de 2004.

A partir de ese momento, “raro es el magazine matinal que no ha tenido su propia tertulia política que han alcanzado su cénit con la llegada de la TDT” (Arana, 2014).

Las tertulias políticas, con su traspaso de la radio a la televisión han sufrido también otras transformaciones. Los periodistas rigurosos han dejado paso a periodistas o presentadores que, en ocasiones, no parecen tan interesados en el debate serio sin en alcanzar más audiencia ofreciendo un espectáculo en torno a la Según Arana, declaraciones explosivas, siempre en busca de la polémica, favorecen en este formato lo que él denomina el “periodismo de trinchera” que termina desembocando en disputas entre los contertulios, dejando al margen los temas políticos que estén debatiéndose en ese momento.

Y a raíz de esa búsqueda de la polémica, por parte tanto de los contertulios como del moderador, es cuando adquiere fuerza el valor de las audiencias y la acogida que el público da a este tipo de espacios, como veremos en el siguiente punto.

2.3. Las tertulias políticas en la TDT española

Los medios de comunicación y la clase política han mantenido una estrecha relación desde siempre. Este hecho cobra especial relevancia en época electoral.

Este estudio se enmarca en los meses previos a las elecciones al Parlamento Europeo de 2014, tiempo durante el que los principales candidatos políticos han ocupado la mayor parte de los minutos de las tertulias políticas de nuestro país.

Acostumbrados al bipartidismo, algunos medios se han aventurado a definir a estas tertulias políticas como las grandes catapultadoras de contertulios como Pablo Iglesias o Javier Nart, ambos participantes asiduos de este tipo de géneros, así como representantes políticos de partidos minoritarios, que han visto crecer exponencialmente los votos a su favor.

Con una andadura política muy escasa, Pablo Iglesias funda el partido Podemos el 11 de marzo de 2014, con ánimo de cambiar la trayectoria democrática de nuestro país y mejorar la calidad de vida de los españoles, y se presenta como todo buen comunicador en el medio más consumido en nuestro país, la televisión. Los principales medios escritos españoles, como son *El Mundo* y *El País*, se han aventurado en afirmar que su presencia en las tertulias políticas televisivas han sido la clave de su éxito, siendo una herramienta indispensable de acercamiento del candidato al electorado. “Para llegar a Bruselas se ha valido, como él mismo reconoce, del ‘circo y el cinismo’ de la televisión” (Suanzes y Bécares, 2014).

En palabras del propio Pablo Iglesias (2014) “la tertulia televisiva es un terreno crucial de la comunicación política. Parte de lo que la gente piensa procede de lo que se dice en las tertulias, así que es un espacio ineludible para hacer política. La gente, más que en los partidos, milita en los medios”.

Bien es cierto, que otros candidatos de grupos políticos minoritarios también han aprovechado esta herramienta para hacer campaña, pero han causado menos sensación en los medios escritos porque son partidos con una trayectoria más amplia, como Izquierda Unida o el Partido Nacionalista Vasco. Es por esto que no se puede atribuir sólo a la televisión el triunfo electoral del partido Podemos. César González Anton, director de informativos de la Sexta Noticias afirma en la página Web del diario *El País*³ (2014) que “si la tele fuera un maná prodigioso, el juez Elpidio Silva o Alejo Vidal-Quadras, que también eran candidatos y tertulianos, habrían arrasado en las elecciones, y no ha sido así”.

³ Se puede leer en http://cultura.elpais.com/cultura/2014/05/30/television/1401474718_461145.html Última vez consultado el 10 de junio de 2014

A la hora de tratar de establecer y responder a una de las preguntas de esta investigación que es ¿cuántas tertulias políticas se emiten en televisión en la actualidad?, y que incluimos en este apartado, ha sido fundamental la obra *El naufragio del periodismo en la era de la televisión*, de Javier del Rey Morató (1998). Siguiendo el libro, la oferta programática de televisión se divide en las siguientes franjas horarias:

Escenario	Franja horaria
Mañana	07:00 a 14:00
<i>Access sobremesa</i>	14:00 a 15:00
Sobremesa	15:00 a 17:30
Tarde	17:30 a 20:30
<i>Access Prime Time</i>	20:30 a 21:30
<i>Prime Time</i>	21:30 a 00:00
<i>Late Night</i>	00:00 a 02:30

Los programas se encasillan dentro de cada una de estas opciones por dos razones. Para competir entre cadenas en la captación de audiencias y, también, porque cada franja horaria tiene definido un tipo de espectador que está delante del televisor en ese momento, de manera que, los programas se adaptan a los gustos y preferencias de cada tipo de telespectador.

a. La mañana

Las mañanas de la televisión están marcadas por los programas de infoentretenimiento. Los estudiosos consideran que es la franja horaria en la que el *target* mayoritario son las mujeres adultas, generalmente amas de casa y con un nivel intelectual medio-bajo. Es por esta razón, que los programas más numerosos son los *magazines* de carácter femenino que incluyen secciones de cocina, salud, corazón, que, a menudo, presentan también espacios más rigurosos como tertulias políticas, económicas o de sucesos.

A partir de las 13:00 horas, en la última hora de la franja matinal, el perfil del telespectador se “rejuvenece y masculiniza”, y aparecen los concursos y series.

Los programas dentro de esta franja horaria en las principales cadenas⁴ de la TDT española, de lunes a viernes, son los siguientes:

La 1 de TVE	
06:30 a 08:30	Telediario Matinal
08:30 a 10:05	Los desayunos de TVE
10:05 a 14:00	Las mañanas de la 1

Antena 3	
06:15 a 08:55	Noticias de la mañana
08:55 a 12:15	Espejo público
12:15 a 12:50	Arguiñano
12:50 a 14:00	La ruleta de la suerte

Cuatro	
07:00 a 08:30	El zapping de surferos
08:30 a 09:30	Dinastía Ming
09:30 a 10:30	Alerta Cobra
10:30 a 11:30	Alerta Cobra
11:30 a 12:20	Alerta Cobra
12:20 a 14:00	Las mañanas de Cuatro

Telecinco	
06:30 a 08:55	Informativos Telecinco
08:55 a 12:45	El programa de Ana Rosa
12:45 14:30	Mujeres y hombres y viceversa

⁴ Esta investigación entiende como principales cadenas de la TDT española la cadena pública La 1 de TVE, y las cadenas privadas Antena 3, Cuatro, Telecinco y La Sexta.

La Sexta	
06:00 a 07:45	Lasexta en concierto
07:45 a 09:30	Al Rojo Vivo (R ⁵)
09:30 a 10:30	Crímenes imperfectos
10:30 a 11:30	Investigadores forenses
11:30 a 12:20	Informe criminal
12:20 a 14:00	Al Rojo Vivo

Es en esta franja horaria en la que las tertulias políticas se vuelven protagonistas, por el hecho de emitirse de manera simultánea. De todos los programas expuestos, presentan tertulia política “Los desayunos de TVE”, “Las mañanas de La 1”⁶, “Espejo Público”, “Las mañanas de Cuatro”, “El Programa de Ana Rosa” y “Al Rojo Vivo”, siendo estos dos últimos de dedicación exclusiva a la tertulia, y mayoritariamente a la tertulia política. Además, de constituir el tema de análisis de campo de la investigación.

b. *Access* sobremesa

La hora de mediodía es una hora clave en la programación televisiva, ya que los telespectadores se reúnen alrededor de la mesa, y frente a la televisión, mientras comen o hacen la comida. La heterogeneidad de los espectadores lleva a los programadores televisivos a buscar fórmulas compatibles con cualquier edad y sexo, y es de esta manera como confluyen *sitcoms*, informativos regionales y programas del corazón o de espectáculo.

La 1 de TVE ofrece en este horario el Informativo Territorial y, a continuación, Corazón, presentado por Anne Igartiburu.

Antena 3 mantiene su serie estrella de mediodía, “Los Simpson”.

⁵ (R) significa Redifusión. El programa no es en directo, sino que es repetido.

⁶ El caso de Las mañanas de La 1 es especial, en tanto que, a partir del mes de agosto de 2013, cambian su sección de tertulia política por tertulia social o de sucesos, aunque en momentos políticos destacados, pueden volver a incluirla.

Cuatro adelanta su informativo de horario, porque presenta un programa de deportes más extenso que otras cadenas de televisión, que va de las 14:45 a las 16:00 horas.

Telecinco, por su parte, mantiene en parrilla “De Buena Ley”, un espectáculo jurídico que simula un contencioso televisado en directo, en el que el público opina y juzga los hechos que se presentan.

La Sexta, al igual que Cuatro, también adelanta su informativo, para ceder el horario de mayor audiencia a los deportes con “Jugones”.

c. La sobremesa

Las 15:00 horas es el momento de la información y los informativos. Según el último estudio de audiencias publicado por el Estudio General de Medios, de abril de 2013 a marzo de 2014, el 88'3% de la población española se informa mediante la televisión. Por eso, es clave, que las cadenas entiendan esta franja como el momento exacto en el que competir con su mayor reclamo, los informativos.

d. La tarde y *access prime time*

Una vez que termina el informativo, muchos son los telespectadores que se quedan frente a la pequeña pantalla. Es el turno de programas contenedor como “Sálvame” (Telecinco), “Entre todos” (La 1 de TVE), y series televisivas de producción propia como “El Secreto de Puente Viejo” (Antena 3), “Amar es para Siempre” (Antena 3) y “Ciega a Citas” (Cuatro). Será al final de la tarde, en el *access prime time* cuando comiencen los concursos. “Pasapalabra” (Telecinco), “Ahora Caigo” y “Atrapa un Millón” (Antena 3).

e. El *prime time*

Esta nueva franja horaria comienza, en realidad, cuando termina la oferta informativa de las cadenas, es decir, los informativos. Es a partir de ese momento cuando da comienzo lo que Del Rey califica “el momento estelar de la televisión” (1998: 100).

f. El *late night*

Es la franja que sucede al *prime time* y que se extiende hasta la madrugada. Es en este horario donde se emiten los *late show* como “Hable con ellas” de Telecinco o “En el aire” de La Sexta. “En España la fórmula ha derivado a veces hacia temas escabrosos, cultivando los aspectos más morbosos y escandalosos de lo que hemos llamado la ‘actualidad lateral’”, afirma Del Rey (1998: 102).

Haciendo un punto y a parte, cabe destacar que la legislación en nuestro país contempla dos franjas horarias de protección infantil en televisión, para salvaguardar la educación y correcto desarrollo de los menores de edad, por lo que las cadenas de televisión deberían evitar la emisión de contenidos sexuales, violentos, y la utilización de palabras malsonantes, que, en muchos casos, no se respeta. Estos horarios de protección reforzada son:

-De lunes a viernes de las 08:00 a las 09:00 horas y de las 17:00 a las 20:00 horas.

-Sábados y domingos: entre las 09:00 y las 12:00 horas.

Dicho esto, a continuación se pueden observar en la misma tabla todas las tertulias políticas o programas que presentan tertulia política en la actualidad en los principales programas de la TDT española.

	La 1	Antena 3	Cuatro	Telecinco	La Sexta
01:00				Hable con ellas ⁷ 00:15-01:45	
02:00					
03:00 a 07:00					
08:00	Los desayunos de TVE 08:30-10:05	Espejo Público 08:55-12:15		El Programa de Ana Rosa 08:55-12:45	
09:00	La mañana de la 1 10:05-14:00		Las mañanas de Cuatro 12:20-14:00		Al Rojo Vivo 12:20-14:00
10:00					
11:00					
12:00					
13:00					
14:00					
15:00 –16:00					
17:00					Más vale tarde 17:15-20:00
18:00					
19:00					
20:00					
21:00					La Sexta Columna 21:30-22:30
22:00					
23:00	El debate de la 1 ⁹ 23:45-01:15				
00:00					

Fuente: Elaboración propia.

⁷ “Hable con ellas” de Telecinco sólo se emite en la media noche del jueves.

⁸ “La Sexta Columna” de La Sexta sólo se emite la noche de los viernes.

⁹ “El debate de la 1” se emite únicamente en la madrugada del jueves.

Teniendo en cuenta estos programas que contienen tertulia política, a continuación se detallan las audiencias que obtuvieron esos mismos durante el mes de mayo de 2014.

Título	cadena	día	Dur (m)	Género	Cuota	AM(000)
AL ROJO VIVO	LA SEXTA	LMXJV..	106:31:00	INFORMACIÓN	10	570
AL ROJO VIVO:EUROPA	LA SEXTAD	0074:17	INFORMACIÓN	10,7	1887
EL DEBATE DE LA 1	La1	...J...	0091:56	INFORMACIÓN	5	268
EL PROGRAMA DE ANA ROSA	T5	LMXJV..	228:32:00	ENTRETENIMIENTO	20,9	593
ESPEJO PUBLICO (MAGAZINE)	A3	LMXJV..	209:35:00	INFORMACIÓN	17	466
HABLE CON ELLAS EN TELECINCO	T5	.M.J...	133:02:00	ENTRETENIMIENTO	18,2	1140
LAS MAÑANAS DE CUATRO	CUATRO	LMXJV..	102:17:00	ENTRETENIMIENTO	9,7	542
LA SEXTA COLUMNA	LA SEXTA	...V..	0054:42	INFORMACIÓN	7,1	1086
LOS DESAYUNOS DE TVE	La1	LMXJV..	0092:50	INFORMACIÓN	11,7	283
COMO VALE TARDE	LA SEXTA	LMXJV..	142:17:00	INFORMACIÓN	6,6	657

Fuente: Barlovento Comunicación.

De esta manera, la tertulia más vista en el mes de mayo atendiendo a estos datos es “El Programa de Ana Rosa”, seguido de “Hable con ellas” y “Los desayunos de TVE” en tercer puesto.

Pero, ¿son los programas de tertulia política los más vistos en comparación con el resto de programas que oferta la TDT española?

Las 25 emisiones más vistas por cadenas en viernes 30 de mayo de 2014 ¹⁰			
Nº	Cadena	Programa	Cuota de pantalla
1	Cuatro	Fútbol, amistoso	24'6
2	Cuatro	Rumbo a Brasil	21'7
3	Cuatro	Post fútbol, amistoso	16'3
4	T5	Informativos T5 21:00h	18'8
5	T5	Sálvame Deluxe Express	14'2
6	T5	Pasapalabra	21'6
7	T5	Sálvame Deluxe	24'2
8	T5	Deportes 21:00h	14'5
9	A3	El Secreto de Puente Viejo	19
10	A3	A3 Noticias 1	14'9
11	T5	Informativos T5 15:00h	14'4
12	T5	Sálvame diario	17'9
13	A3	El Secreto de Puente Viejo	19
14	La 1	Telediario 1	13'5
15	A3	Los Simpson	14'7
16	T5	El tiempo 2	11'6
17	T5	Deportes 15:00h	12'2
18	Cuatro	Previo fútbol amistoso	11'2
19	La 1	Informativo territorial 2	12
20	A3	Deportes	11'6
21	La 1	Telediario 1 4:00	12'3
22	A3	Amar es para siempre	12'8
23	T5	De buena Ley	12'7
24	La 1	Telediario 2	10'3
25	La Sexta	Equipo de investigación	8'3

Fuente: Barlovento Comunicación.

Fútbol, informativos, series. Contenidos de infoentretenimiento y diversión ocupan los primeros puestos en los audímetros cada día.

¹⁰ Fuente la consultora audiovisual Barlovento.

2.4. La posible repercusión de las tertulias políticas en la opinión pública

El término de Opinión Pública según el investigador Cándido Monzón “no refleja un concepto claro, unívoco y válido para todos, sino que, por el contrario, éste se muestra confuso, complejo, polisémico y fuertemente condicionado por las distintas perspectivas en las que se sitúan los estudiosos del tema” (Monzón, 2006:21).

Esto es así porque, como explica Monzón, todo el mundo manifiesta tener una idea de lo que puede ser la opinión pública. “La opinión pública es una cosa más compleja de lo que han supuesto los analistas que han intentado disecarla y medirla” (Park, 1941:47). “La dificultad estriba en la palabra ‘pública’ que se usa en muchos sentidos diferentes” (Sprot, 1964:124).

La opinión pública ha sido aceptada primero como objeto de reflexión teórica y después, se ha tenido muy en cuenta como objeto de estudio e investigación. El reconocimiento de este fenómeno se fecha en torno a finales del siglo XVI, según Montaigne, o mediados del siglo XVIII, si tenemos en cuenta a Rosseau.

No obstante, es obvio que la expresión ‘opinión pública’ consta de dos elementos, ‘opinión’ y ‘pública’. De acuerdo a la definición de Monzón (2006:28-29), “con el término ‘opinión’ se hace referencia a dos conceptos fundamentales, presentes siempre en cualquier fenómeno de opinión pública, el de opinión y el de actitud. En cuanto al segundo término, ‘pública’, se debe entender en tres sentidos 1) ‘pública’, referido al sujeto de la opinión pública, el público; 2) ‘pública’, como aquella opinión que se exterioriza y llega a los demás, se hace pública y notoria; y 3) ‘pública’, como aquella opinión que se dirige a los asuntos de interés público, a la res pública, porque es de interés general (público) o porque puede llegar a serlo”.

Giovanni Sartori (1997:73), reconoce también estas tres acepciones de opinión pública. “a) La opinión pública tiene una ubicación, debe ser colocada: es el conjunto de opiniones que se encuentra en el público o en los públicos; b) Opiniones generalizadas del público, opiniones endógenas, las cuales son del público en el sentido de que el público es realmente el sujeto principal; c) Implica la res publica, los intereses generales, el bien común, los problemas colectivos”.

Además de estas tres áreas de creación de la opinión pública, existen otros elementos que ayudan a la creación o elaboración de una opinión pública. Monzón se refiere a tres que son: en primer lugar, “la conciencia que existe entre los miembros de un público de formar parte de una colectividad que mantiene posiciones semejantes sobre un tema”; en segundo lugar, “la falta de unanimidad (controversia) que se da entre unos públicos y otros o entre todos y el poder; y tercera, “la mediatización a la que está sometida la opinión pública en la sociedad actual” (2006: 39) .

Incide Sartori en esa participación de terceros que tiene mucho que ver en la creación de la opinión pública. “Cuanto más se abre y se expone una opinión pública a flujos de información exógenos (que recibe del poder público o de instrumentos de información de masas), más corre el riesgo la opinión del público de convertirse en 'hetero-dirigida', como decía Riesman” (1997:74-75). Es en esta participación de terceros en la opinión pública donde entran en escena, directamente, los medios de comunicación, y en especial, la televisión, por ser el medios más consumido por los españoles, se convierte por ende en el que más influencia puede ejercer sobre éstos.

De esta manera, la opinión pública es un fenómeno que depende, no únicamente del ‘público’ sino también de unas circunstancias temporales y geográficas, sociales o culturales, y que surge con una intención. “Toda opinión busca ejercer algún tipo de presión e influencia sobre el gobierno” (Monzón, 2006:44). Esta búsqueda de la presión sobre los gobernantes es lo que la ha convertido en uno de los principales temas de estudio desde su nacimiento hasta nuestros días, aunque sus resultados son complicados de extrapolar. Como ejemplo, el tema de este estudio, las tertulias políticas. Es muy complicado llegar a conclusiones objetivas sobre el poder que la televisión tiene sobre los espectadores a la hora de elegir un candidato en unos comicios, pero sí hay quienes se aventuran a afirmar que el triunfo en las pasadas elecciones al Parlamento Europeo, de partidos políticos pequeños, viene fomentado por la participación de sus líderes en ese tipo de programas televisivos.

La opinión pública se investiga mediante encuestas de opinión, análisis de contenido, escalas de actitud, grupos de discusión, entrevistas y observaciones de comportamientos colectivos que, en ocasiones, no son extrapolables al total de ‘público’ que puede conformar la ‘opinión pública’.

Capítulo 3. Un análisis de las tertulias políticas televisivas: “Las mañanas de la 1”, “Espejo Público”, “Las mañanas de Cuatro”, “El programa de Ana Rosa” y “Al Rojo Vivo”

Aunque ya se ha presentado en el capítulo anterior un primer análisis cuantitativo de todas las tertulias políticas que existen en la actualidad en la programación de la TDT en España, esta investigación se centra ahora en el análisis más detallado de las tertulias matinales, por darse el hecho significativo de emitirse de manera simultánea en diferentes cadenas. Este trabajo se presenta en dos fases:

Primera fase. Por un lado se analizan de manera comparativa las tertulias de “Las mañanas de la 1”, “Espejo Público” y “El programa de Ana Rosa”.

Segunda fase. Se analizan y describen las tertulias de “Las mañanas de Cuatro” y “Al Rojo Vivo”.

Esta diferenciación se lleva a cabo únicamente en pos de relacionar conceptos de manera más sencilla para el lector, ya que en cada una de las fases se aglutinan las tertulias que se emiten de forma más coincidente.

A continuación se detallan los datos referido a cada una de las tertulias políticas televisivas, objeto de esta investigación, y referidos a su nacimiento y desarrollo en el marco televisivo, ofreciendo, además, con carácter descriptivo sus contenidos en los días 13 y 22 de mayo, con el fin de conocer qué temas ofrecen y qué tertulianos participan, en dos fechas que fueron seleccionadas de manera aleatoria para complementar este estudio.

3.1. “Espejo Público”

El programa “Espejo Público” nace en la cadena televisiva Antena 3 el 11 de diciembre de 2006. Susana Griso es la encargada de presentar el espacio que acumula ya seis temporadas consecutivas de emisión. Este espacio ha sido recientemente galardonado con el Premio Iris 2014 a “Mejor programa de actualidad” en el que competía con la también tertulia política, “Al Rojo Vivo” y el programa de Ana Pastor, “El Objetivo”.

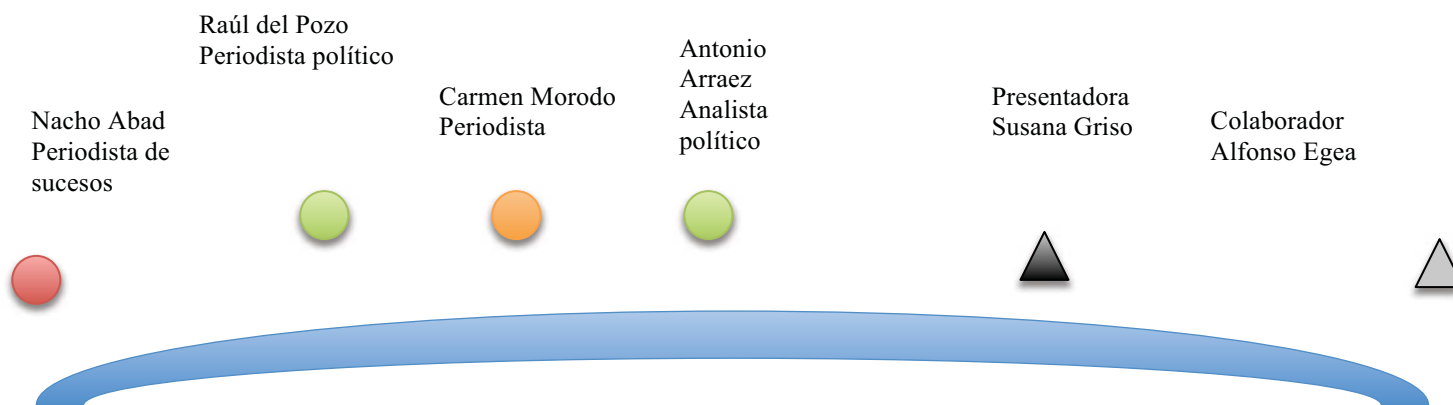
En torno a las 08:55 horas, en horario de lunes a viernes, ya está todo listo en plato, para mantener informados “desde todos los puntos de vista”¹¹ y durante casi tres horas y media a los telespectadores.

En cuanto a la organización personal del equipo, muchos son los contertulios y políticos que acuden al plato de “Espejo Público”. El programa denomina “colaboradores” a aquellos que mantienen una relación más estrecha con el programa, vía contrato laboral, y que desempeñan prácticamente el papel de copresentadores. Ejemplo de esto son Nacho Abad, periodista y criminólogo dedicado especialmente al apartado de sucesos, Albert Castellón, también periodista encargado de los reportajes de actualidad, Alfonso Egea, también periodista, con atención especial a los casos de investigación y sucesos, y, por último, Roberto Leal, dedicado más al aspecto social, más cercano a los ciudadanos, con casos de sucesos.

Pero, además de estos colaboradores permanentes, “Espejo Público” cuenta con una variada mesa de periodistas y expertos, que debaten durante las tertulias políticas, económicas y sociales, y que van variando con el transcurso de los días. Dicho de otra manera, el programa cambia de contertulios dependiendo del tema a tratar. En este grupo, se incluyen, de manera obvia, los protagonistas políticos que deciden acudir al programa en calidad de entrevistado, o muchas veces también como parte de la tertulia.

Como consecuencia del asesinato de la Presidenta de la Diputación de León, Isabel Carrasco, el lunes 12 de mayo, las tertulias políticas del día siguiente, no sólo “Espejo Público” van a dedicar gran parte de su tiempo a ese tema, que por lo significativo del hecho, mezclará lo político con lo morboso a partes iguales. Esto se deduce con facilidad atendiendo a los contertulios que el programa ha seleccionado para este día.

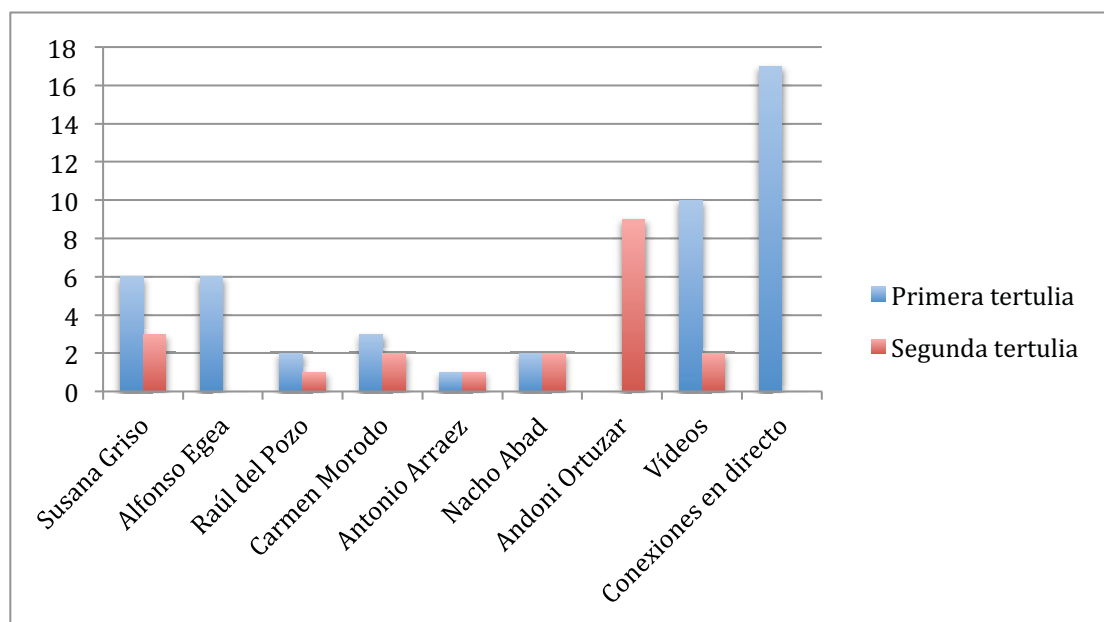
¹¹Recuperado de <http://www.antena3.com/programas/espejo-publico/> Última vez consultado el 10 de junio de 2014



Distribución de la mesa de “Espejo Público” el 13 de mayo de 2014. Fuente: Elaboración propia

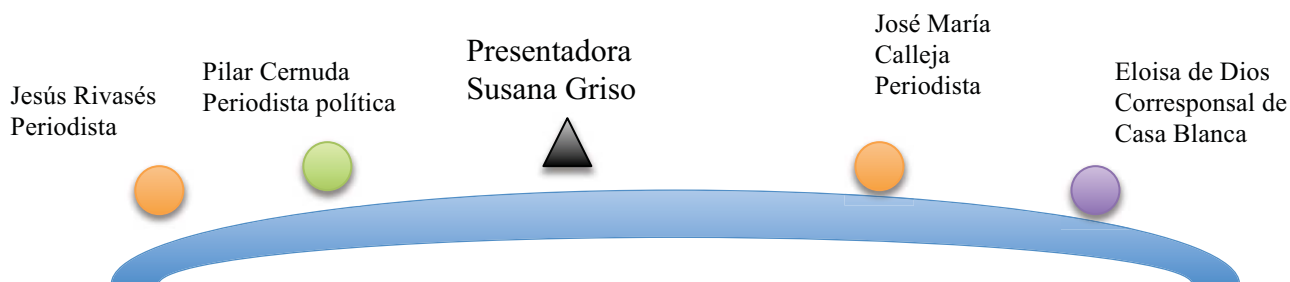
En total, se contabilizan aproximadamente 45 minutos de tertulia política sobre el tema del día, que es el asesinato de Isabel Carrasco, además de sus subtemas: los trece sueldos de la política, la relación personal entre las supuestas implicadas en el crimen y la víctima. Además, se produce el hecho de que está en pleno apogeo la campaña electoral para la elección de los diputados al Parlamento Europeo, motivo por el que ese día acude al plato Andoni Ortúzar, periodista y candidato político por el Partido Nacionalista Vasco que, también participa de la tertulia, ésta más corta, de 20 minutos.

A continuación, se desglosan los minutos que cada contertulio intervino en el debate:



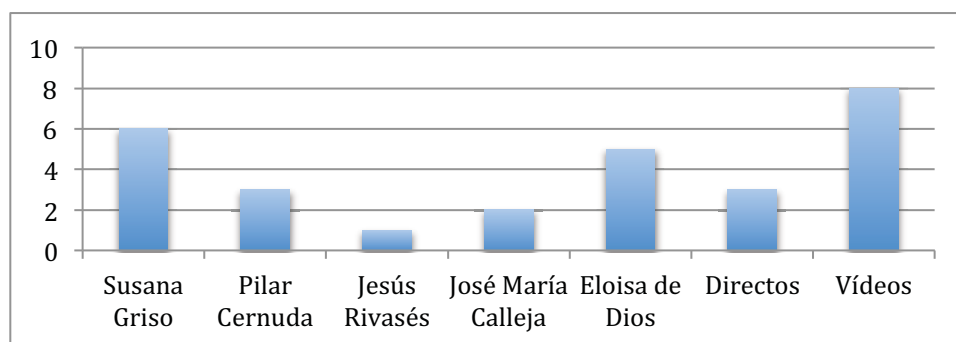
Fuente: Elaboración propia

El día 22 de mayo, aparece mayor diversidad de temas a tratar, porque el asesinato de Isabel Carrasco va perdiendo fuerza informativamente. De esta manera, “Espejo Público” se centra más en la campaña electoral que continúa ante los comicios. Esto repercute también en el tiempo dedicado a la tertulia política, que pasa de 1h y 20 minutos a, escasamente, 20 minutos.



Fuente: Elaboración propia.

Como aparece detallado en la posición que cada contertulio ocupa en la mesa, se puede observar que aparece una figura nueva, la de Eloisa de Dios, como corresponsal de Casa Blanca. Estos corresponsales hacen gala de su especial dedicación a un tema cuando se dan temas relevantes, en este caso, el décimo aniversario de los Príncipes de Asturias y la encuesta sobre la aceptación de la Corona en España, que será el tema más recurrido de ese jueves, correspondiendo a la única tertulia política del día. A continuación, se detallan los minutos que cada contertulio dedica al debate.



Fuente: Elaboración propia.

Como se extrae de la tabla, lo que destaca de éste día de análisis es la importancia que posee los vídeos, que sumado al tiempo de las conexiones en directo superan con creces el tiempo que intervinieron los contertulios en el debate.

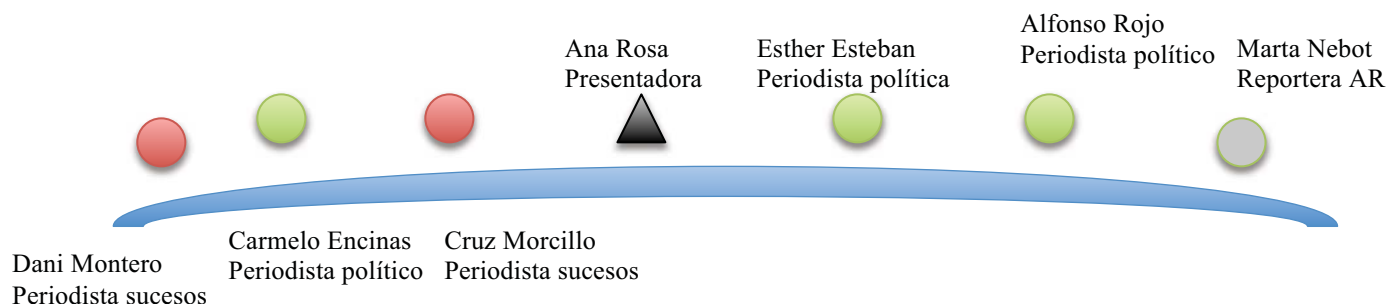
3.2. “El programa de Ana Rosa”

“El programa de Ana Rosa” es uno de los más longevos y populares de su franja horaria. El programa está en antena desde enero de 2005 y siempre ha mantenido su emisión de lunes a viernes. De 09:00 a 13:45 horas, informa, divierte y entretiene a los espectadores con contenidos muy variados. De la mano de Ana Rosa Quintana como presentadora, se diferencian con claridad tres apartados: aproximadamente la primera hora de emisión está dedicada a la tertulia política o económica, dependiendo el día, seguido de la tertulia social o de sucesos, para dejar paso, en el último apartado del espacio, al corazón y el cotilleo. Es llamativo, como lo es también en el caso de “Espejo Público”, que durante la etapa de la tertulia política, ninguno de los dos espacios deja paso a la publicidad, concentrándose esas pausas a partir de la primera hora de programa, y en el caso de “AR”, encuadrándose entre los temas de la prensa rosa.

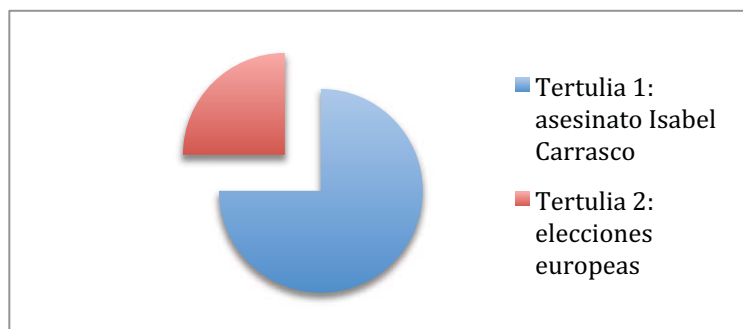
En cuanto a los contertulios del programa, ocurre algo similar a lo analizado en “Espejo Público” y que va a darse también en los demás programas de tertulia. Existen varios periodistas y expertos vinculados al programa, pero “AR” destaca, sobre todo, como colaboradores a los dedicados al tema del corazón. En lo referido a las tertulias políticas, el programa selecciona los que considera más oportunos para cada tema.

En el programa del 13 de mayo de 2014, habrá dos grandes tertulias políticas. La primera referente al asesinato de Isabel Carrasco y, la segunda, las próximas elecciones europeas y la campaña electoral de los partidos españoles. La situación de los contertulios ese día en la mesa era la siguiente:

Fuente: Elaboración propia

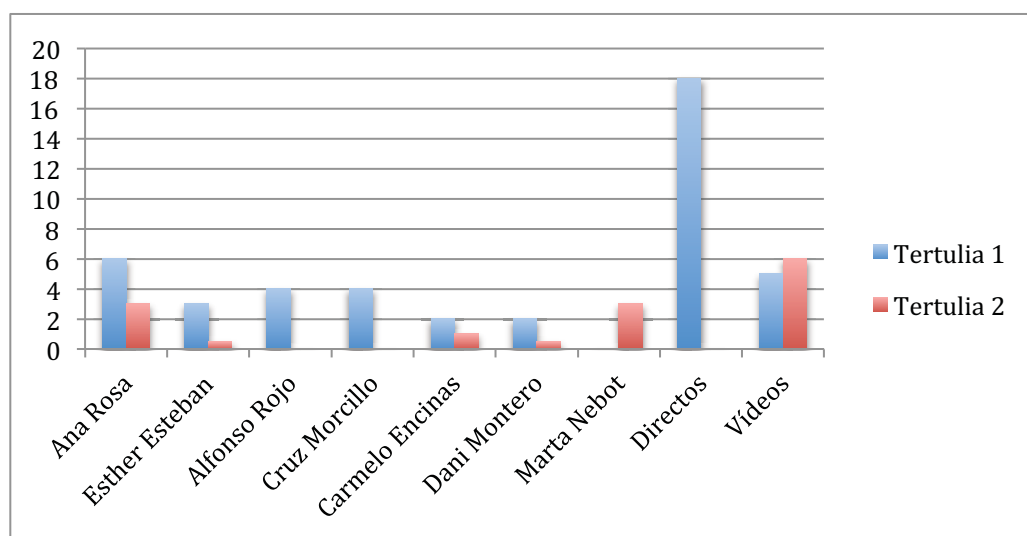


Como se puede observar, la selección de los contertulios denota una mezcla complicada entre la tertulia política y la de sucesos, por lo dramático del tema del día. Y la segunda apreciación, es que Marta Nebot, la reportera del programa, dedicada especialmente a temas políticos, se une a la mesa a raíz de la segunda tertulia, la de las elecciones europeas. En el gráfico siguiente se desglosa cómo queda repartida la hora que “AR” dedica a las tertulias políticas, con 45 minutos para la tertulia 1 y 15 para la tertulia 2.



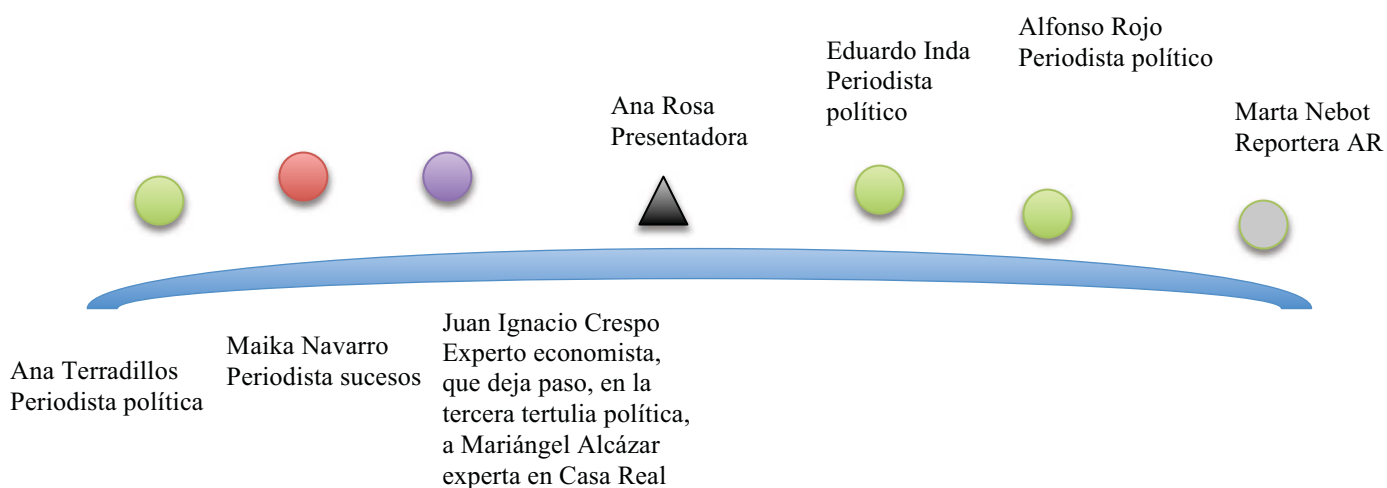
Fuente: Elaboración propia.

Además, cabe analizar, también, los minutos que cada contertulio participa en ambas tertulias para determinar el peso que tiene lo “más frívolo o superficial” en cada una de ellas.



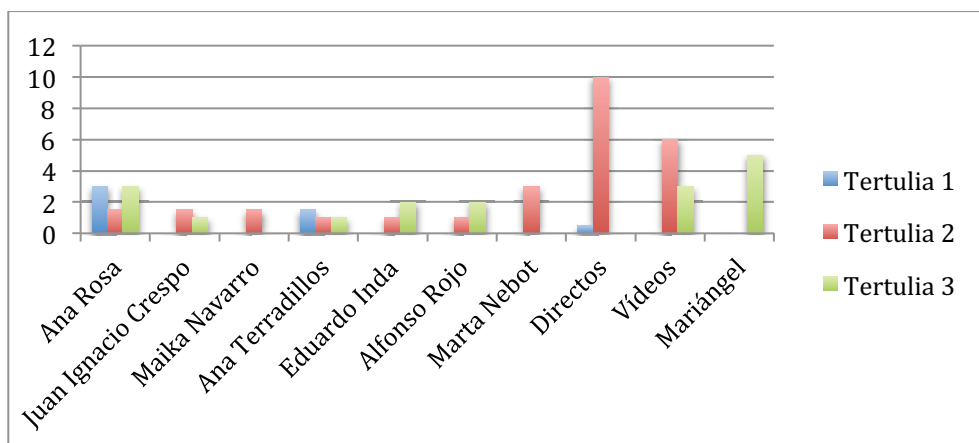
Fuente: Elaboración propia.

El jueves 22 de mayo, el interés del asesinato sobre Isabel Carrasco decae, lo que repercute en un menor tiempo de dedicación en la tertulia política. De esta manera, los temas se diversifican. No obstante, “AR” abre su programa con las últimas noticias del caso y le dedica 5 minutos para pasar a debatir sobre las elecciones europeas, a las que dedica 26 minutos y, por último, al décimo aniversario de los Príncipes de Asturias, que cuenta con 18 minutos de tertulia. A continuación, se representa la disposición de los contertulios detrás de la mesa.



Fuente: Elaboración propia.

Repite puesto en la mesa el periodista Alfonso Rojo, asiduo de las tertulias de tipo político, no únicamente en el programa de “Ana Rosa”, sino en cualquier tertulia de esa índole. Aparece, en este caso, también, un experto en economía, que a pesar de acudir al programa a presentar su libro, recientemente publicado, participa también de las tertulias políticas que se suceden, a excepción de la última, dedicada a Casa Real, cuando cede su sitio a la experta en el tema, Mariángel Alcázar.



Fuente: Elaboración propia.

Cabe hacer una diferenciación entre los “directos”, como se denominan en las gráficas. Dentro de este nombre se engloban tanto los directos que hacen los reporteros del programa, como, en el caso de la segunda tertulia, una participación en directo, mediante videocámara, de un español que vive actualmente en Alemania. En ese espacio de 10 minutos de directo, los contertulios también participan del debate, aunque, únicamente se contabiliza como conexión en directo. Este hecho es reseñable, dada la importancia que “El programa de Ana Rosa” da a este tipo de alternativas para vigorizar la tertulia.

3.3. “Las mañanas de la 1”

Es la última de las tres tertulias que coinciden en el mismo horario de mañana, y que corresponden al primer grupo de análisis. Aunque empieza un poco más tarde que las dos anteriores, a las 10:00 horas, se alarga hasta el mediodía. Cuatro horas de programación diarias, de lunes a viernes, desde agosto de 2009. Al frente del equipo, la presentadora Mariló Montero, que cuenta con la ayuda de varios copresentadores destinados a secciones específicas, como Fernando Ónega o Javier Capitán.

Aunque en sus inicios sí presentaba tertulia política, el quipo decidió prescindir de ella a partir de agosto de 2013. Cabe la posibilidad de recuperarla por temas políticos trascendentes y puntuales, pero en los días analizados no ha sido así, tratando el asesinato de Isabel Carrasco únicamente como un tema de sucesos.

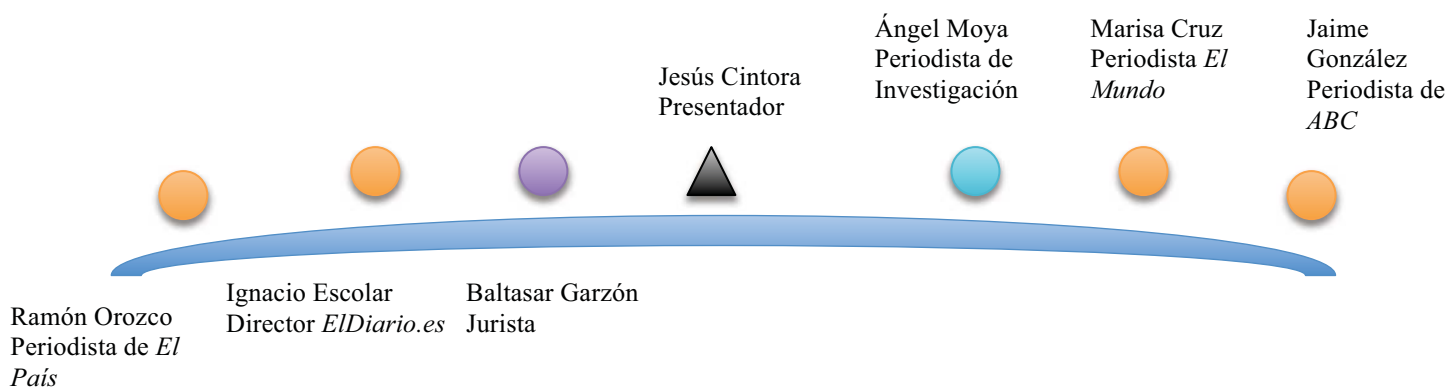
3.4. Las mañanas de Cuatro

“Las mañanas de Cuatro” se emite desde el año 2006 en la cadena televisiva Cuatro. Ha pesar de haber sufrido varios cambios en ese período de tiempo, como la sucesión de la presentadora Marta Fernández, por el actual moderador, Jesús Cintora, se mantiene en su línea de programa de tertulia tanto política como económica y social, con menos tintes de suceso que otras tertulias ya analizadas. Se emite de lunes a viernes en horario de 12:20 a 14:00 horas. En este horario exactamente, coincide con la otra tertulia de este segundo grupo, “Al Rojo Vivo”.

Los contertulios, en este programa, al igual que en otros, se seleccionan dependiendo de la temática diaria, aunque siempre hay alguno que acude con mayor asiduidad , como Pablo Iglesias o Ignacio Escolar, entre otros.

Los temas que se tratan son siempre de actualidad y por ser únicamente un programa dedicado a la tertulia y no a otros menesteres como los sucesos o el corazón, presenta más variedad también en los temas noticiosos del día.

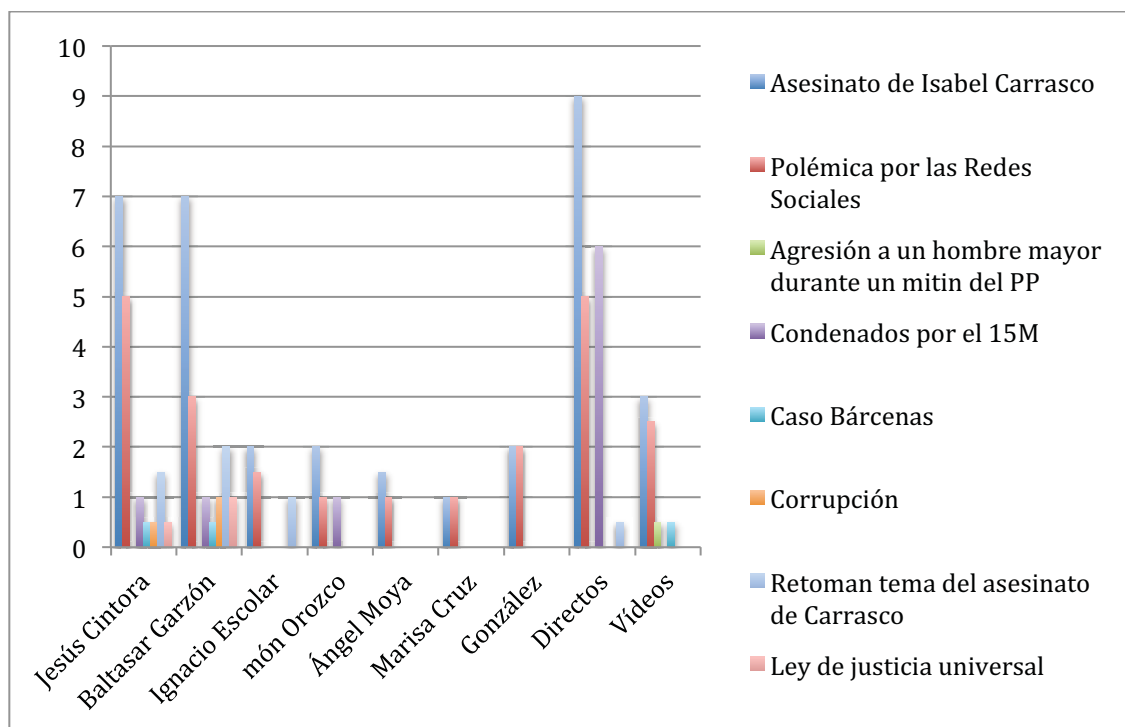
Situación de los contertulios el martes, 13 de mayo de 2014:



Fuente: Elaboración propia.

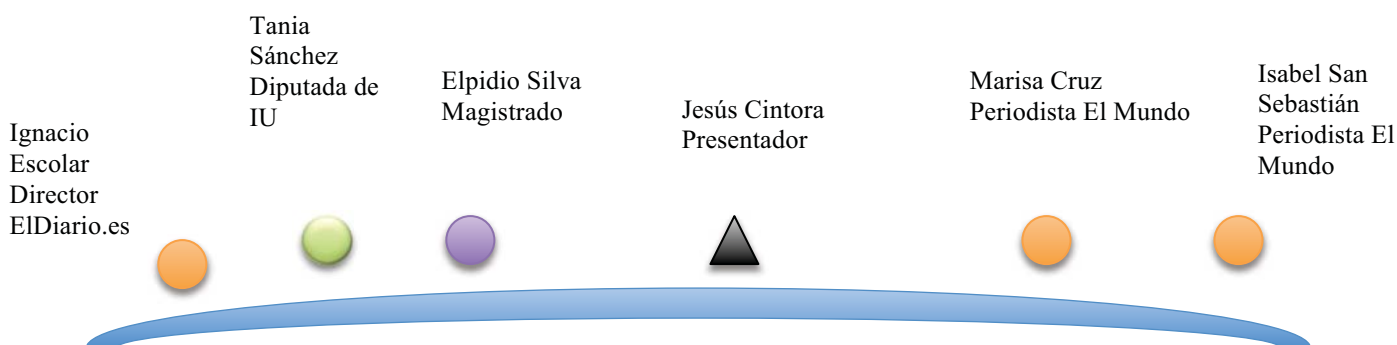
El programa diferencia entre periodistas colaboradores de un medio, y Ángel Moya, que, siendo también periodista, lo catalogan como investigador. Por otro lado, destacar la presencia de exjuez, Baltasar Garzón, como contertulio de esa mañana.

Los siete temas políticos que tratarán a lo largo de la hora y media de programa aparecen desglosados, con los minutos que cada contertulio dedica al debate en el siguiente gráfico, dada la diversidad de temas que se dan durante ese programa y que aparecen perfectamente delimitados, no como ocurre en otras tertulias, que se entremezclan los temas continuamente y resulta prácticamente imposible diferenciarlos con claridad:



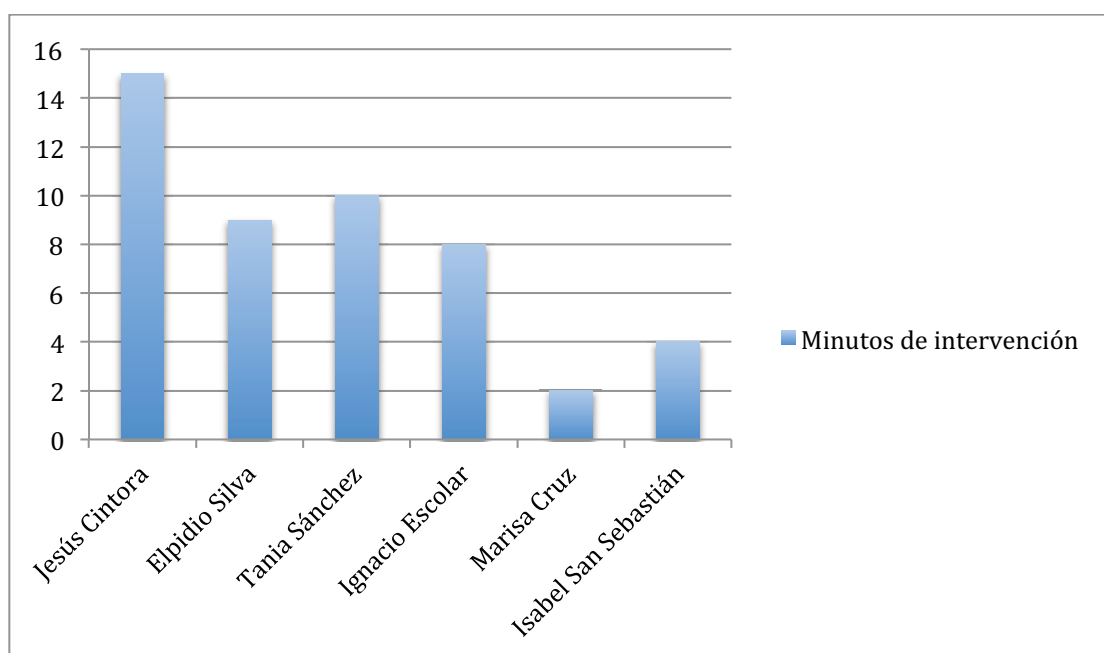
Fuente: Elaboración propia.

El jueves 22, vuelven a coincidir en la mesa de “Las mañanas de Cuatro” Marisa Cruz e Ignacio González, que comparten tertulia, esta vez con los siguientes periodistas y políticos:



Fuente: Elaboración propia.

Durante la jornada del jueves se trataron más de 11 temas políticos, entre los que destaca la polémica del líder del Partido Popular, Miguel Arias Cañete, por sus declaraciones tildadas de machistas tras el debate electoral con su contrincante socialista, Elena Valenciano. Otro de ellos, fue el altercado a la salida de un mitin en Cataluña, de los populares Alicia Sánchez Camacho y Cristóbal Montoro, cuando un grupo de violentos se abalanzó sobre el coche en el que viajaban. El tercer tema son los condenados por participar en manifestaciones no violentas como la del 15M o en piquetes informativos. Y así, hasta completar la lista de once temas. El asesinato de Isabel Carrasco sigue copando minutos de la escaleta del programa, pero en una medida mucho menor, dejando paso a la actualidad más inmediata. Es importante destacar, como hemos venido haciendo, los minutos que cada contertulio participa en el debate:



Fuente: Elaboración propia.

En este caso, llama especialmente la atención la alta participación del moderador del programa, que supera, en mucho, los minutos que intervienen en el debate los demás colaboradores. Esto denota un papel mixto por parte de Jesús Cintora, entre ser un colaborador más, entremezclado con su papel de moderador objetivo del debate.

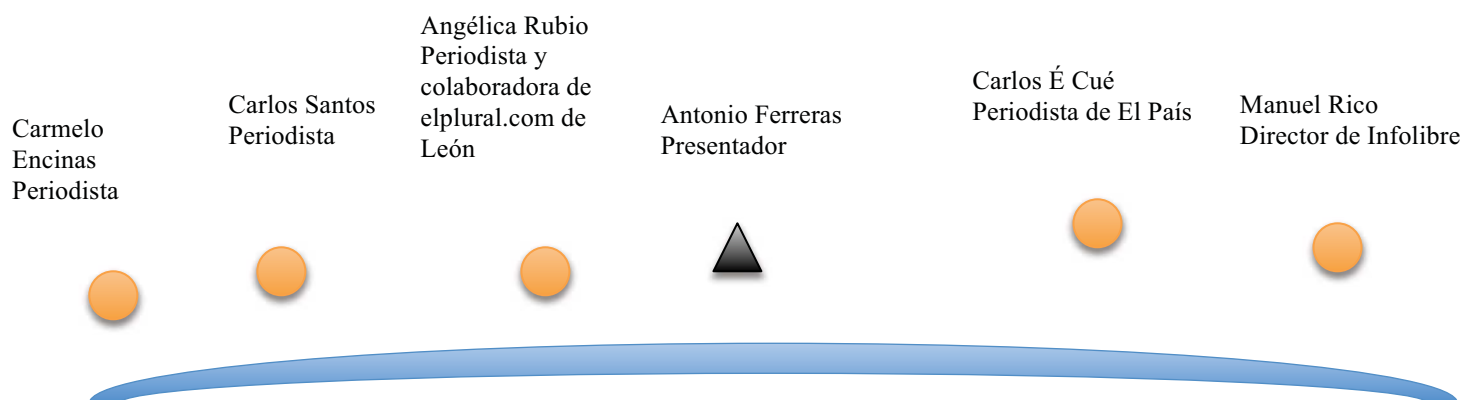
3.5. “Al Rojo Vivo”

“Al Rojo Vivo” de la Sexta nació el mes de enero de 2011, con vocación de ser un programa semanal, emitido de lunes a viernes, de 12:20 a 14:00 horas. Atiende la actualidad política y económica, que se mezcla, en ocasiones, con un enfoque más social del tema. Es un espacio presentado por el periodista Antonio García Ferreras, que es además el director del mismo.

La estructura del programa es prácticamente idéntica a la de “Las mañanas de Cuatro”. Un moderador que concede la palabra a los contertulios asistentes ese día, y que se permite ciertas licencias opinativas sobre los temas a debatir.

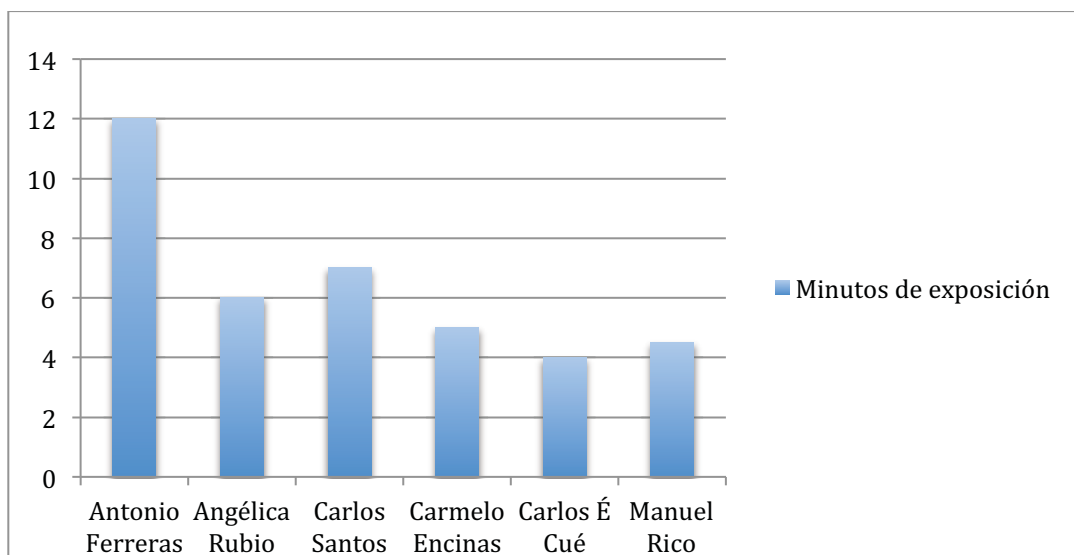
El martes 13 de mayo de 2014, destaca como tema principal el asesinato de la política, Isabel Carrasco, que supone 80 minutos de los 90 totales. Esta “maxitertulia” se divide en tres partes, separadas, únicamente, por temas económicos. No hay ningún otro tema político ese día. Aunque sí se producen subtemas dentro del propio caso del asesinato, como son las polémicas en las redes sociales o las declaraciones de distintos líderes políticos.

A continuación, se detalla quiénes fueron los protagonistas de esa tertulia:



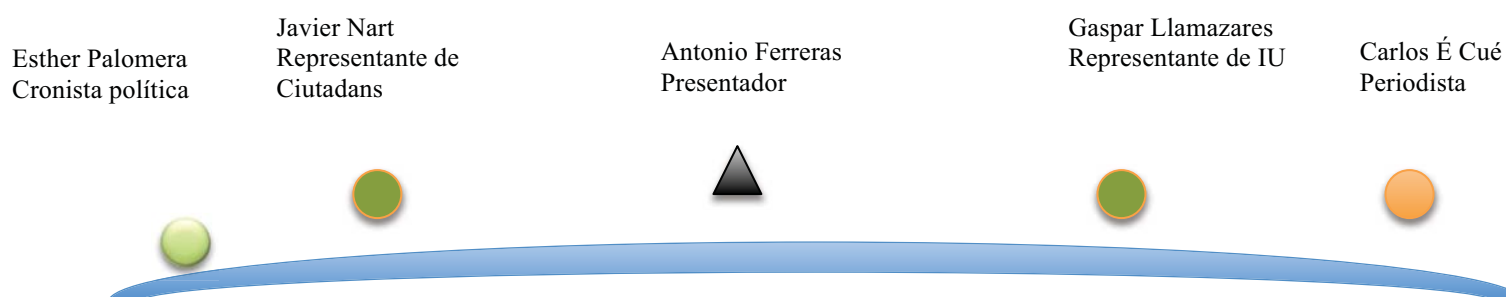
Fuente: Elaboración propia.

Por tratarse durante todo el programa el mismo tema en lo que a la tertulia política concierne, cabe destacar los tiempos que cada contertulio dedican al debate:



Fuente: Elaboración propia.

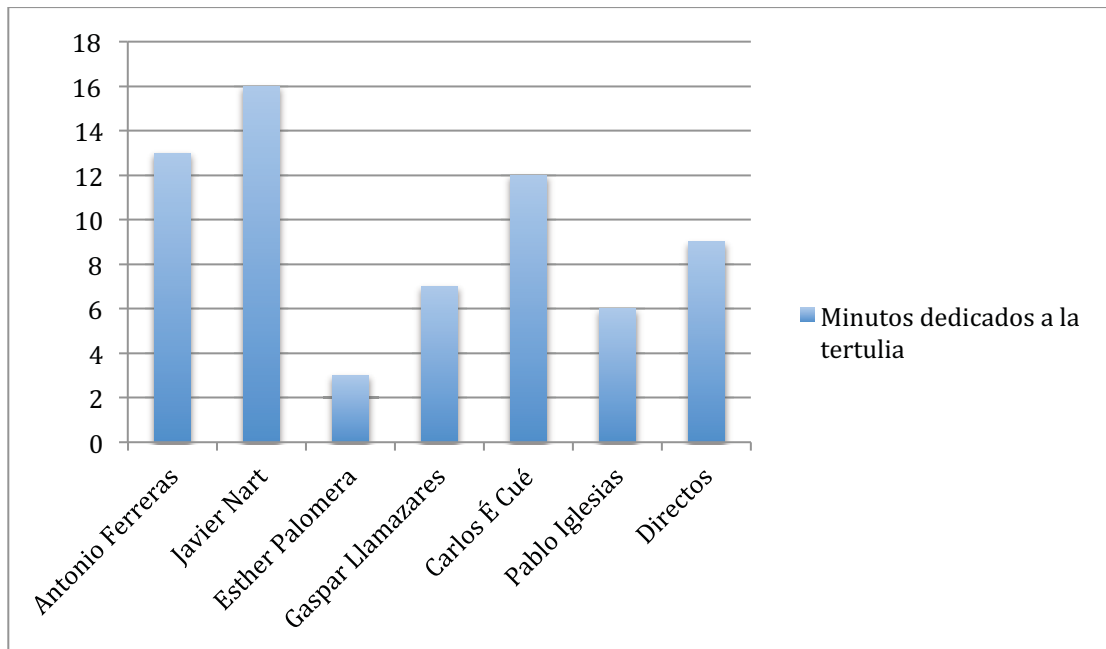
El jueves 22 de mayo, se sienta a la mesa de “Al Rojo Vivo” de nuevo Carlos É Cué, que comparte espacio, esta vez, con dos políticos candidatos a las elecciones al Parlamento Europeo, Javier Nart y Gaspar Llamazares, además de un fugaz Pablo Iglesias que conectará en directo, y con la cronista política Esther Palomera.



Fuente: Elaboración propia.

De manera obvia, el mayor peso de la tertulia de ese jueves ha sido la opinión de los políticos, pero para comprobarlo cabe destacar el tiempo que cada uno intervino en la tertulia¹², por tanto los temas tratados hacen referencia, de forma directa o indirecta, a los comicios.

¹² Se tiene en cuenta también la participación de Pablo Iglesias, representante del grupo político Podemos, porque no pudo personarse por motivos electorales ese día.



Fuente: Elaboración propia.

Hay varios datos representativos que resumen el gráfico anterior y son, la escasa diferencia que existe entre los minutos que interviene el presentador y el contertulio que más tiempo intervino en el debate. En cuanto a los minutos que participa Ferreras, resaltar la importancia que tienen los directos, y que es él quien media en estas conexiones. La diferencia con Javier Nart, es que sus intervenciones son mucho más largas y más numerosas que las de los demás contertulios. Un ejemplo, es la participación de Pablo Iglesias, a través de una conexión en directo, en la cual sólo participan el moderador, Ferreras, Javier Nart y Pablo Iglesias.

Este análisis descriptivo finaliza con el examen comparado que se ofrece en el siguiente apartado dedicado a la exposición de conclusiones.

Conclusiones

El último capítulo de esta investigación es el que corresponde con las conclusiones del análisis y que pasa por comprobar o refutar las hipótesis que se plantearon al inicio de la investigación:

✓ La primera hipótesis: El gran número de tertulias políticas que se incluye en la actual parrilla televisiva de la TDT española. Esta hipótesis queda verificada, por aparecer este nuevo género de la tertulia política en los principales programas matinales de infoentretenimiento así como en otros programas nocturnos que se dedican especialmente a este género, como son “La Sexta columna” o “El debate de la 1”. Es de especial relevancia, que las cadenas en las que aparece este tipo de programas coinciden, además, con las cadenas más consumidas por los telespectadores, la cadena pública Televisión Española, y las privadas, Antena 3, Cuatro, Telecinco y La Sexta.

✓ Hipótesis 2: En las tertulias políticas prevalece el infoentretenimiento, sobre la información veraz y objetiva que exige la profesión periodística. También se ha comprobado por el tiempo en minutos que cada contertulio dedica al debate. Muchas intervenciones de muy corta duración que no permiten profundizar en el tema y que sólo dejan espacio a las frases polémicas, que capten la atención de los espectadores y que los dejen sentados frente al televisor. Ésta es la fórmula que siguen todos los programas.

✓ Hipótesis 3: Los argumentos utilizados, tanto por los contertulios como por el moderador de la tertulia, promueven el espectáculo y buscan lo morboso y anecdótico del tema. Continuando con la explicación de la comprobación de la hipótesis 2, la mayor parte de las intervenciones no dejan espacio al razonamiento objetivo de cada colaborador. La escasa utilización de fuentes y, por el contrario, el abuso de la primera persona, dejan patente la personalización de las intervenciones, que buscan identificarse con muchos de los telespectadores, más que ofrecerles los datos suficientes para que ellos mismos se forjen sus propios juicios de valor. En los días analizados, la búsqueda del morbo se lleva hasta las cotas más altas. Los entrevistados de las conexiones en directo, además de ser siempre los mismos, como

la alcaldesa de Astorga, Victorina Alonso, como las declaraciones del presidente del Gobierno, Mariano Rajoy o los periodistas de *El Diario de León*, son sometidos por todos y cada uno de los programas a las mismas preguntas: ¿conocía usted a las víctimas? ¿Eran personas normales? ¿Cómo eran personalmente, para que hayan llegado a cometer el asesinato de Isabel Carrasco? ¿Conocía usted al marido y padre de las detenidas por el asesinato? ¿Sabe cuál es su situación actual? Preguntas que continuamente aluden al sentimentalismo del entrevistado y a conocer los detalles más escabrosos, a la par que innecesarios, de la vida privada de las personas implicadas en el terrible asesinato.

Además, otras conclusiones extraídas son las siguientes:

- a) A pesar de que cada programa tiene una serie más o menos fija de contertulios que participan en sus tertulias, es verdad que se comprueba una circulación de contertulios entre los diferentes programas que no tienen por qué coincidir exactamente dentro de un mismo grupo mediático, como es el caso, por ejemplo de Carmelo Encinas, que el mismo día 13 de mayo de 2014, participa en las tertulias de “AR” y “Al Rojo Vivo”, el día después del asesinato de la expresidenta de la Diputación de León, Isabel Carrasco.
- b) Los políticos y expertos que forman parte de las tertulias copan un mayor número de minutos durante el debate lo que les aporta relevancia frente a otros contertulios.
- c) Se observa también una diferenciación que cada programa hace de los contertulios. Mientras que unos programas los identifican como periodistas, otros, obvian la profesión periodística de ellos para destacar su participación como investigadores o especialistas en el apartado de sucesos. Este hecho queda demostrado en el capítulo 3, con la identificación que cada programa da a los participantes del debate.
- d) No sólo es importante qué profesión tiene cada participante de la tertulia, sino que además, el programa mide escrupulosamente la colocación que van a tener éstos alrededor de la mesa. Normalmente se identifica claramente, una separación entre ideologías más

tendientes a la izquierda a un lado del moderador y los de ideología de centro o derecha al otro lado del moderador. Lo mismo ocurre en tertulias que separan entre “a favor” y “en contra” de un tema. De esta manera se favorece el plano televisivo y se mantienen las discusiones dialécticas “cara a cara”, es decir, uno enfrente del otro, y no al lado.

- e) Como ya se ha señalado con anterioridad, la audiencia se erige como el ente más destacado. Y por eso, los programas de tertulia, no sólo tienen que tratar de ganar audiencia con sus temas, sino que, tienen que tratar de no perder esa audiencia durante las pausas publicitarias. Teniendo en cuenta esto, se producen dos situaciones. La primera tiene que ver con los programas contenedor matinales que además de presentar tertulia política tienen además tertulia de sucesos y social y una sección destacada de corazón o cocina. En estos casos, durante la hora aproximada que se destina en “AR” y “Espejo Público” a la tertulia política, no se realizan pausas publicitarias. El caso de “Las mañanas de la 1” ya se ha explicado que no presenta tertulias políticas así reconocidas, sino que son tertulias meramente de sucesos, y que además presenta la particularidad de que desde el año 2009 la cadena pública no tiene publicidad. Por otro lado, los programas como “Las mañanas de Cuatro” y “Al Rojo Vivo” que únicamente presentan tertulia, bien sea de carácter político, económico o con tintes más sociales, presenta una única pausa publicitaria, que también coincide en el tiempo, y que se produce aproximadamente a la hora de programa, es decir, en torno a las 13:20h y que dura unos 10 minutos.

- f) La elección de los temas en todos los programas es prácticamente la misma. Se repiten los tópicos: Partido Popular, Partido Socialista Obrero Español, el independentismo de Cataluña, o el décimo aniversario de los Príncipes de Asturias como matrimonio, incluso cuando la mesa la forman entrevistados o contertulios políticos de otros grupos políticos minoritarios. Este hecho, llama especialmente la atención, ya que el análisis de los programas se llevó a cabo

durante la campaña política ante los comicios al Parlamento Europeo, y contertulios como Pablo Iglesias o Javier Nart eran asiduos a este tipo de programas.

- g) Coincide también en todos los programas la elección de realizar conexiones en directo, especialmente el día 13 de mayo, además, de la misma elección de los entrevistados.
- h) Por último, es complicado encontrar una tertulia política sin tintes de tertulia social o de sucesos, que en temas como el asesinato de Isabel Carrasco se vuelve todavía más difícil de discernir.

En suma, las tertulias políticas que actualmente ocupan, y cada día más, la parrilla televisiva de los principales canales de la TDT española, son una repetición, casi idéntica. Mismos temas, mismos contertulios, mismos políticos, misma duración del espacio, mismas pausas publicitarias, que complican a los espectadores no consumir esos productos. Volviendo a Ruiz Zafón, y generalizando la labor periodística que se está llevando a cabo en las tertulias políticas a todos los géneros televisivos que existen en la actualidad, ¿sigue siendo el periodismo “algo a lo que valga la pena dedicarle la vida”? En mi opinión, y citando al investigador Giovanni Sartori, hay sitio todavía para el optimismo. “Tengo la esperanza de que los periódicos sean mejores y, a la postre, que la televisión también lo sea” (1997: 13).

Referencias bibliográficas

- Arana, M. Tertulias políticas: la nueva ‘Tómbola’ televisiva. Estrella Digital, 2014. Disponible en <http://www.estrelladigital.es/articulo/television/tertulias-politicas-nueva-tombola-televisiva/20140520181133196852.html> Última vez consultado: 10 de junio de 2014.

- Barnés, J. S., (2007). *El candidato ante los medios: telegenia e imagen política*. Madrid: Fragua

- Berrocal Gonzalo, S. (2004). Una aproximación a la nueva retórica del líder político televisivo: acciones, cualidades y discurso. *Dialnet*, 2, pp. 53-68

- Berrocal Gonzalo, S., (2005). La información política en televisión: ¿apatía o interés entre los espectadores? *Comunicar, Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, 25 (2), pp. 1-7

- Berrocal Gonzalo, S., Redondo García, M., Martín Jiménez, V., & Campos Domínguez, E., (2014). La presencia del infoentretenimiento en los canales generalistas de la TDT española. *Revista Latina de Comunicación Social*, 69, pp. 85-103.

- Canel, M.J., (1999). *Comunicación Política. Técnicas y estrategias para la sociedad de la información*. Madrid: Tecnos

- Cubells, M., (2003). *¡Mírame, tonto! Las mentiras impunes de la tele*. Barcelona: Ediciones Robinbook.

- Del Rey Morató, J., (1998). *El naufragio del periodismo en la era de la televisión. La industria del infoentretenimiento: de Aristóteles a Walt Disney*. Madrid: Fragua

- Gómez Sánchez, C. (1999). “La radio en España (1977-2000): de la radio informativa a la radio de opinión”, comunicación presentada en el curso de verano De al radio informativa a la radio de opinión, organizado por la Facultad de Ciencias de

la Información de la Universidad Pontificia de Salamanca, Salamanca, 5 y 6 de julio de 1999. Citado por Martínez-Costa Pérez, M. del P. & Herrera Damas, S., (2007). La tertulia radiofónica como un tipo de conversación coloquial. *Doxa comunicación*, 5, pp. 189-211.

- Hutchinson, T., (1946). *Here Is Television: Your Widow to the World*. Citado por Cubells, M. (2003). *¡Mírame, tonto! Las mentiras impunes de la tele*. Barcelona: Ediciones Robinbook.

- Martínez-Costa Pérez, M. del P. & Herrera Damas, S., (2007). La tertulia radiofónica como un tipo de conversación coloquial. *Doxa comunicación*, 5, pp. 189-211.

- Medina, M. A., De las tertulias televisivas al Parlamento Europeo. El País, 2014. Disponible en http://cultura.elpais.com/cultura/2014/05/30/television/1401474718_461145.html Última vez consultado: 10 de junio de 2014.

- Monzón, C., (1996). *Opinión Pública, Comunicación y Política*. Madrid: Tecnos.

- Muñoz Alonso, A. (1999). La democracia mediática, en Muñoz Alonso, A. Y Rospir, J. I.: Democracia mediática y campañas electorales. Barcelona : Ariel. Citado por Berrocal Gonzalo, S., (2005). La información política en televisión: ¿apatía o interés entre los espectadores? *Comunicar, Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, 25 (2), pp. 1-7

- Rospir, J.I. (2003). Introducción a la comunicación política. En Berrocal, S. (Ed.). *Comunicación política en televisión y nuevos medios* (pp. 21-54). Barcelona: Ariel.

- Ruiz Zafón, C., (2001). *La sombra del viento*. Barcelona: Planeta.

- Sánchez Serrano, C., (2006). Las tertulias políticas de la radio española. Un ejercicio de comunicación política mejorable. Dialnet, 0, pp. 141-152.

- Sartori, G., (1997). *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Madrid: Taurus.

- Stark, S. D., (1997). “Local news: the biggest scandal on TV. It’s shallow, it’s stupid, it misleads the public –it’s the local news”. *The Washington Monthly* 29 (6), pp. 38-41. Citado por Berrocal Gonzalo, S., Redondo García, M., Martín Jiménez, V., & Campos Domínguez, E., (2014). La presencia del infoentretenimiento en los canales generalistas de la TDT española. *Revista Latina de Comunicación Social*, 69, pp. 85-103.

- Suanzes, P. R. & Bécares, R. El líder que profesionalizó las tertulias. *El Mundo*, 2014. Disponible en http://www.elmundo.es/espana/2014/05/27/5383df7d268e3e24488b458a.html?cid=SMBOSO25301&s_kw=facebookCM Última vez consultado: 10 de junio de 2014.

- Wimmer, R. D. & Dominick, J.R., (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*. Barcelona: Bosch.

- Informe Anual de la Profesión Periodística editado por la Asociación de Prensa de Madrid (2014) y que se puede leer en la siguiente información del portal digital Vozpopuli: <http://vozpopuli.com/economia-y-finanzas/19331-crisis-en-la-prensa-200-medios-espanoles-echan-el-cierre-en-los-ultimos-4-anos> Última vez consultado el 10 de junio de 2014.

- Páginas Web oficiales de los programas analizados:, última vez consultadas el 10 de junio de 2014:
 - “Las Mañanas de la 1” de RTVE <http://www.rtve.es/television/la-manana-de-la-1/>

 - “Los desayunos de TVE” de RTVE <http://www.rtve.es/noticias/los-desayunos-de-tve/>

 - “El debate de la 1” de RTVE <http://www.rtve.es/noticias/el-debate-de-la-1/>

 - “Espejo Público” de Antena 3 <http://www.antena3.com/programas/espejo-publico/>

 - “Las mañanas de Cuatro” de Cuatro <http://www.cuatro.com/las-mananas-de-cuatro/>

“El programa de Ana Rosa” de Telecinco

<http://www.telecinco.es/elprogramadeanarosa/>

“Hable con ellas” de Telecinco <http://www.telecinco.es/hableconellasentelecinco/>

“Al Rojo Vivo” de La Sexta <http://www.lasexta.com/programas/al-rojo-vivo/>

“Más vale tarde” de La Sexta <http://www.lasexta.com/programas/mas-vale-tarde/>

“La Sexta Columna” de La Sexta <http://www.lasexta.com/programas/sexta-columna/>

Anexos

Ficha de análisis cuantitativo de las tertulias políticas en la TDT española

Nombre del programa: “El Intermedio”

Canal: La Sexta

Productora: Globomedia

Hora de emisión: 21:30 horas

Duración: aproximadamente, 60 minutos

Día de la semana en que se emite: de lunes a jueves

Fecha desde la que está en antena: marzo de 2006

Presentador: el Gran Wyoming

Tertulianos: más que tertulianos el programa tiene participantes o cabecillas de secciones como Joaquín Reyes, Sandra Sabatés, Dani Mateo, Gonzo, Thaïs Villas que obviamente tras 8 años en antena ha ido variando. El equipo anterior estaba compuesto por Sergio Morante, Tania Llasera, Juanra Bonet, África Luca de Tena, Usun Yoon, Beatriz Montañez, Cristina Peña y Yolanda Ramos.

Temas que abordan: Sobre todo políticos desde un punto humorístico y satírico.

Presencia de líderes políticos: Más en calidad de entrevistados que como parte de tertulias políticas. En este tipo de formatos televisivos no se contempla la tertulia política con participantes ajenos al equipo.

Ficha de análisis cuantitativo de las tertulias políticas en la TDT española

Nombre del programa: “El cascabel”

Canal: 13TV

Hora de emisión: las 21:45 horas

Duración: aproximadamente 2h y media

Día de la semana en que se emite: de lunes a viernes

Fecha desde la que está en antena: febrero de 2013

Presentador: Antonio Jiménez con Marian Viñas

Tertulianos: varían cada día, aunque se repiten con asiduidad. Según reza su página web “con los mejores analistas políticos”.

Temas que abordan: “Análisis, opinión, entrevistas, reportajes, información exclusiva y como añadido el mejor humor de la mano del Grupo Risa y "El Cencerro"”.

Ficha de análisis de contenido de las tertulias políticas en la TDT española

Nombre del programa: “AR”

Canal: Telecinco

Productora: Cuarzo producciones

Director: Juan Ramón Gonzalo

Hora de emisión: de 08:55 a 12:45 horas

Ubicación en la franja horaria: la mañana

Duración con publicidad: en torno a 225 minutos

Día de la semana en que se emite: de lunes a viernes

Fecha del día a analizar: 13 de mayo de 2014

08:55h: Comienza el programa. Ana Rosa introduce el que va a ser el tema del día, el asesinato de la Diputación de León, Isabel Carrasco. Además, presenta a los contertulios de esa mañana. Los especialistas, según el propio programa, en los temas de sucesos, Dani Montero y Cruz Morcillo. Los especialistas en tertulia política, Carmelo Encinas, Esther Esteban y Alfonso Rojo.

09:00h Cruz Morcillo da los últimos datos que se conocen sobre el asesinato de la Carrasco. Comienza así la tertulia política/sucesos.

1. Ana Rosa (AR) pregunta 12”
2. Cruz Morcillo contesta 26”
3. AR introduce el primer directo desde León 11” Patricia se encuentra en las puertas de la Diputación de León, en el Palacio de los Guzmanes de la capital de la provincia.
4. Conexión en directo con Patricia. 1’06”
5. AR 10”
6. Cruz Morcillo 50”
7. Conexión en directo con Patricia 33”
8. AR introduce el segundo directo desde Astorga, 35”
9. Luis, presenta a la alcaldesa de Astorga, Victorina Alonso, 42”

10. Victorina responde 4"
11. AR pregunta a Victorina 30"
12. Contesta Victorina 30"
13. AR 10"
14. La interrumpe Cruz Morcillo 40"
15. AR pregunta a Victorina 27"
16. Victorina 10"
17. AR 25"
18. Victorina 40"
19. AR 20"
20. Esther Esteban 20"
21. Carmelo Encinas 36"
22. Dani Montero, los contertulios discuten entre ellos 50"
23. AR 102
24. Luis Navarro desde la conexión en directo 28"
25. Alfonso Rojo 29"
26. Cruz Morcillo 35"
27. Alfonso Rojo 5"
28. Cruz Morcillo 35"
29. AR 8"
- 30 Victorina Alonso 12"
31. AR despide la conexión con Astorga 15"
32. Alfonso Rojo 20"
33. AR introduce un vídeo 12"
34. Vídeo, información sobre Isabel Carrasco 1'37"
35. AR 10"
36. Alfonso Rojo 60"
37. AR 5"
38. Alfonso Rojo 56"
39. Cruz Morcillo 5"
40. AR opina sobre el tema 20"
41. Esther Esteban 1'30" Comentario que todos los demás contertulios critican. Se altera el debate.
42. AR 8"

43. Replica Esther Esteban
44. AR 35”
45. Cruz Morcillo 12”
46. Esther Esteban 25”
47. Carmelo Encinas 50”
48. Esther Esteban 10”
50. AR 12”
51. Dani Montero 35”
52. AR 10”
53. Alfonso Rojo 33”
54. AR 32” introduce un vídeo sobre las “asesinas”
55. Vídeo sobre la vida de las “asesinas” como dicen en el programa 1’30”
56. AR 25”
57. Cruz Morcillo 37”
58. Alfonso Rojo 27”
59. Dani Montero 45”
60. AR 22” introduce de nuevo conexión en directo con Patricia Pardo.
61. Patricia Pardo desde León 52”
62. AR introduce un vídeo sobre las respuestas políticas al asesinato de Isabel Carrasco 30”
63. Vídeo 2’
64. AR 32”
65. Esther Esteban 20” “Los políticos en este país están muy acostumbrados a la muerte y al asesinato” (se refiere a los atentados de la banda terrorista ETA) Segundo revuelo que ocasiona Esther Esteban
66. Cruz Morcillo 15”
67. Hablan todos a la vez 20”
68. Ar 10”
69. Carmelo Encinas 1’16”
70. AR introduce otro directo desde León, en el que participa el director de *El Diario de León*, Joaquín Sánchez Turné 13”
71. Joaquín 26”
72. AR 15”
73. Joaquín 15”

74. AR 10"
75. Joaquín 58"
76. AR 40"
77. Joaquín 60"
78. AR 25"
79. Joaquín 10"
80. AR 10"
81. Joaquín 10"
82. AR despide 15"
83. Cruz Morcillo 25"
84. Dani Montero 10"
85. AR presenta a Marta Nebot que se sienta a la mesa para cambiar de tema a las elecciones europeas 25"
86. Las 09:43h. Se abre el segundo tema del día. Las elecciones europeas. Marta Nebot 55" que da paso a un vídeo
87. Vídeo reportaje de 2'40"
88. AR 10"
89. Marta Nebot 17"
90. Carmelo Encinas 10"
91. Marta Nebot 5" hablan a un tiempo Carmelo y ella
92. AR 12" comenta el acento inglés de la reportera. Se quedan en lo anecdótico y no en el tema del vídeo.
93. Alfonso Rojo 5"
94. AR 17"
95. Marta Nebot 20"
96. AR 7"
97. Marta Nebot 35"
98. AR 10"
99. Hablan todos a la vez
100. AR 7"
101. Carmelo Encinas 24"
102. Dani Montero 10"
103. Marta Nebot 20"
104. Esther Esteban 30"

105. AR 28” introduce una información a la que ponen cara y añaden el drama personal del desempleo juvenil
106. Vídeo 1’36”
107. AR información 28”
108. Carmelo Encinas 43”
109. AR 20”
110. Carmelo Encinas 12”
111. Dani Montero 20”
112. Marta Nebot 10”
113. AR 10”
114. Hablan todos a la vez
115. AR introduce otro caso ‘lacrimógeno’ de una mujer con tres hijos, sin trabajo y desahuciada. 45”
116. La conexión en directo dura 9 minutos
116. A las 10:06h comienza la sección de sucesos

Ficha de análisis de contenido de las tertulias políticas en la TDT española

Nombre del programa: “Las mañanas de Cuatro”

Canal: Cuatro

Productora: Mandarinina

Director: Eduardo Blanco

Hora de emisión: las 12:20h

Ubicación en la franja horaria: la mañana

Duración con publicidad: 1h y 40 minutos, aproximadamente.

Día de la semana en que se emite: de lunes a viernes

Fecha del día a analizar: 22 de mayo de 2014

1. 12:20h. Comienza el programa con imágenes del suceso violento que sufrieron Montoro y Alicia Sánchez Camacho a la salida de un mitin en Cataluña. Jesús Cintora presenta al magistrado Elpidio Silva. Que formará parte de la mesa de debate esa mañana. 51”
2. Elpidio Silva , lo presenta el programa, mediante un cintillo con el sobrenombre de “juez exinstructor del caso Blesa” 44”
3. Cintora 18”
4. Elpidio Silva 26”
5. Cintora presenta a Ignacio Escolar y saca el tema de las declaraciones racistas del alcalde de Sestao, en Bilbao 11”
6. Ignacio Escolar 25”
7. Cintora 15” presenta al siguiente contertulio, Tania Sánchez. Vuelve al caso de la “agresión” a los representante del PP.
8. Tania Sánchez, “diputada de IU de Zaragoza” 1’10””
9. Cintora presenta a Marisa Cruz 7”
10. Marisa Cruz “periodista de *El Mundo*” 34”
11. Cintora pregunta a Elpidio Silva 13”
12. Elpidio Silva 40”

13. Hablan a la vez Cintora, Silva y Tania Sánchez,
14. Elpidio Silva 30”
15. Tania Sánchez 41”
16. Discuten entre ellos y Cintora introduce el tema polémico de Cañete, por sus declaraciones machistas en plenas elecciones europeas. 28”
17. Vídeo sobre Cañete que utiliza imágenes del “programa de AR” de Telecinco 21”
18. Cintora 8”
19. Isabel San Sebastián “periodista de *El Mundo*” 60”
20. Cintora introduce un nuevo tema, la polémica suscitada en el Congreso por los comentarios vertidos en Redes Sociales, en especial Twitter 1’03”
21. Ignacio Escolar 51”
22. Cintora cambia de tema. “Otro huelguista condenado a pena de cárcel por acudir a una manifestación” 12”
23. Vídeo declaraciones 14”
24. Cintora vuelve al tema inicial, de lo ocurrido con Montoro y Sánchez Camacho 24”
25. Vídeo de las imágenes de lo sucedido con el coche oficial de ambos políticos populares 1’02”
26. Cintora 19”
27. Elpidio Silva 28”
28. Isabel San Sebastián 11”
29. Elpidio Silva 39” discusión entre Elpidio Silva e Isabel San Sebastián
30. Se mantiene la discusión entre ambos tertulios 37”
31. Cintora interviene como mediador 26”
32. Ignacio Escolar 23”
33. Cintora da la palabra a Marisa Cruz 4”
34. Marisa Cruz 29”
35. Pregunta Cintora 4”
36. Marisa Cruz 16”
37. Cintora “voy a dar un dato” e introduce un tema similar a lo ocurrido con los políticos del PP pero que en ese caso el afectado era Blesa. 22”
38. Tania Sáncjez 1’19” que es interrumpida por Isabel San Sebastián que la critica “esto es la tele”.

39. Isabel San Sebastián 26”
40. Ignacio Escolar 22”
41. Discuten Isabel e Ignacio 50”
42. Ignacio Escolar e Isabel se mantienen hablando al mismo tiempo 53”
43. Marisa Cruz 9”
44. Cintora 8” cambia de tema, Mariano Rajoy y unas declaraciones suyas durante un mitin pasan a ser el nuevo tema de debate
45. Vídeo de las declaraciones de Rajoy 11”
46. Tania Sánchez 1’07”
47. Cintora retoma el tema de Sestao 12”
48. Vídeo de las declaraciones del alcalde de Sestao 12”
49. Cintora 6”
50. Elpidio Silva 38”
51. Cintora 9”
52. Elpidio Silva 30”
53. Cintora 21” que retoma el tema de Cañete
54. Vídeo de “Cañete busca una salida” para huir de la prensa, repetición de las imágenes de Telecinco que se pusieron al inicio del programa. 1’23”
55. Cintora 3” pregunta a Elpidio Silva
56. Elpidio Silva 34”
57. Tania Sánchez discute con Elpidio Silva nuevamente 1’42” (los ataques se producen de parte de Elpidio a Tania)
58. Cintora 40” Cambia de tema. Se repite el tema de la mujer maltratada y desahuciada que tiene 5 hijos y se queda sin vivienda social en Granada.
59. Cintora 18” Introduce el tema de humor político, “el PP vende optimismo”
60. Vídeo del corto español sobre el PP publicado en *ElDiario.es* 60”
61. Tania Sánchez 2’12” La corta nuevamente Isabel San Sebastián
62. Isabel San Sebastián 15”
63. Cintora 38” introduce el tema de la nueva ley alemana sobre la expulsión de los españoles en paro que estén dentro de sus fronteras, “vete de Alemania, Pepe”
64. Vídeo reportaje 1’07”
65. Cintora 4”
66. Ignacio Escolar 28”

67. Cintora opina 10” “pero cómo van a hacer una queja formal si están diciendo que somos como Alemania”. Se refiere a los políticos españoles del PP que venden la idea de que España es la Alemania del sur.
68. Ignacio Escolar 20”
69. Marisa Cruz 30”
70. Cintora cambia de tema, para introducir unas nuevas declaraciones de Cañete 17”
71. Vídeo de las declaraciones de Cañete 15”
72. Cintora se ríe, literalmente, del candidato popular 12”
73. Elpidio Silva 48”
74. Ignacio Escolar 22”
75. Cintora 7”
76. Ignacio Escolar 9”
77. Cintora 6” continúa burlándose de Cañete
78. Isabel San Sebastián discute con Ignacio Escolar y Cintora durante 1’37”
79. Tania Sánchez 1’17”
80. Cintora cambia de tema. Mismo tema social que en “Al Rojo Vivo”. El hospital público de Toledo. 10’
81. Cintora pregunta a Elpidio Silva 8”
82. Elpidio Silva 12”
83. Cintora hace la pausa publicitaria después de una hora de programa
84. Cintora vuelve de publicidad con el tema de las protestas y los condenados de cárcel 16”
85. Elpidio Silva 22”
86. Cintora introduce la conexión en directo con uno de los condenados 31”
87. Desirée Hernández (con todo el sentimentalismo que puede da el directo) 42”
88. Condenado, Serafín 25”
89. Cintora 13”
90. Serafín 28”
91. Cintora 15”
92. Serafín 12”
93. Cintora 9”
94. Mujer de Serafín 12”
95. Cintora 4” “¿cuántos miembros sois en la familia?”

96. Mujer de Serafín 7”
97. Cintora 12” “¿qué les habéis contado a vuestras dos hijas menores de edad?
Porque es duro decirles que su padre se va a la cárcel”
98. Mujer de Serafín, que dice que se llama Sonia 39”
99. Cintora 16”
100. Elpidio Silva 41”
101. Cintora 9”
102. Elpidio Silva 27”
103. Cintora 6”
104. Serafín 13”
105. Cintora cierra la conexión en directo 33”
106. Ignacio Escolar 1’02”
107. Cintora 5”
108. Ignacio Escolar 23”
109. Elpidio Silva 36”
110. Ignacio Escolar 60”
111. Cintora 8”
112. Elpidio Silva 36”
113. Cintora cambia el tema a Bankia 11”
114. Vídeo. La fiscalía se opone al embargo de Rato que propuso IU. 1’03”
115. Cintora 15” “ahí está Rato, otra vez colocado (en una empresa)”.
116. Marisa Cruz 36”
117. Elpidio Silva 25”
118. Cintora 10”
119. Elpidio Silva 8”
120. Cintora 5” “¿justicia de doble rasero?”
121. Isabel San Sebastián 60”
122. Cintora cambia de tema y se mete de lleno en la tertulia social durante
6 minutos y medio
123. Cintora introduce las declaraciones de Cañete 30”
124. Vídeo sobre la “pillada” de Cañete y Celia Villalobos hablando sobre
el silencio de Cañete respecto a las polémicas declaraciones machistas. “Los
consejos de Celia” 9”
125. Cintora 13” repite el corte porque es muy breve

126. Vídeo Cañete 9”
127. Cintora 6”
128. Ignacio Escolar 24”
129. Isabel y Cintora bromean sobre el tema 44”
130. Cintora mete otra vez el vídeo 4”
131. Vídeo declaraciones de Cañete 9”
132. Cintora recuerda al alcalde de Sestao 10”
133. Vídeo de las declaraciones, otra vez, del alcalde de Sestao, 11”
134. Cintora enlaza con Manuel Fernández, diputado canario, que hizo unas declaraciones machistas unos días después de Cañete “La economía sumergida es como algunas mujeres, que no se puede acabar con ellas aunque no nos gusten” 13”
135. Vídeo declaraciones de Manuel Fernández 14”
136. Cintora despide a los contertulios y final del programa 30”