



Universidad de Valladolid

CURSO 2021-2022

Facultad de Filosofía y Letras

Grado en Periodismo

**Los programas de infoentretenimiento
en televisión. Estudio del caso de
Buenafuente**

Alumno: Mario Blas Alba

Tutora: Dunia Etura Hernández

Departamento: Historia Moderna, Contemporánea y
de América, Periodismo y Comunicación Audiovisual
y Publicidad

Convocatoria: Diciembre 2021

Índice

1.	Introducción.....	6
1.1	Objetivos.....	10
1.2	Hipótesis.....	11
2.	Estado De La Cuestión	11
2.1	Privatización De Los Canales De Televisión En España.....	11
2.2	Los Géneros De Televisión En España	13
2.3	Infoentretenimiento En La Televisión.....	14
2.4	El Infoentretenimiento Y Andreu Buenafuente.....	16
3.	Metodología.....	18
4.	Resultados	24
4.1	Buenafuente	24
4.1.1	<i>Características Generales.....</i>	24
4.1.2	<i>Características específicas de los programas.....</i>	25
4.1.3	<i>Resumen De Las Características Del Infoentretenimiento.....</i>	26
4.1.4	<i>Síntesis De las Características De La Entrevista En Profundidad</i>	28
4.2	En El Aire.....	29
4.2.1	<i>Características Generales.....</i>	29
4.2.2	<i>Características específicas de los programas.....</i>	31
4.2.3	<i>Resumen De Las Características Del Infoentretenimiento.....</i>	33
4.2.4	<i>Síntesis De las Características De La Entrevista En Profundidad</i>	34
4.3	Late Motiv	35

4.3.1	<i>Características Generales</i>	35
4.3.2	<i>Características específicas de los programas</i>	36
4.3.3	<i>Resumen De Las Características Del Infoentretenimiento</i>	38
4.3.4	<i>Síntesis De las Características De La Entrevista En Profundidad</i>	39
5.	Conclusiones.....	40
6.	Referencias Bibliográficas	43
7.	Anexos	50

Título: Los programas de infoentretenimiento en televisión. Estudio del caso de Buenafuente

Autor: Mario Blas Alba

Resumen: La parrilla televisiva ofrece multitud de géneros, entre los que se encuentra el infoentretenimiento, un género híbrido que apareció en la televisión española en los años 90 cuando se produjo un aumento en la hibridación de los géneros televisivos, siendo este una mezcla entre la información y el entretenimiento y que, actualmente, es uno de los géneros de mayor éxito.

La presente investigación tiene por objeto determinar la evolución que ha sufrido el infoentretenimiento a través de los programas *Buenafuente*, *En el aire* y *Late Motiv*, tres de los programas más destacados que han sido presentados por Andreu Buenafuente y que pertenecen a la productora audiovisual *El Terrat*.

Para ello, se ha analizado un total de doce emisiones, cuatro por cada programa, utilizando una metodología basada en el análisis de contenido a partir de una ficha de análisis *ad hoc* donde se observan tanto sus características generales como las específicas de cada programa, junto con las características del infoentretenimiento y de la entrevista en profundidad.

Los resultados obtenidos evidencian los pocos cambios producidos en este género a lo largo de estos años y la poca presencia femenina en este tipo de programas, haciendo evidente que la igualdad de género sigue siendo una tarea pendiente.

Palabras clave: infoentretenimiento, Buenafuente, En el aire, Late Motiv, evolución, televisión.

Title: Infotainment programs on television. Buenafuente case study

Author: Mario Blas Alba

Abstract: The television grid offers a lot of television genres, where, nowadays, the infotainment is one of the most popular and one of the most consumed. It's a hybrid genre that appeared in the 90's on the spanish tv.

This research aims to observe the evolution of infotainment programmes through programmes *Buenafuente*, *En el aire* and *Late Motiv*, three of the most outstanding programmes that have been presented by Andreu Buenafuente. They belong to the audiovisual company *El Terrat*, name that comes from a radio program that Andreu Buenafuente had on Radio Reus 30 years ago. That program gave rise to this audiovisual company.

For this, it has been analyzed some broadcasts of these programmes where it had been observed the general and specific characteristics of this programmes, also the characteristics of the infotainment and the in-depth interview.

Results have led to some conclusions regarding the few changes produced in this television genre along this years and the little female presence in this programmes. This make clear that gender equality remains a pending task.

Keywords: Infotainment, Buenafuente, En el aire, Late Motiv, evolution, television.

1. Introducción

En 1926 John Logie Baird revolucionó las telecomunicaciones al crear un aparato electrónico que cambió la vida de las personas para siempre: la televisión (Instituto Peruano de Publicidad, 2021).

Tal y como refleja Umberto Eco en su libro *“La estrategia de la ilusión”*, a lo largo de la historia de la televisión se han desarrollado dos importantes etapas: la Paleo TV y la Neo TV. La primera se basaba en un monopolio del Estado donde la televisión tenía la función de formar, educar y entretener. La titularidad de las cadenas era pública, la relación con el público era unidireccional y vertical y, además, los contenidos estaban muy diferenciados dependiendo del público objetivo al que iban destinados. Por otra parte, está la Neo TV. En esta etapa, la televisión hablaba cada vez más de sí misma y menos del exterior sin importar el contenido emitido, primando la obtención de mayores audiencias, ocasionando una lucha continua entre las cadenas públicas y privadas. Además, la contraprogramación era habitual y nace la “televisión basura” (Eco, 1986:86).

Sin embargo, varios autores, entre los que se encuentran Scolari (2008) y Gordillo (2009), explican que existe una última etapa de la televisión, la Meta TV o hipertelevisión. En esta etapa, además de presentarse las cadenas privadas y públicas, aparecen las emisiones por cable, canales *premium* y las plataformas digitales. Las principales características que se presentan en la hipertelevisión son el ritmo acelerado que existe en esta etapa, gran agilidad visual y narrativa, la intertextualidad y la hibridación de géneros, además de que solo habla de ella misma constantemente (Gordillo, 2009:15).

Según Ribés: “la televisión es, junto a la escuela y a la familia, uno de los agentes socializadores y juega un papel muy importante en las sociedades democráticas modernas” (2005:4). Se considera, por tanto, un medio de comunicación muy influyente a la hora de formar la opinión pública. Por otra parte, la sucesión continua de imágenes hace que el espectador tenga una vivencia de los hechos que ocurren en ella más directa, haciéndole sentir que lo vive en primera persona (Polo Morellà, 2019:5).

En 1939, en Estados Unidos, se establece la primera emisora con servicio regular del mundo, la NBC. Tras ella, comienzan a aparecer nuevos canales de televisión alrededor del planeta. En nuestro país, el primer canal surgió de forma tardía, en 1956, y que, junto al segundo canal, UHF, inaugurado en 1966, fueron los únicos medios televisivos hasta los años 80, donde aparecen las autonómicas. Tras ello, en los años 90, aparecen las primeras cadenas privadas, abriendo un amplio abanico de posibilidades a los hogares españoles (Ministerio de Educación, s.f.).

Con el nacimiento de estos canales privados, se pone fin al monopolio de Televisión Española y, como afirma Ribés: “comienza una época de competitividad entre las televisiones que repercutirá en una dura lucha por conseguir, a través de los contenidos, los índices de audiencia más altos” (2005:3).

En la actualidad, a pesar de los cambios que ha sufrido el medio, sigue manteniéndose como un elemento indispensable de entretenimiento para los españoles. Por ejemplo, en el año 2020, durante la pandemia, según el *Análisis de la industria televisiva- audiovisual 2020* realizado por la empresa Barlovento Comunicación (2021), la sociedad española consumió una media de 5 horas y 39 minutos diarios de televisión. *Atresmedia* y *Mediaset* fueron los dos grandes grupos privados que lideraron audiencias con una cuota de pantalla de 11,8% y 14,6%, respectivamente, por encima de la televisión pública, La 1 y La 2, que obtuvieron una cuota de 9,4% y 2,8%.

Una de las formas de entretenimiento presentes en nuestra parrilla televisiva es el infoentretenimiento. Este género surge en los años 90, cuando se produce un aumento en la hibridación de géneros televisivos, siendo este una mezcla entre la información y el entretenimiento (Jiménez Muñoz et al., 2018). Esta nueva hibridación busca que el contenido que se genere llame la atención y despierte el interés del mayor número de personas posible (Berrocal Gonzalo et al., 2012)

Según Berrocal et al (2014), una de las principales características de este género es su desarrollo basado en temas susceptibles de generar un impacto en el espectador o de ofrecer un espectáculo visual con temas llamativos como sucesos, desastres, de interés humano, curiosidades o *celebrities*, aunque

también trata temas serios como la política, economía o religión, dándole un toque dramático, humorístico o paródico (Berrocal *et al.*, 2014:89). Por otra parte, en relación a las características técnicas destacan la grabación mediante cámara al hombro, los primeros planos o planos detalles, conexiones en directo, el uso de recursos sonoros, o la interactividad con el público (Berrocal *et al.*, 2014:90-91).

Varios autores coinciden en que los primeros ejemplos que se descubren en nuestro país sobre programas de infoentretenimiento son *Las noticias del guiñol* (Canal + 1995-2008), *Caiga Quien Caiga* (Telecinco 1996-2002, 2005-2008, La Sexta 2010) y *El informal* (Telecinco 1998-2002). (Gordillo Álvarez *et al.*, 2010)

Desde entonces, por los hogares españoles, han trascurrido numerosas emisiones de este tipo. Ejemplos de esta forma de entretenimiento son *Crónicas Marcianas* (Telecinco 1997-2005), *Sé lo que hicisteis* (La Sexta 2006-2011) o *El Hormiguero* (Cuatro 2006-2011, Antena 3 2011- actualidad).

Unos de los programas más conocidos dentro del infoentretenimiento fue *Buenafuente* (Antena 3 2005-2007, La Sexta 2007-2011), presentado por Andreu Buenafuente, quien comenzó su carrera en el mundo de la radio con 17 años y siguió en la televisión catalana hasta que, en el año 2005, dio el salto a nivel nacional.

Durante esos años de emisión, obtuvo una media de 511 mil espectadores (Fórmula tv, 2008). A pesar de que estuviera en emisión junto a programas como *Crónicas Marcianas* (Telecinco 1997-2005), los cuales eran el programa líder en audiencia en la misma franja horaria con una media de 1.475.000 espectadores (Fórmula tv, 2005), Buenafuente consiguió, en alguna emisión, superar en número de espectadores a *Crónicas Marcianas* (Fórmula tv, 2005).

En 2011 finalizó *Buenafuente*, pero, dos años más tarde, en el 2013, surgió *En el Aire*, con Andreu Buenafuente como protagonista, con una audiencia media de 584.000 espectadores y 7,4% de *share* (Álvarez, 2015). Aunque sus datos eran similares a su anterior programa, duró menos tiempo, hasta 2015. Tras ello, pasó a Canal +, aunque meses después cambió al nuevo canal de televisión creado por Movistar, #0, donde, desde 2016 presenta *Late Motiv*, uno de los programas actuales más vistos en los canales de pago con 50.000 espectadores

de media y 1,7% de *share* (Fórmula tv, 2021) (Fernández, 2016). Tal y como afirma la propia web del programa, este es “el *show* más personal de Andreu Buenafuente” (Late Motiv, s.f.).

Hay que señalar que, aunque Buenafuente ha tenido datos muy variados de audiencias, este ha conseguido mantenerse en la parrilla a lo largo de dos décadas.

El presente estudio centra su análisis en la evolución de los programas de infoentretenimiento a través de los tres *late night* más destacados de este presentador: *Buenafuente*, *En el aire* y *Late Motiv*. Es importante tener en cuenta que estos tres programas pertenecen a la productora *El Terrat*, creada por Andreu Buenafuente en 1989 a partir de un programa de radio que tenían en Radio Reus llamado *El Terrat de Radio*. Esta productora audiovisual tiene más de 30 años de historia, en los que han conseguido diferentes premios nacionales como los Premios Onda, TP de Oro o de la Academia de la Televisión, además de dos nominaciones internacionales a un *Rose d’Or* y un *Emmy Award* por sus creaciones, ya sean series, películas o programas de infoentretenimiento como *La Resistencia*, *Late Motiv* o *Preguntes Freqüents* (El Terrat, s.f.).

Con todos estos formatos que ha puesto en marcha *El Terrat* a lo largo de su historia, resulta significativo utilizar los programas *Buenafuente*, *En el aire* y *Late Motiv* como objeto de estudio para la presente investigación dado que son tres de los programas de mayor éxito de la productora audiovisual y los más conocidos de los presentados por Andreu Buenafuente.

En torno al infoentretenimiento en televisión, se han realizado numerosos estudios e investigaciones, analizando la consolidación de estos programas en el panorama televisivo (Ortells Badenes, 2011) , estudiando su presencia en los canales generalistas de la TDT española (Berrocal Gonzalo, Redondo García & Campos Domínguez, 2014), examinando los nuevos protagonistas de los programas de infoentretenimiento (Ortells Badenes, 2015), investigando el infoentretenimiento en la televisión de pago (Gascón-Vera, Patricia, 2020) o analizando el infoentretenimiento político (Martín Jiménez, Virginia & Berrocal Gonzalo, Salomé, 2015).

En el caso de Andreu Buenafuente, se han realizado varias publicaciones acerca de la alternancia de códigos de sus monólogos (Virgili Gonzalo, 2009), sobre las entrevistas realizadas en su programa (Polo Morella, 2019), en relación a los géneros periodísticos dentro del humor y la ironía, poniendo al programa *Late Motiv* como ejemplo (Pereira Gómez, M. E., & Silva Echeto, V, 2020), además de analizar la transformación de *Late Motiv* durante el confinamiento para adaptarse al momento que se vivió por el Covid-19 (Santana Mahmut, Saida & Andueza-López, Belén, 2021) o comparar *Late Motiv* con *Las que faltaban* desde una perspectiva de igualdad (Aznar Yubero, María, 2020).

Sin embargo, no se ha realizado ningún estudio acerca de la evolución de los programas de infoentretenimiento, un aspecto que resulta interesante investigar dada la cantidad de programas de este género híbrido que ha habido y que se encuentra en la actualidad y dada la evolución que ha sufrido el propio medio en las últimas décadas con la aparición de internet y de las plataformas OTT y SVoD que han copado un importante espacio dentro de la oferta audiovisual. Además, como se ha mencionado antes, resulta significativo analizar la influencia de Andreu Buenafuente al ser uno de los pocos presentadores que, a día de hoy, continúa en la parrilla televisiva después de tantos años.

1.1 Objetivos

El objetivo principal de este estudio es determinar la evolución que ha sufrido el infoentretenimiento a través del caso de Buenafuente. Para ello, vamos a analizar tres de los programas más populares presentados por Andreu Buenafuente: *Buenafuente*, *En el aire* y *Late Motiv*.

Además de este objetivo principal, se han planteado los siguientes objetivos secundarios:

1. Analizar las características de los tres programas dirigidos por Andreu Buenafuente para observar el contenido que ofrecen y comprender el éxito de estos.
2. Estudiar las entrevistas realizadas en los programas seleccionados para la investigación y observar si contienen las características de la entrevista en profundidad.

3. Analizar la presencia femenina en los programas presentados por Andreu Buenafuente para observar si ha aumentado con el paso de los años.

1.2 Hipótesis

Las hipótesis planteadas antes de realizar el estudio son:

1. A pesar de la transformación del sector audiovisual en los últimos años, no encontramos una evolución significativa en los programas de infoentretenimiento
2. La entrevista en profundidad se ha dejado atrás en los programas de infoentretenimiento para pasar a unas entrevistas donde el objetivo principal de estas es entretener al público.
3. La presencia de mujeres ha aumentado con el paso de los años en los programas de infoentretenimiento siendo mayor el número de mujeres en *Late Motiv* que en *Buenafuente*.

2. Estado De La Cuestión

2.1 Privatización De Los Canales De Televisión En España

El primer canal de televisión de España se inauguró en 1956 donde, el ministro de Información y Turismo, Gabriel Arias-Salgado, presentaba los nuevos equipos y estudios de la Televisión Española. Más tarde, en 1966, se iniciaría el segundo canal de televisión en España. Así se mantendría dividida la televisión en España hasta los años 90, donde, debido a la aparición de los canales privados, comenzó a ofrecerse un amplio abanico de posibilidades para los hogares españoles. (Ministerio de Educación, s.f.)

Con ello comienza una nueva época donde la audiencia es lo más importante y va a existir una rivalidad total por conseguir el mayor número de espectadores posible.

En 1989 se aprueba la Ley de Televisión Privada y, con ello, se establecen tres licencias de televisión a tres empresas privadas: Antena 3, Telecinco y Canal +. Este reparto final no estuvo ausente de polémicas ya que se acusaba al gobierno de propiciar la dualidad, con la derecha (en referencia a Antena 3) y la izquierda

(en referencia a Telecinco) y el partidismo en beneficio de los intereses del gobierno del PSOE (en referencia a Canal Plus) (Izquierdo-Castillo, 2014).

Estos canales no surgieron de manera inmediata, sino que fueron apareciendo sucesivamente. Primero se creó Antena 3 el 25 de enero de 1989 (Antena 3, 2018), siendo así la primera cadena privada de España. El 3 de marzo de 1990 se crea Telecinco de la mano de Silvio Berlusconi, uno de los propietarios de Mediaset (Telemanía, 2015). Por último, en ese mismo año, el 8 de junio de 1990, aparece Canal + aunque no de forma totalmente abierta. Solo en determinadas horas, después, si no te suscribías, no podías ver el contenido que ofrecía la cadena de televisión (Cid, 2015).

La llegada de estas cadenas hace que en los años 90 TVE pierda audiencia y que, Antena 3 y Telecinco, con un catálogo más dirigido al entretenimiento de la audiencia, vayan ganando poco a poco más audiencia. Ya en la primera década del siglo XXI se ofrece en dos ocasiones la posibilidad de aparición de nuevos canales de televisión, en el año 2000 donde surgen dos canales, Veo TV y Net TV, y en el 2005, en la que la apertura es más grande e importante ya que nacen canales como La Sexta, que pertenecía al grupo Imagina y años más tarde se integraría en el grupo Atresmedia, o el canal de televisión Cuatro, canal que releva a Canal +, realizando así un cambio total y comenzar a emitir en abierto y analógico, aunque años más tarde se integraría en el grupo Mediaset España. Ese mismo año comienza a desarrollarse el Plan Técnico Nacional de Televisión Digital Terrestre (TDT) multiplicando la oferta de canales. En 2010 se consigue implantar de forma nacional, haciendo que toda la población deba cambiar de receptor o de televisión para poder continuar viéndola.

Los nuevos canales surgidos con la llegada de la TDT estaban vinculados a los diferentes grupos mediáticos presentes en la parrilla televisiva española (Mediaset, Atresmedia, etc.), afianzando así un mayor número de espectadores. Mediaset amplió su oferta de canales con la creación de Factoría De Ficción (FDF), un canal con una programación enfocada a la ficción y el humor; Energy, canal especializado en deportes y aventura; Divinity, con contenido más enfocado a *realities* o entretenimiento; y Boing, con contenido infantil. El grupo Atresmedia amplió su catálogo con los canales Nova, que contenía diferente programación de entretenimiento, destacando las telenovelas; Mega, enfocado

a la naturaleza, la aventura, la acción y la actividad humana, Neox, donde reinaban los contenidos infantiles, las series y el humor. Años más tarde se añaden a la parrilla Be Mad, donde reinaba la acción (Mediaset) y Atreseries, con una gran cantidad de series y contenidos pertenecientes al grupo Atresmedia (Romero Llorca, 2016).

TVE también aumentó sus canales con la creación de Teledeporte, especializado en competiciones deportivas; Clan, con una programación destinada al público infantil; y el canal 24 horas, donde se retransmiten noticias de actualidad a lo largo de las 24 horas del día de los 365 días del año (Romero Llorca, 2016).

2.2 Los Géneros De Televisión En España

Según Saavedra (2021), la audiencia, a lo largo de la historia de la televisión en España, siempre se ha movido entre el entretenimiento, la información y la ficción. Sin embargo, ha ido variando junto con la evolución de la audiencia a nuevas formas, nuevos géneros híbridos que se han implantado en las parrillas televisivas españolas (Saavedra Llamas *et al.*, 2021).

Antes de la llegada de las nuevas cadenas de televisión privadas en 1990, en España solo había dos canales de televisión como hemos mencionado anteriormente, La 1 y La 2. En los años 60, con la creación de estos dos canales de televisión, se consolidan las galas musicales y humorísticas, además de la retransmisión de eventos relevantes, ya fuera la llegada del primer hombre a la luna o el Festival de Eurovisión (Saavedra Llamas *et al.*, 2021).

Más tarde, en los años 70, los últimos años de dictadura franquista, se empieza a ver cierto aperturismo en la televisión, dando pie a las primeras figuras periodísticas femeninas, como lo fueron Clara Francia o Mercedes Milá. Programas de *magazine* como *Informe Semanal* destacan en la parrilla televisiva del momento. (Martín Jiménez, 2008)

Durante estos años nace uno de los concursos más importantes de la televisión en España y más recordados por las personas. *Un, dos, tres... ¡responda otra vez!* Llega en 1972 a las televisiones de los españoles revolucionando

completamente la parrilla televisiva, siendo un programa que aglutina todos los elementos de un concurso. Como afirmó su creador, Narciso Ibáñez, “lo que queríamos era juntar a las familias delante el televisor y, sobre todo, ofrecer algo nunca visto en la España de 1972” (Cruz Lapeña, 2017).

En los años 80, la parrilla de televisión tiene cada vez más programación, más series, retransmisiones de eventos o concursos. En 1986 se emite la primera telenovela, *Los ricos también lloran*, pero lo que reina es la ficción, considerado como la Edad de Plata de nuestra ficción. Con la llegada de las cadenas privadas, estas apostaron por diferentes fórmulas para ganar audiencia, ficción propia, informativos, deportes, concursos y entretenimiento. Es ahí donde se experimenta con diferentes formatos, y donde se produce la hibridación de estos en la televisión. En esta hibridación surge el conocido infoentretenimiento que se quedará en la parrilla televisiva hasta nuestros días y aumentará su consumo con el paso de los años (Saavedra Llamas *et al.*, 2021).

2.3 Infoentretenimiento En La Televisión

Con la aparición de los canales privados, surgen nuevas formas de entretenimiento y nuevos formatos televisivos, fruto de la hibridación de otros, para así conseguir el máximo de audiencia posible.

Las películas y las series eran lo que reinaban en estos canales, pero también había espacio para un género particular como lo es el infoentretenimiento o *infoshows*.

El término infoentretenimiento en el ámbito televisivo empieza a utilizarse a finales de los años 80 y aglutina dos conceptos: información y entretenimiento, “poniendo en manifiesto la tendencia en el periodismo actual a borrar las fronteras entre aspiraciones tradicionalmente distantes e incluso divergentes” (Berrocal Gonzalo *et al.*, 2014:87).

Como afirman también Berrocal *et al.* (2014), el fenómeno radica en el sensacionalismo informativo que se origina durante la primera generación de la prensa popular encaminado más al entretenimiento, al pasatiempo en sí, que a la información.

Krüger es considerado como precursor de emplear este término vinculado a la televisión en 1988. Sin embargo, hay diferentes autores que creen que el fenómeno aparece en la década de los 60 y principios de los 70 en el mundo de la televisión. En el estudio realizado por Stark sobre los canales locales estadounidenses, destaca que el infoentretenimiento: “Fue resultado del genio 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” (1997:39).

Actualmente, este género híbrido está consolidado en las parrillas televisivas y posee sus propias características formales y estilísticas para presentar la actualidad. Según Berrocal *et al.* (2014), las características del infoentretenimiento están formadas por

- La preferencia temática: los temas que se escogen para su desarrollo en el programa se tratan de forma dramática, paródico o humorística.
- Elección y tratamiento de las fuentes informativos: las fuentes seleccionadas pueden ser parodiadas y sus declaraciones descontextualizadas, se elige el error. Además, la fuente informativa puede ser el propio ciudadano que se convierte en protagonista de la información, “mostrando el lado más humano de la realidad, en primera persona por los afectados”. Por último, el periodista puede pasar a ocupar un papel relevante como “coprotagonista” al implicarse en la noticia con sus comentarios o gestos realizados.
- Características técnicas: las más importantes y que más destacan son el empleo de cámara al hombro, las conexiones en directo, el uso de música para darle al mensaje ritmo, dramatismo o comicidad, los planos utilizados para la emisión del programa, las transiciones y efectos de postproducción y las autopromociones que se realizan con antelación para atraer al público.
- Estilo narrativo: El estilo narrativo también entra en las características, en el que destaca la descontextualización, la personalización, el sentimentalismo y emotividad, la dramatización, el humor y la crítica.

Como destacan Berrocal *et al.* (2014:92), uno de los elementos a resaltar en este género híbrido es el humor. Es el ingrediente principal de estos programas que

se han ido popularizando con el paso de los años, sobre todo a principios de los años 2000. Esto se puede ver los primeros programas que aparecen en España, los cuales fueron *Los Guiñoles de Canal +* (Canal +1996-2008; Cuatro, 2005-2008), *Caiga quien Caiga* (Telecinco 1996-2002 2005-2008; La Sexta 2010) y *El Informal* (Telecinco 1998-2002) (Berrocal *et al.*, 2014).

Además de estas emisiones, en el mismo periodo, aparecen los primeros *late nights*, programas de infoentretenimiento cuyas principales características, según Salgado (2006), son: “emisión en la franja late night (de once de la noche a tres de la mañana), monólogo inicial, un plató sencillo con escritorio, un sofá para invitados a su lado, micrófono de mesa y taza de café” (Salgado, 2006:102).

Pepe Navarro es el primero en traer este género a España en 1995 con *Esta noche cruzamos el Mississippi* en el canal de televisión Telecinco, readaptado en Antena 3 en 1997 como *La sonrisa del pelícano*. Otros primeros *late nights* en la televisión española fueron *Crónicas Marcianas* (Telecinco 1997-2005) o *La azotea de Wyoming* (TVE, 2005) (Salgado, 2006).

En este ámbito, no hay que olvidar a uno de los presentadores con mayor trayectoria en este tipo de programas. Andreu Buenafuente, que comenzó su andadura a nivel nacional en Antena 3 con *Buenafuente* (Antena 3 2005-2007; La Sexta 2007-2011) y que actualmente lleva en el canal #0 de Movistar + el programa *Late Motiv* (#0 2016-2021).

2.4 El Infoentretenimiento Y Andreu Buenafuente

Andreu Buenafuente es presentador de televisión, cómico y productor. Nacido en Reus en 1965 comenzó su andadura en el mundo del periodismo con 17 años en la sección de deportes de la Cadena SER (Fernández, 2004).

Ya con 24 años pasó a tener su propio programa de radio en la Cadena SER Cataluña llamado *El Terrat*, nombre que posteriormente utilizaría para crear su propia productora de televisión y teatro. En 1992 comenzó su camino en la televisión entrando en la televisión catalana en el programa *Persones Humanes* (Fernández, 2004).

Después de 13 años en TV3, con programas como *Sense Títol* (1995), *La cosa nostra* (1999-2000) o *Una altra cosa* (2002-2004), Antena 3 le ofrece crear su propio programa en la cadena, *Buenafuente*, el cual mantendría con grandes audiencias hasta el año 2011, aunque desde 2007 estuviera en el canal de televisión La Sexta (Fernández, 2004).

El 15 de abril de 2012 aparece de nuevo en Antena 3 con un nuevo programa en *prime time*, *Buenas noches y Buenafuente* (La Vanguardia, 2012), aunque solo dura en pantalla siete programas, finalizando su emisión el 27 de mayo de ese mismo año (Europa Press, 2012).

En 2013 vuelve a La Sexta con *En el aire*, con el que estuvo 2 años en emisión hasta que finaliza ya que ficha por Movistar + (Morales, 2015). En 2016 estrena *Late Motiv*, en Canal + en enero de ese año, aunque en febrero desapareciera el canal de televisión y siguió emitiéndose en Canal #0 de Movistar +, programa que sigue emitiéndose y con el que ya lleva 7 temporadas siendo líder de audiencias en su horario de emisión entre las cadenas de pago (Fernández, 2004) (Fórmula tv, s.f.).

Sin embargo, en el mes de noviembre, Movistar + anuncia a través de sus redes sociales que el programa *Late Motiv* se despedirá de la plataforma en el mes de diciembre para siempre, por lo que será su última temporada, aunque Andreu Buenafuente seguirá ligado a Movistar en otros proyectos de la plataforma. (Movistar +, 2021).

Además de su faceta televisiva, ha tenido diversos papeles en películas de ficción como *Torrente*, *Spanish Movie*, *El pregón* o *El culo del Mundo* (Sensacine, s.f.). Por otra parte, Andreu Buenafuente ha desarrollado su faceta de escritor publicando un total de doce libros a lo largo de su carrera, entre los que destacan *Reír es la única salida*, *He Dicho* o *Lo que vendría a ser la televisión en España* (lecturalia, s.f.).

3. Metodología

Para conseguir los objetivos propuestos en esta investigación y confirmar o refutar las hipótesis realizadas, se decidió utilizar una metodología basada en el análisis de contenido. Berenson, en su libro *Content analysis in communication research*, señala que el análisis de contenido es “una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido referido manifiesto de la comunicación” (Berenson, 1952:18).

Además, según Eduardo López-Aranguren, el análisis de contenido se puede definir en nuestros días como “una técnica de investigación consistente en el análisis de la realidad social a través de la observación y el análisis de los documentos que se crean o producen en el seno de una o varias sociedades” (Fernández Rodríguez *et al.*, 2016).

A partir de estas definiciones, podemos decir que nuestra investigación va a ser una combinación de metodología cualitativa y cuantitativa, basada en el análisis del contenido.

Para ello, se va a realizar un análisis del contenido a partir de una muestra de los programas *Buenafuente* (Antena 3 2005-2007; La Sexta 2007-2011), *En el Aire* (La Sexta 2013-2015) y *Late Motiv* (#0 2016-2021) y que hemos conseguido a partir del reproductor *Atresplayer* y *Movistar +*, además de la plataforma de vídeos *Youtube* ya que, a la hora de buscar los diferentes programas de *Buenafuente*, se han encontrado solo dos de ellos subidos en la plataforma de *Atresplayer*, por lo que se ha tenido que recurrir a *Youtube* para que nuestra muestra sea mayor.

Para realizar este estudio, se han seleccionado los siguientes programas:

Con el programa *Buenafuente*, en la plataforma *Atresplayer*, solo estaban disponibles dos programas completos, mientras que en la plataforma de vídeos *Youtube* se encontraban subidos dos programas completos en el canal *Tema live* que corresponden con el primer programa emitido de *Buenafuente* (11-01-2005) y con el último programa emitido (28-06-07) en Antena 3.

Por tanto, se han seleccionado los únicos cuatro programas de *Buenafuente* que se encontraban disponibles para la muestra.

Debido a esta escasez de programas y para realizar una comparación equitativa, con los programas *En el aire* y *Late Motiv* se han elegido cuatro emisiones de ambos publicados entre las fechas 21-11-13 y el 11-06-15 para el primero (dentro de lo que ofrece la plataforma *Atresplayer*) y los programas de la séptima temporada, la más reciente (33 programas disponibles cuando se realizó el estudio), para el segundo que están en la plataforma *Movistar +*.

Se ha seleccionado solo la séptima temporada de *Late Motiv* a la hora de realizar el muestreo ya que es la temporada más reciente que hay de este programa y así se puede investigar la evolución de forma más actual y concreta.

Antes de realizar la selección, se ha creado una lista enumerando los diferentes programas que hay de *En el aire* en la plataforma *Atresplayer* (66 programas) y de *Late Motiv* en la plataforma *Movistar +* (33 programas) para que, mediante la página web www.augeweb.com/azar/ la cual genera números al azar, se introduzca el total de programas de cada uno y esta, de forma aleatoria, automáticamente seleccione cuatro números de ambas que tienen que ver con el número de programa que corresponde.

Para realizar el análisis de contenido, hemos creado una ficha de análisis (disponible en *Anexos*) con diferentes variables en base a las que se analizan tres *ítems* fundamentales, tanto de tipo cualitativo como cuantitativo, elegidas a partir de los objetivos que se intentan lograr con la investigación. Estas variables están formadas por:

- A) Características generales de los programas. En este apartado se hará una categorización de los aspectos principales de cada programa analizado en la investigación. Este análisis resulta relevante ya que permite analizar si las características generales de los tres programas son similares y, por tanto, comparables

Fecha de creación	Fecha del primer programa emitido.
Fecha de finalización	Fecha del último programa emitido .

Días de emisión	Días de la semana en la que se emite la programa a analizar.
Franja horaria	Las horas en las que se emite el programa.
Cadena de emisión	Canal de televisión por el que se emite el programa.
Calificación de edad	Calificación de edad que tiene el programa.
Logo del programa	Imagen del logo que presenta el programa.

Fuente: Elaboración propia

B) Características específicas de los programas. En este apartado se analizarán las características específicas de las emisiones para analizar la variación existente entre los diferentes programas.

PROGRAMA:	
Duración del programa	La extensión del programa puede influir en la atención de los espectadores (a mayor extensión, se puede reducir el interés de la audiencia).
Número de secciones	La variación de contenido influye en la atención del espectador. Ofreciendo un contenido más variado es más probable que se mantenga la atención o el interés de los espectadores.
Nombre de las secciones (si las tienen)	El nombre de las secciones puede despertar el interés de los individuos.
Duración de las secciones	La duración de las secciones está relacionada con la del programa, por tanto, la justificación es la misma que la de la primera característica.
Colaboradores que aparecen	Ciertas personas pueden influir en el interés y, por tanto, en la audiencia de los programas.
Número de colaboradores hombres	Con esta categorización se puede realizar un análisis de la evolución de la presencia de hombres en televisión en estos tres programas.
Número de colaboradores mujeres	Con esta categorización se puede realizar un análisis de la evolución de la presencia de mujeres en televisión en estos tres programas.

Fuente: Elaboración propia

C) Resumen de las características del infoentretenimiento. Con esta variable queremos ver si el programa tiene las características generales que presenta un programa de infoentretenimiento, cumpliendo uno de los objetivos propuestos en este trabajo.

<p>Preferencias temáticas</p>	<p>La selección temática que se opta en los programas de infoentretenimiento suele ser por aquellos temas o informaciones que llaman la atención y generan un impacto en el espectador, aunque también se eligen temas serios. Los temas seleccionados para la investigación son:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Políticas 2. Económicas 3. Sucesos 4. Deportivas 5. Nacionales 6. Internacionales 7. Actualidad 8. Televisivas 9. Casa Real 10. Cultura 11. Vida Cotidiana 12. Tecnología 13. Religión 14. Otros
<p>Enfoque temático</p>	<p>El enfoque que se le da al tema o información en estas emisiones suele ser paródico, humorístico o dramático.</p>

Elección y tratamiento de la fuente informativa	<p>La elección y tratamiento de la fuente informativa en estos programas pueden ser de tres tipos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La fuente oficial es parodiada y sus declaraciones o expresiones descontextualizadas. - El ciudadano se convierte en protagonista de la información. - El periodista pasa a ocupar un papel relevante como “coprotagonista” en la información. Se implica en la noticia a partir de sus gestos u opiniones.
Características Técnicas	
Empleo de técnica de cámara al hombro	Técnica de grabación con la que se da una sensación más realista al público generando mayor implicación emocional.
Grabación del programa	Si el programa ofrece conexiones en directo, se favorece la impresión de inmediatez. Mientras que, en programas grabados, se pierde esta característica.
Recursos musicales	Qué tipo de música se utiliza durante el programa, si dramática, cómica, alegre o triste y qué efecto quiere provocar en el espectador.
Edición intencional de las imágenes	Si los planos realizados son rápidos o lentos. Dependiendo del plano se le puede dar un tono de importancia o cómico.

Interactividad del público	La participación del público ofrece una mayor cercanía del programa al espectador.
----------------------------	--

Fuente: Elaboración propia a partir de las características del infoentretenimiento que aparecen en: Berrocal *et al*, 2014.

D) Síntesis de las características de la entrevista en profundidad: En este apartado dedicamos una tabla propia al análisis de la entrevista que se realiza en el programa en la que utilizaremos las características de la entrevista en profundidad para observar si cumplen con estas y así alcanzar uno de los objetivos propuestos en la investigación.

Tiempo de entrevista	La entrevista en profundidad debe tener 10 o más minutos.
Número de preguntas	Si la entrevista presenta una mayor duración, el número de preguntas será mayor y se dispondrá de mayor información del invitado.
Entrevistado	Si el invitado es un personaje de actualidad que genera gran expectación, el programa tendrá mayor porcentaje de audiencia.
Género del entrevistado	Se puede generar una comparativa entre los hombres y las mujeres viendo su evolución.
Tiempo de intervención del entrevistado	El tiempo de intervención del entrevistado marcará la importancia se le da al invitado durante la entrevista.
Tiempo de intervención del presentador durante la entrevista	El tiempo de intervención del presentador marcará la importancia que se le da al invitado durante la entrevista.

Fuente: Polo Morellá, 2019.

4. Resultados

4.1 Buenafuente

4.1.1 Características Generales

Buenafuente fue un programa que se retransmitió en Antena 3 de martes a jueves a partir de las 00:00 horas, comenzando su emisión el 11 de enero de 2005 (Ginart, 2005). Estuvo solo dos años en esta cadena nacional ya que, en 2007 pasó a La Sexta, donde se mantuvo hasta finalizar el 30 de junio de 2011 (20minutos, 2011). Dependiendo del programa que se realizara, la emisión tenía una calificación de +7 años o para todos los públicos (TP).

Como dice la web de su programa, este fue un programa que “buscaba la singularidad tratando contenidos que no se encontraban en otros programas de este estilo” (La Sexta, 2010.).

Además de diferentes entrevistas, presentaban también varias secciones que fueron cambiando con el paso de las temporadas. Algunas de estas son PhotoshopAZOS, cuarto y mitad, tontacos o momentazos, además de los diferentes monólogos que se realizaban o las actuaciones musicales de la banda del programa.

Destacaban también los diferentes personajes característicos del programa que podían aparecer en cualquier momento de la emisión, como la niña de Shrek (realizada por Silvia Abril), El Neng de Castefa (realizado por Edu Soto) que popularizó su grito de “¡Qué pasa Neng!”, El Follonero (realizado por Jordi Évole), El Paco (realizado por Santi Millán), Palomino (realizado por Oriol Grau) o Rodolfo Chikilicuatre (realizado por David Fernández) con el que llegó incluso a participar en el certamen de Eurovisión del año 2008 y representar a España, quedando 16º con “Baila el Chiki-chiki” (De Dios, 2021).

A lo largo de la historia del programa ha habido dos logos. El primero estuvo presente desde el 2005 al 2007, cuando se retransmitían las emisiones en Antena 3, y contiene el nombre completo del programa. La imagen de este cambió con el cambio de cadena. Se sustituyó el nombre completo por las siglas “BFN”, abreviatura de *Buenafuente*.



1º Logo de Buenafuente (2005-2007)



2º Logo de Buenafuente (2007-2011)

4.1.2 Características específicas de los programas

La primera categorización que se realiza en el análisis es la duración de los programas. Observando los programas analizados para el estudio, la duración media de las emisiones era de una hora. Sin embargo, en algunos programas, la duración alcanzaba la hora y 20 minutos, y, en otros, el tiempo final no alcanzaba la hora, rondaba los 55 minutos. Se puede ver precisamente en el análisis realizado que, cuando se retransmitía en Antena 3, el programa duraba más tiempo, por lo que es más probable que fuera más difícil mantener el interés del público y que no se mantuviera durante todo el programa. En cambio, cuando se trasladó a La Sexta, no llegaba a la hora de emisión, por lo que resulta más fácil mantener el interés del público.

El número de secciones está ligado con la duración del programa. Al durar más tiempo, como los estudiados de Antena 3, las emisiones tenían una media de 13 secciones, sin embargo, si los programas duraban menos, tenían una media de ocho secciones, como ocurre con los analizados del canal televisivo La Sexta. Estas secciones tenían una duración muy variable ya que se pueden encontrar secciones de tres o cuatro minutos, como también secciones de 11 y 13 minutos de duración, por lo que se podría afirmar que la oferta de secciones resultaba variada.

En cuanto al nombre de las secciones, no todas tenían uno. En algunas ocasiones se daba paso al colaborador nombrándolo y, en otras, se pronunciaba el nombre de la sección y daba inicio a esta.

El número de colaboradores es muy variable en estos programas, siendo mayor el número de estos, seis o siete personas, en los programas de mayor duración, y siendo menor, tres personas, en los que la emisión dura menos tiempo. Lo que no varía, es el número de colaboradoras femeninas en el programa ya que en

los cuatro programas analizados hay solo una mujer que realiza sección, ya sea Silvia Abril o Ana Morgade. En cambio, si nos fijamos en el número de colaboradores hombre, siempre es mayor, ya sean cinco o seis, en los programas emitidos en Antena 3, o solo dos hombres, en los de La Sexta.

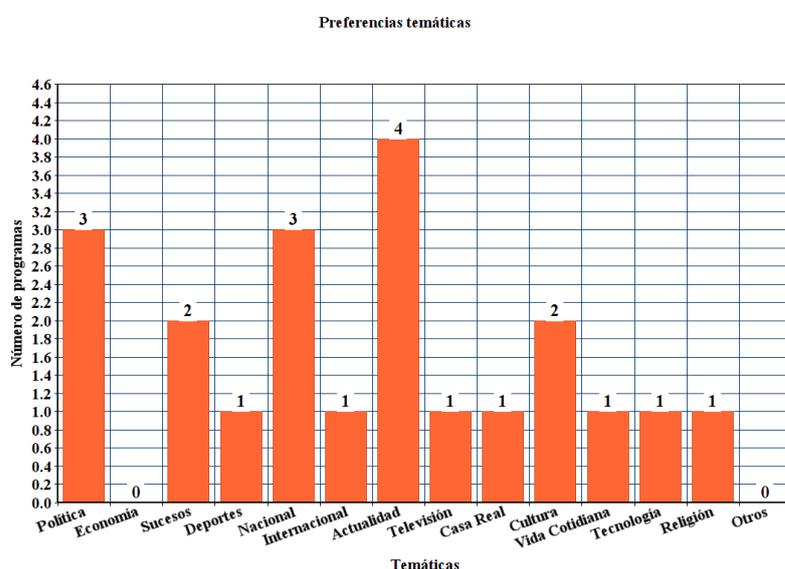
4.1.3 Resumen De Las Características Del Infoentretenimiento

En este apartado se hace referencia a la presencia de las características del infoentretenimiento en los programas analizados.

Por ello, la primera categorización de este apartado son las preferencias temáticas, donde se puede observar que el 100% de los programas analizados presentan algún tema de actualidad, el 75% de las emisiones analizadas presentan temas nacionales y políticos, el 50% temas culturales y de sucesos y solo en un programa de los estudiados presentan temas sobre la Casa Real, televisión, temas internacionales, sobre la vida cotidiana, la religión, deporte o tecnología. Estos temas son tratados con un enfoque humorístico y paródico.

Figura 1

Preferencias temáticas



Elaboración propia | Fuente: *Buenafuente*

La elección y tratamiento de la fuente informativa varía en las cuatro emisiones analizadas, aunque coincide que, en todas, el periodista (en este caso el presentador o algún colaborador) pasa a ocupar un papel relevante como

“coprotagonista” en la información. Se implica en la noticia a partir de sus gestos u opiniones. Además, en el 75% de los programas, la fuente oficial es parodiada y sus declaraciones o expresiones descontextualizadas, ya sea en el monólogo o la sección donde se tratan temas de actualidad. No obstante, en uno de los programas también el ciudadano se convierte en protagonista de la información, al salir Buenafuente a la calle a preguntar a personas por el programa, el ciudadano es parte importante del programa.

En cuanto a las características técnicas de estos programas, en las emisiones visualizadas no es habitual el empleo de técnica de cámara al hombro, solo en el programa del 28 de junio de 2007 en el que Buenafuente sale a preguntar a la calle. Normalmente se usa una cámara apoyada en un trípode o una cámara que es manejada por grúa.

Los programas son en directo, aunque en algunas emisiones aparecen secciones grabadas para emitirlas en el programa. Además, los recursos musicales utilizados suelen ser música triste o dramática en alguna noticia o sección para darle ese ambiente, pero solo en algunos momentos del programa, aunque, en vez de conseguir ese efecto, lo que genera en el público es risa, comicidad. El programa presenta una banda de música del programa que toca durante la transición de una sección a otra.

Los planos que se utilizan durante estos programas son planos medios, aunque se intercambian diferentes planos rápidos para darle cierta comicidad al momento o sección o planos lentos para alguna actuación musical que hay durante el programa. También hay primeros planos para centrarse solo en la cara de una persona concreta y algunos planos generales cuando entra el invitado o los colaboradores.

La interactividad con el público en las emisiones analizadas se centra sobre todo en hablar con las personas que han visitado el programa y mostrar algunos regalos que han realizado, aunque también participan en algunas secciones de este y donde la gente puede ganar dinero u objetos. La audiencia de casa también participa en el programa ya sea por *Twitter* o realizando alguna acción, como crear una página en *Wikipedia* a Joan Eloi, músico del programa.

4.1.4 Síntesis De las Características De La Entrevista En Profundidad

La entrevista es una parte fundamental de los programas de infoentretenimiento. Por ello es importante observar si lo que se realiza en estas emisiones son entrevistas en profundidad o se opta más por entretener al público. Ante esta situación, se han utilizado las características de la entrevista en profundidad para estudiar esta cuestión.

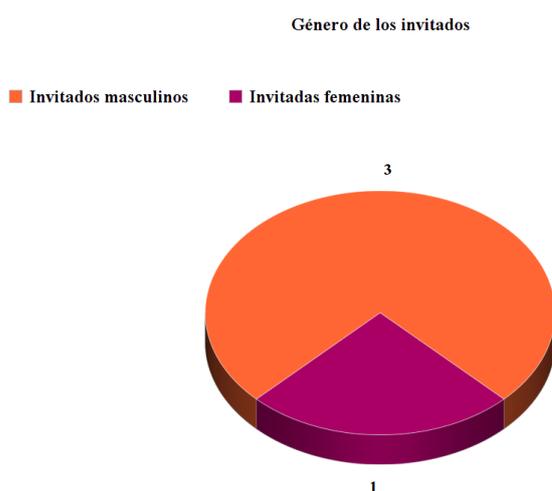
La duración de las entrevistas que se realizaron en los programas investigados tiene una duración media de 13 minutos, aunque en uno de ellos no se realiza una entrevista como tal, sino que, al ser un programa especial por ser el último en Antena 3, se hace una charla rápida con la invitada (Tata Golosa).

El número de preguntas en las retransmisiones analizadas no superan las 17 y no bajan de las 15 preguntas, donde el entrevistado habla más que el presentador en todos los programas, por lo que se observa que se le da importancia al invitado y se le deja hablar.

Por último, como se puede observar en la siguiente gráfica, se entrevistan más hombres que mujeres (solo Tata Golosa y tampoco era una entrevista en sí, como hemos mencionado anteriormente).

Figura 2

Género de los invitados



4.2 En El Aire

4.2.1 Características Generales

En el aire fue un programa que creó Andreu Buenafuente dos años después de que finalizara *Buenafuente*. Comenzó su emisión el 18 de noviembre de 2013 en el canal La Sexta y finalizó el 11 de junio de 2015. Estuvo en emisión durante dos temporadas, siempre en el canal de televisión La Sexta (Morales, 2015).

Fue un programa que se emitía de lunes a jueves a partir de las 00:15 horas, aunque había veces que por la programación televisiva atrasaba su comienzo hasta las 00:30 horas. Tenía una calificación de edad de +12 años. Como dijo el propio presentador, *En el aire* iba a ser un programa diferente, con una mesa abierta por la que pasaran diferentes invitados y colaboradores y conectado a las redes sociales (Fórmula tv, 2013).

Además de poder verse a través de televisión en el canal La Sexta, el programa se subía a la plataforma de vídeo Atresplayer para que la gente lo pudiera ver cuando quisieran o pudieran. Esta plataforma empezó siendo un sistema AVOD (Advertising Video Demand), es decir, ofrecía los vídeos, series y programas de forma gratuita, pero con anuncios al principio o durante la visualización del video (Mediastream, 2018).

Sin embargo, desde 2019 se convirtió en un servicio de suscripción de pago por contenido, es decir, en un sistema SVOD (Subscription Video On Demand), donde se puede ver diferentes programas, series o películas sin anuncios, pero pagando cierta cantidad de dinero a la semana, mes o año (Mediastream, 2018).

Aun así, Atresplayer presenta algunos contenidos gratuitos con publicidad para que se pueda disfrutar de ellos de forma gratuita, aunque por un tiempo limitado ya que después se convierte en contenido *premium*.

Además, este programa presentó varias secciones durante estos dos años, las cuales fueron:

- Hoy está en el aire...: Sección al comienzo del programa realizada por Andreu Buenafuente donde se tratan los temas del día con un toque de humor, además de diferentes imágenes y vídeos que se suceden cuando

habla de un tema determinado el presentador. Siempre comenzaba con la frase “Corrupciones y Buenas Noches”.

- Nadie sabe nada: Andreu Buenafuente y Berto Romero responden a las diferentes preguntas realizadas por el público sin que antes las hubieran escuchado.
- Actuaciones musicales: Dos días a la semana reciben las actuaciones de los diferentes grupos o artistas musicales del momento.
- ¿Quién Miente?: Buenafuente, Berto Romero y Javier Coronas explican una anécdota personal, pero una de estas tres es mentiras. Una persona del público deberá adivinar cuál es falsa y, por lo tanto, quién de los tres ha mentado.
- Ustedes mismos: Un espectador llama a Andreu Buenafuente o Berto Romero para que estos intenten solucionar sus problemas.
- Emoticonos de WhatsApp: Jorge Ponce utiliza los emoticonos de la red social WhatsApp para intentar explicar un tema de actualidad.
- Demasiado tarde: Sección donde Berto Romero parodia ser el presentador de un programa y comenta los contenidos que sucederían en este, aunque nunca se desarrollen.
- Curso avanzado de...: Berto Romero y Jorge Ponce explican de forma rápida cómo actuar en varias situaciones de la vida.
- Clases de elegancia con Marc Giró: Marc Giró, historiador del arte y periodista especializado en moda y estilo, explica cómo ser elegante y cómo, a veces, ciertas prendas pueden fastidiar la elegancia de una persona.
- Fake o no Fake: Sin saberlo de antemano, Berto Romero, Andreu Buenafuente y Jorge Ponce deben adivinar si las imágenes que el equipo del programa ha realizado son verdaderas o falsas.
- Words: Es un juego creado por Andreu Buenafuente en el que él dice una palabra y el contrario debe decir otra que tenga relación con esta pero que no sea algo evidente, sino que sea algo muy rebuscado. Cuando esto ocurre, Buenafuente le da una puntuación y, a veces, se produce una relación perfecta, un “Perfect Word” como ellos dicen. Cuando ocurre esto, la palabra no podrá volver a ser usada en el futuro en el propio juego.

Fue tan popular que se hizo hasta un mundial dentro del programa para ver quién podría ser el mejor jugador del “Words”.

- Secciones breves de Luis Álvaro: Pequeñas secciones creadas por el guionista del programa Luis Álvaro que se suceden entre programas.
- AhorratéLou: El *youtuber* y artista Loulogio comparte consejos con el objetivo de, como dice él, “ahorrar tiempo, dinero y molestias”.
- Arte con Lou: Sección donde Loulogio habla sobre diferentes temas dentro del mundo del arte.
- Forochácharas: Sección donde Andreu Buenafuente, Berto Romero, Belén Cuesta y Jorge Ponce recrean diferentes hilos del foro de internet *Forocoches* con tono de humor.

El logo del programa siempre ha sido el mismo durante los dos años de emisión. El programa en sí es una clara referencia a la radio, como dijo Buenafuente en su momento (Fórmula tv, 2013), por lo que el logo es una circunferencia sobre la que hay situada una antena radiofónica en la parte superior emitiendo frecuencias y, en grande y en forma de cartel, el nombre del programa: *En el aire*.



Logo de *En el aire*

4.2.2 Características específicas de los programas

La duración media de los programas que se han analizado para el estudio ronda la hora y 16 minutos aproximadamente, por lo que resulta más difícil mantener el interés del público.

Si se mira el número de secciones que hay en cada programa, se puede observar que, exceptuando la última emisión analizada que tiene nueve secciones, todos tienen ocho secciones, por lo que se puede afirmar que la oferta de secciones resultaba variada.

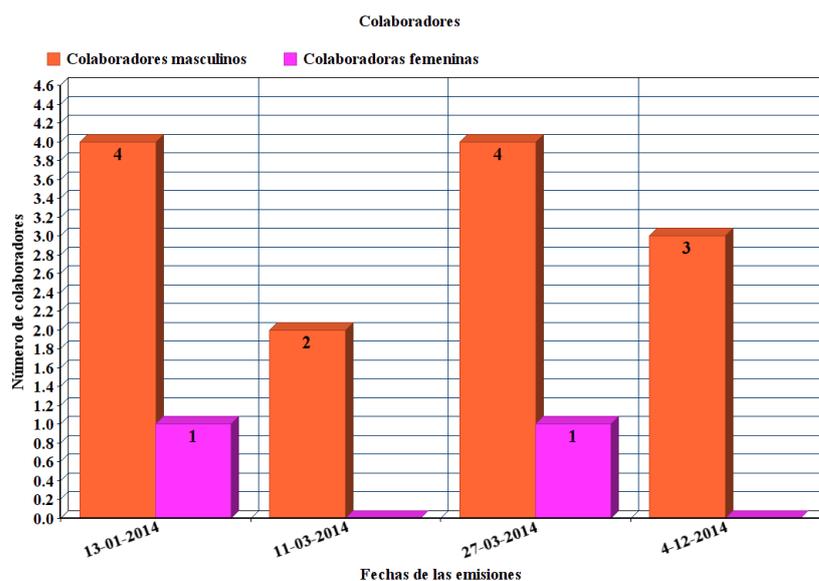
Además, gran parte de las secciones analizadas tienen un nombre que las diferencie de las otras y solo unas pocas, como cuando Bob Pop lee algunos *tweets*, algún *sketch* o algún programa especial donde no saben lo que ocurren durante el transcurso de este, son las que no tienen un nombre en particular.

La duración de las secciones en los programas estudiados varía mucho, no tienen un espacio fijo, sino que una sección puede durar 12 minutos, como puede durar cinco minutos, dependiendo del tiempo que quede del programa o de otros factores (ya sea el número de secciones restantes o si es antes o después de la entrevista).

Por último, los colaboradores que aparecen durante el programa varían bastante, aunque no son muy numerosos, como se puede observar en la siguiente gráfica. Además, estos son mayoritariamente hombres, apareciendo solo en algunas emisiones Belén Cuesta como única colaboradora femenina.

Figura 3

Colaboradores



4.2.3 Resumen De Las Características Del Infoentretenimiento

La primera categorización de este apartado tiene que ver con las preferencias temáticas que se realizan en los programas analizados. Tras realizar el visionado de estas emisiones, se puede decir que, en ellos, el 100% de los programas presenta algún tema político y de actualidad, el 50% de estos presentan algún tema sobre sucesos, deportes, nacionales, internacionales y sobre religión y, solo en uno de los programas de los analizados, presentan algún tema cultura, tecnológico o sobre la Casa Real. Además, el enfoque que se da a estos temas es paródico y humorístico.

La elección y tratamiento de la fuente informativa es la misma en los cuatro programas estudiados, es decir, la fuente oficial es parodiada y sus declaraciones o expresiones descontextualizadas y el periodista (en este caso el presentador del programa o algún colaborador de este) pasa a ocupar un papel relevante como “coprotagonista” en la información. Se implica en la noticia a partir de sus gestos u opiniones.

En cuanto a las características técnicas, el empleo de la técnica de cámara al hombro no se produce, sino que la emisión del programa se produce a partir de cámara apoyada en un trípode y de grúa de grabación. La emisión es en directo, aunque en algún programa hay algún *sketch* grabado anteriormente y que se lanza en pleno directo.

Los recursos musicales que hay en el programa *En el aire* son escasos. Solo se reproducen algunas canciones al inicio de la entrevista o de una sección, pero no se utiliza ningún recurso sonoro para dar un ambiente determinado a una información o tema.

Respecto a la edición intencional de las imágenes, lo que destaca en estas emisiones son los planos medios, aunque hay algún primer plano para enfocar a la persona que habla, ya sea el entrevistado, el presentador o un colaborador del programa, además de planos generales cuando entran al programa los colaboradores, el presentador o los invitados.

La interactividad con el público es abundante ya que en todos los programas estudiados hay una sección llevada por Bob Pop en la que lee los diferentes *tweets* que el público realiza durante la emisión de este o sobre alguna cuestión

que la cuenta de *Twitter* del programa ha realizado antes del comienzo de este para que dé tiempo a la audiencia a subir los diferentes montajes, imágenes o vídeos sobre esa cuestión.

También participan en las secciones *#BertoDefiende* y *Nadie Sabe Nada* a través de esta red social con sus dudas y preguntas. Además, el público asistente participa de diferentes formas. Por ejemplo, en uno de los programas especiales se disfrazaron para que no se identificara al invitado que estaba escondido entre ellos o también en algunas secciones del programa son elegidos de forma aleatoria por Buenafuente para participar en ellas y ganar diferentes premios.

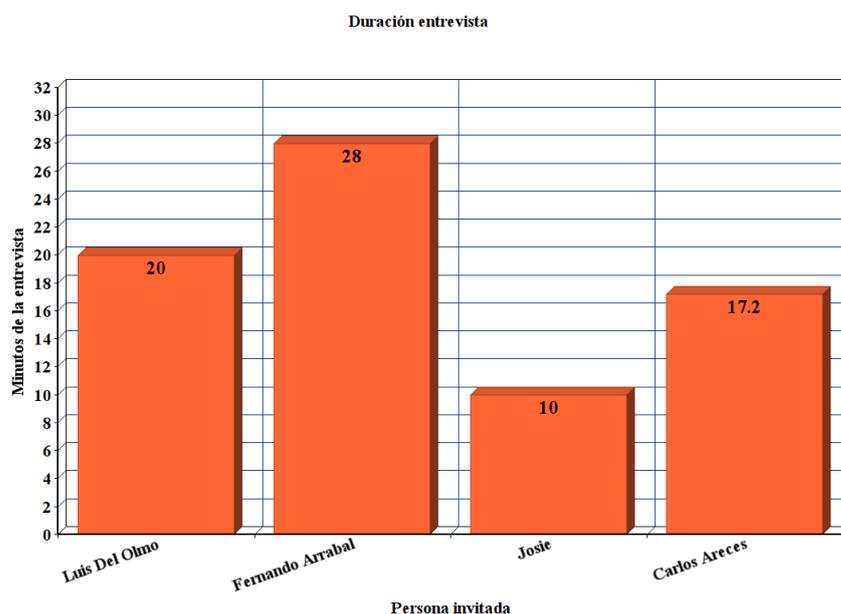
4.2.4 Síntesis De las Características De La Entrevista En Profundidad

La duración de la entrevista en *En el aire* es muy variable ya que, en los programas analizados, hay tanto entrevistas que duran diez minutos como otras que duran 28 minutos. Es algo que depende, sobre todo, de quién sea el invitado, su importancia, y de lo que el entrevistado se entretenga en la respuesta a la pregunta realizada por el presentador.

Se puede observar en la siguiente gráfica cómo con Luis del Olmo y con Fernando Arrabal, las entrevistas son más largas (20:00 y 28:00 minutos respectivamente) que con Josie y Carlos Areces (10 y 17:20 minutos respectivamente).

Figura 4

Duración de la entrevista



Elaboración propia | Fuente: *En el aire*

Además, el número de preguntas en las emisiones analizadas varía mucho, ya que con Luis del olmo se producen un total de 26 preguntas, pero, con el resto de los invitados, no llegan a las 20 preguntas ninguno de ellos. La intervención de todos los invitados es mayor que la del presentador durante la entrevista, por lo que se le da importancia que merece en la emisión al entrevistado.

Por último, se puede ver la ausencia de invitadas femeninas en el programa, siendo, en los cuatro programas estudiados, hombres los que van al programa como invitados.

4.3 Late Motiv

4.3.1 Características Generales

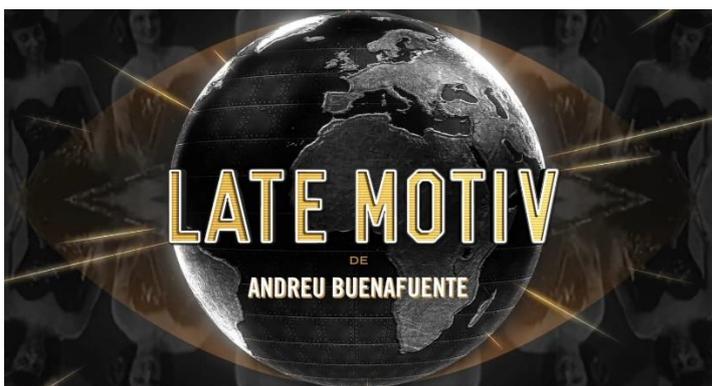
Es el último programa televisivo que ha presentado Andreu Buenafuente hasta la actualidad. Comenzó sus emisiones en el antiguo canal de pago Canal + en el año 2016, aunque ese mismo año pasó a #0 debido a la compra del canal francés por parte de Movistar (Cid, 2015).

Las emisiones del programa comenzaron el 11 de enero de 2016 y, en noviembre de 2021, Movistar, a través de su cuenta de *Twitter*, anunció que *Late Motiv*

acabaría en el mes de diciembre, aunque Andreu Buenafuente seguiría ligado a la plataforma (*Movistar Plus*, 2021). Llevan siete temporadas en emisión siendo este el primer programa de Andreu Buenafuente para una televisión de pago (Audiovisula451, 2016). Sus días de emisión son de lunes a jueves a las 23:00 horas y tiene una calificación de edad de +12 años.

Además de retransmitirse a través de #0, puede encontrarse de forma gratuita en la plataforma de videos *Youtube*, el cual es un sistema AVOD, donde se suben diferentes partes del programa, algunas secciones de este y partes de la entrevista realizada al invitado del día. También, si se es cliente de Movistar, puede visualizarse el programa en su página web de forma gratuita.

El logo del programa está formado por una imagen de la tierra con los colores gris y negro de fondo, además de aparecer el nombre del programa y el de Andreu Buenafuente, el presentador de este, en amarillo y blanco por delante de esta bola del mundo.



Logo de *Late Motiv*

4.3.2 Características específicas de los programas

La primera categorización que se realiza en este apartado es la duración del programa. La duración media de este programa a partir de las retransmisiones estudiadas ronda los 53 minutos aproximadamente, por lo que se resulta más fácil mantener el interés del público.

El número de secciones que se realizan en las emisiones analizadas ronda las 5 secciones, por lo que se puede afirmar que la oferta de secciones no es variada. Además, la duración de cada una de estas no es muy variable, sin contar alguna sección de parodia que tienen una duración muy pequeña (1:30 minutos)

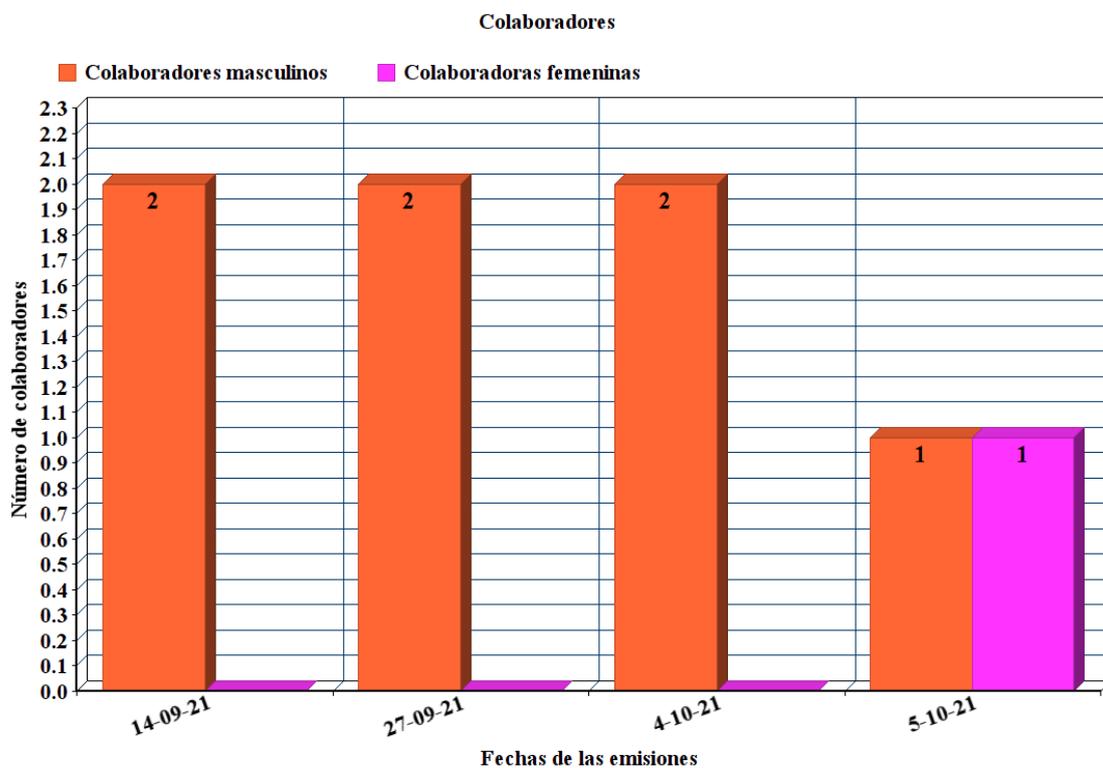
más o menos). El resto, tiene una duración media de 13 minutos aproximadamente.

Las secciones donde participan los colaboradores del programa no tienen un nombre concreto, sino que se da paso al colaborador y comienza su sección. Sin embargo, las secciones que han sido realizadas sin colaborador y que tienen una duración muy corta (1:30 minutos de media) sí que tienen un nombre concreto, pero no suelen tener continuidad, en cada programa tiene un nombre diferente y es una realización distinta a la anterior.

Además, el número de colaboradores en los programas analizados siempre es el mismo, solo dos personas y, como se puede observar en el siguiente gráfico, el número de colaboradores masculinos es mayor que el de colaboradoras femeninas, siendo Laura Márquez la única mujer que aparece en el total de los programas analizados para la investigación.

Figura 5

Colaboradores



Elaboración propia | Fuente: *Late Motiv*

4.3.3 Resumen De Las Características Del Infoentretenimiento

Después de analizar los programas indicados anteriormente de *Late Motiv*, se puede observar que el 100% de estos programas tienen una preferencia temática sobre política, temas de actualidad y nacionales, el 75% tiene preferencia por temas de sucesos e internacionales, el 50% por otros temas como la educación o la climatología y solo en uno de los programas hay temas deportivos. El enfoque que se da a los temas tratados es humorístico y paródico.

En cuanto a la elección y tratamiento de la fuente informativa, en los programas analizados se opta en todos tanto por la fuente oficial es parodiada y sus declaraciones o expresiones descontextualizadas, como por el periodista pasa a ocupar un papel relevante como “coprotagonista” en la información. Se implica en la noticia a partir de sus gestos u opiniones.

Si se observan las características técnicas de este apartado, en los programas utilizados para la investigación se puede ver que no se cumple el empleo de técnica de cámara al hombro, sino que se opta por una cámara en trípode y por una grúa de grabación.

El programa se realiza en completo directo, aunque algunos *sketches* que se introducen hayan sido grabados previamente, por lo que también hay algunas partes grabadas.

Los recursos musicales que se utilizan son producidos por la banda de música del programa. Sin embargo, no son unos recursos musicales específicos, es decir, no se reproduce un sonido para dar tensión o comicidad a un momento, sino que tocan cuando comienza o acaba una sección o, a veces, se quedan un rato tocando una canción.

Según las emisiones estudiadas, los planos medios y primeros planos son lo que más se utiliza en lo que respecta a la edición intencional de las imágenes, además de los planos generales cuando entra el invitado, los colaboradores o el presentador.

Por otra parte, no hay una interactividad concreta con el público, durante el monólogo únicamente Buenafuente a veces pregunta alguna cuestión al público, donde responden conjuntamente afirmando o negando. Por medio de las redes

sociales sí que hay mayor interactividad, donde la cuenta del programa responde a algunos *tweets* o a diferentes historias de algunas personas, además de utilizar en la sección de Berto Romero algunos audios enviados por la audiencia para que entre Andreu Buenafuente y Berto Romero los respondan.

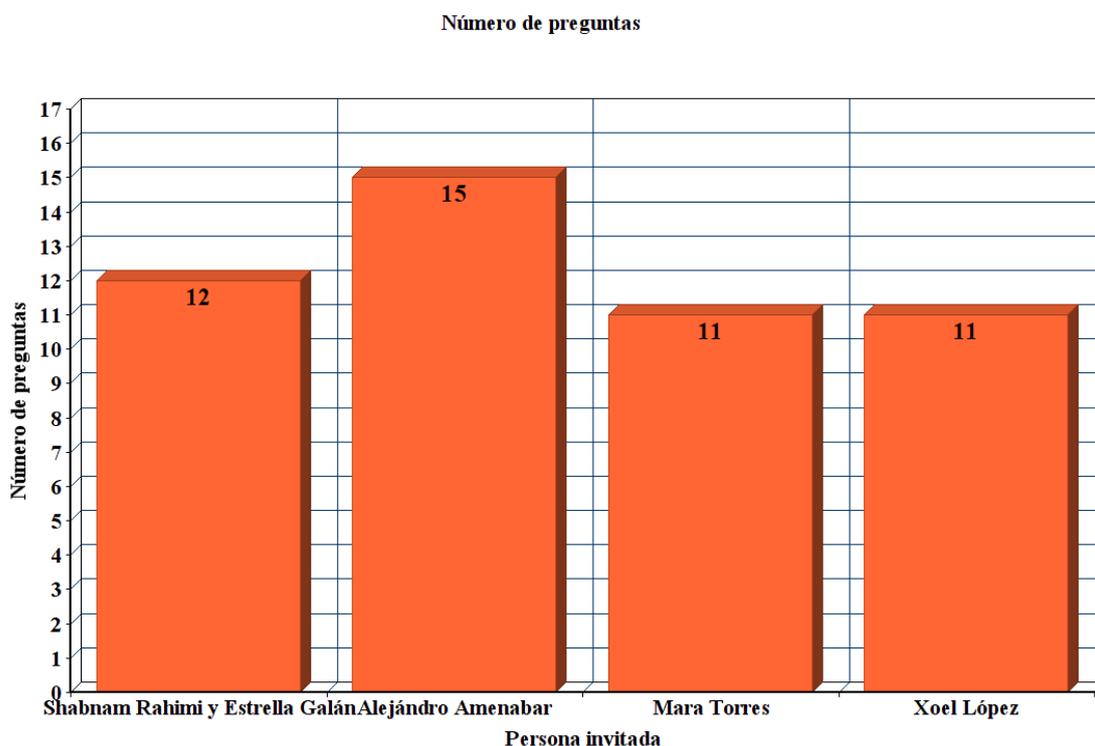
4.3.4 Síntesis De las Características De La Entrevista En Profundidad

La entrevista es una parte muy importante de este tipo de programas. La duración de esta en *Late Motiv* no es muy variable ya que, a partir de las emisiones analizadas, se puede observar que tienen una duración media de unos 15 minutos aproximadamente.

Como podemos ver en el siguiente gráfico, el número de preguntas también tiene un guion fijo, y es que está entre las 15 y las 11 preguntas de media por programa.

Figura 6

Número de preguntas



Elaboración propia | Fuente: *Late Motiv*

Además, el invitado tiene mayor tiempo de intervención que el presentador, por lo que se puede afirmar que se le intenta dar la importancia que se merece al entrevistado durante la emisión.

Por último, se puede observar en los programas utilizados para la investigación que el número de mujeres invitadas es mayor al de hombres. Por programa suelen llevar siempre un invitado, sin embargo, en el programa del 14 de septiembre de 2021 se llevó a dos invitadas, a Shabnam Rahimi y Estrella Galán, por lo que el número de mujeres invitadas es mayor por esta excepción.

Con estos datos se puede decir que la cifra entre mujeres y hombres invitados está igualada en *Late Motiv*, se opta por ambos géneros y no hay imparcialidad en este aspecto.

5. Conclusiones

El análisis de contenido realizado ha permitido cumplir el objetivo de determinar la evolución del infoentretenimiento a través del caso Buenafuente y sacar unas conclusiones concretas a partir de las hipótesis planteadas inicialmente:

H1: La primera hipótesis planteada sí se cumple dado que no se produce una evolución significativa de los programas de infoentretenimiento a pesar de la transformación del sector audiovisual.

Se puede observar que, en los tres programas presentados por Andreu Buenafuente, se cumplen las características de un programa de infoentretenimiento, por lo que estas emisiones siguen las pautas que lo caracteriza. Sin embargo, desde 2005 a 2021 (años en los que se basa la investigación realizada) no se observan grandes cambios en las características de estos programas, solo se producen cambios mínimos como la no utilización de la técnica de cámara al hombro o que el ciudadano no sea protagonista de la información.

La única evolución significativa que se produce es la interactividad con el público ya que ha ido acorde con la transformación de la sociedad y ha evolucionado a una interactividad únicamente con el público o por teléfono con los espectadores que se encuentran en sus casas. Además, se interactúa con ello a través de las

redes sociales, ya sea para transmitir los diferentes mensajes de la audiencia, como para responderles desde la cuenta principal del programa o que participen en las diferentes secciones del programa.

H2: La segunda hipótesis tiene relación con la entrevista en profundidad y su evolución en los programas de infoentretenimiento. Se puede decir que se refuta esta segunda hipótesis de cierto modo ya que, si se analizan las entrevistas evaluadas junto con las características de la entrevista en profundidad, se puede observar que las entrevistas realizadas por Buenafuente cumplen con las características de este tipo de entrevista ya que un de los principales rasgos de las entrevistas en profundidad es que superen los 10 minutos de duración, algo que sucede en los programas analizados.

Sin embargo, el objetivo principal de estas entrevistas que se realizan es entretener al espectador, además de ampliar la información disponible, tanto del invitado como del producto o tema que promociona o presenta en el programa, por lo que no podemos afirmar de forma clara que se realice una entrevista en profundidad, sino que contiene ciertas características de esta.

H3: La tercera hipótesis tiene que ver con la presencia del género femenino en los programas presentados por Andreu Buenafuente. Se puede comprobar que no se cumple esta hipótesis si se analiza el número de colaboradoras femeninas tanto en los programas de *Buenafuente*, *En el aire* o en *Late Motiv*.

Las apariciones de las colaboradoras suelen ser regulares en los programas, pero el número no varía, solo una colaboradora por programa, y no en todos, solo en algunas emisiones ya que, en otras, no aparecen mujeres, sino que los hombres son los que entran en escena.

Sin embargo, se puede ver una clara diferencia en el número de las invitadas ya que, en los programas estudiados de *Buenafuente*, el género que destaca es el masculino, siendo solo una mujer la que va como invitada al programa. En las emisiones analizadas de *En el aire*, se puede observar que no recibe ninguna invitada femenina, solo visitan el programa hombres. En cambio, si se mira los invitados de las emisiones analizadas de *Late Motiv*, se puede observar que el número de mujeres invitadas aumenta, incluso superando al género masculino.

Por lo que se puede decir que sí que ha aumentado el número de mujeres en estos programas con el paso del tiempo y la evolución de la sociedad, por lo que se afirma la tercera hipótesis en este aspecto, aunque no de forma significativa.

En un futuro estudio sería interesante analizar la influencia que ciertas características (la duración de los programas, el invitado en cuestión o el número de secciones que se suceden durante el programa, etc.) ejercen sobre el interés que despierta en la audiencia comparando los datos de *share*. En nuestro caso, debido a la falta de información, no se ha podido realizar esta comparativa, por lo que sería un aspecto a mejorar en el futuro.

En conclusión, el infoentretenimiento es un género híbrido que surgió en la etapa de la neotelevisión y que reina en las parrillas televisivas actuales, pero que, a partir de los casos analizados, se puede observar que, aunque hayan pasado los años y haya ido evolucionando la sociedad, no ha habido un gran cambio en este género, sino que va habiendo cambios graduales y lentos, pero manteniendo las características propias del infoentretenimiento.

Se reconoce la limitación del análisis de un número tan exiguo de programas, pero, la limitación de acceso, a pesar del esfuerzo realizado en las búsquedas, ha limitado la posibilidad de contar con un corpus de investigación más amplio. Por otra parte, sería interesante realizar, en un estudio futuro, una comparativa de las características de estos programas en relación con la audiencia obtenida para comprobar si se ha producido un avance significativo.

6. Referencias Bibliográficas

20 minutos. (25 de mayo de 2011). *La Sexta comunica el final del programa de 'Buena Fuente'*. 20 minutos. Disponible en: <https://www.20minutos.es/noticia/1063574/0/buena-fuente/programa/sexta/>

Álvarez, Isra. (3 de septiembre de 2015). *Atresmedia libera a Buena Fuente por sus datos de audiencia y éste recalca en Movistar+*. 20 minutos. Disponible en: <https://www.20minutos.es/noticia/2547945/0/atresmedia-buena-fuente/dato-audiencia/recalca-ficha-movistar/>

Antena 3. (21 de marzo de 2018). *Recuerda la primera emisión de Antena 3 Televisión*. Objetivo TV. Disponible en: https://www.antena3.com/objetivotv/actualidad/espana/recuerda-la-primera-emision-de-antena-3-television_20170125588885f10cf26c6d5918a32e.html

Audiovisual451. (11 de enero de 2016). *'Late Motiv' – estreno 11 de enero en Canal+*. Audiovisual451. Disponible en: <https://www.audiovisual451.com/late-motiv-estreno-11-de-enero-en-canal/>

Aznar Yubero, María. (2020). *Análisis comparativo de Late Motiv y Las que faltaban desde una perspectiva de igualdad*. Grado en Periodismo. Universidad de Zaragoza. Disponible en: <https://zaguan.unizar.es/record/97830/files/TAZ-TFG-2020-3724.pdf>

Barlovento Comunicación (2021) *Análisis de la industria televisiva-audiovisual 2020*. Disponible en: <https://www.barloventocomunicacion.es/wp-content/uploads/2020/01/analisis-de-la-industria-televisiva-audiovisual-2020-Barlovento-1.pdf>

Berelson B. *Content analysis in communication research*. New York: Free Press; 1952.

Berrocal Gonzalo, Salomé, Redondo García, Marta y Campos Domínguez, Eva (2012). Una aproximación al estudio del infoentretenimiento en Internet: origen, desarrollo y perspectivas futuras. En: adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación, nº4. Castellón: Asociación para el Desarrollo de la Comunicación adComunica, Universidad

Complutense de Madrid y Universitat Jaume I, 63-79. DOI:
<http://dx.doi.org/10.6035/21740992.2012.4.5>

Berrocal Gonzalo, Salomé; Redondo García, Marta; Martín Jiménez, Virginia; Campos Domínguez, Eva (2014): "La presencia del infoentretenimiento en los canales generalistas de la TDT española". *Revista Latina de Comunicación Social*, 69, pp. 85 a 103. Disponible en:
http://www.revistalatinacs.org/069/paper/1002_UVa/05_Be.html

Cid, Mikel. (23 de abril de 2015). *La historia de Canal+ en España, desde las emisiones codificadas a Telefónica*. Xataka. Disponible en:
<https://www.xataka.com/otros/la-historia-de-canal-en-espana-desde-las-emisiones-codificadas-a-telefonica>

Cid, Mikel. (6 de julio de 2015). *Canal+ se convierte en Movistar+: así es la nueva oferta de tv de pago de Movistar*. Xatakamóvil. Disponible en:
<https://www.xatakamovil.com/movistar/canal-se-convierte-en-movistar-asi-es-la-nueva-oferta-de-tv-de-pago-de-movistar>

Cruz Lapeña, Silvia. (22 de abril de 2017). 'Un, dos, tres...': 45 años del programa que hizo la Transición sin molestar a nadie. *El Español*. Disponible en:
https://www.elespanol.com/cultura/20170421/210229233_0.html

De Dios, Marisa. (26 de abril de 2021). *30 años de El Terrat: los cinco mejores personajes de la factoría Buenafuente*. *El periódico*. Disponible en:
<https://www.elperiodico.com/es/tele/20210426/30-anos-terrat-buenafuente-personajes-11682683>

Eco, Umberto. (1986). *TV: La transparencia perdida, La estrategia de la ilusión*. (3ª edición, pp. 86). Lumen. Disponible en:
http://www.ignaciodarnaude.com/textos_diversos/Eco,Umberto,La%20estrategia%20de%20la%20ilusion.pdf

Europa Press. (18 de mayo de 2012). *Antena 3 cancela 'Buenas noches y Buenafuente'*. Europa Press. Disponible en: <https://www.europapress.es/tv/noticia-antena-cancela-buenas-noches-buenafuente-20120518123105.html>

Fernández Rodríguez, Carlos Jesús (2016). *El análisis de la realidad social: métodos y técnicas de investigación* (4ª edición). Manuel García Ferrando, Francisco Alvira,

Luis Enrique Alonso y Modesto Escobar (comps.). (Madrid, Alianza Editorial, 2015). *Reis. Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, (154),165-169.[fecha de Consulta 11 de Noviembre de 2021]. ISSN: 0210-5233. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=99746727010>

Fernández, Eduardo. (14 de septiembre de 2016). *Buenafuente: "En el pago tenemos menos audiencia y más repercusión"*. El Mundo. Disponible en: <https://www.elmundo.es/television/2016/09/14/57d84bb5e2704ec41f8b45fd.html>

Fernández, Tomás y Tamaro, Elena. «Biografía de Andreu Buenafuente». En *Biografías y Vidas*. La enciclopedia biográfica en línea [Internet]. Barcelona, España, 2004. Disponible en <https://www.biografiasyvidas.com/biografia/b/buenafuente.htm>

Fórmula tv (20 de julio de 2005). *Finaliza 'Crónicas marcianas', uno de los programas más longevos y con mayor éxito de la televisión*. Fórmula tv. Disponible en: <https://www.formulatv.com/noticias/1288/finaliza-cronicas-marcianas-uno-de-los-programas-mas-longevos-y-con-mayor-exito-de-la-television/>

Fórmula tv (27 de enero de 2005). *'Buenafuente' se impone a 'Crónicas marcianas' por primera vez en 5 enfrentamientos*. Fórmula tv. Disponible en: <https://www.formulatv.com/noticias/796/audiencias-buenafuente-se-impone-a-cronicas-marcianas-por-primera-vez-en-5-enfrentamientos/>

Fórmula tv. (26 de marzo de 2008). *'Buenafuente' cumple este jueves 400 programas*. Fórmula tv. Disponible en: <https://www.formulatv.com/noticias/7144/buenafuente-cumple-este-jueves-400-programas/>

Fórmula tv. (30 de octubre de 2013). *Andreu Buenafuente: "Mi nuevo programa tendrá una mesa abierta a la gente y estará conectado a las redes"*. Fórmula tv. Disponible en: <https://www.formulatv.com/noticias/33890/andreu-buenafuente-nuevo-programa-tendra-mesa-abierta-gente-conectado-redes/>

Fórmula tv. (7 de octubre de 2021). *Datos de audiencia de pago*. Disponible en: <https://www.formulatv.com/audiencias/pago/>

Fórmula tv. *Audiencias de televisión de pago*. Disponible en: <https://www.formulatv.com/audiencias/pago/>

- Gascón-Vera, Patricia. (2020). *El infoentretenimiento en la televisión de pago, Movistar+ y el canal #0. El uso transmedia de sus contenidos de humor*. Ámbitos Revista Internacional de Comunicación, (Nº49, pp. 177-196). Disponible en: <https://revistascientificas.us.es/index.php/Ambitos/article/view/11728/10651>
- Ginart, Belen. (11 de enero de 2005). *Buenafuente debuta en Antena 3 con un espacio de humor y entrevistas*. El País. Disponible en: https://elpais.com/diario/2005/01/11/radiotv/1105398002_850215.html
- Gordillo Álvarez, Inmaculada, Guarinos, Virginia, Checa Godoy, Antonio, Ramírez Alvarado, María del Mar, Jiménez-Varea, José, López Rodríguez, Francisco Javier, Pérez Gómez, Miguel Ángel (2010). *Hibridaciones de la hipertelevisión: información y entretenimiento en los modelos de infoentertainment*. Admira, 3, 1-26. Disponible en: https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/76188/b08024_1a955c863bcf47ec89313277773ece12.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Gordillo, Inmaculada. (2009). *La hipertelevisión: géneros y formatos*. Pp. 262. Ediciones Ciespal. Disponible en: <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/55168.pdf>
- Instituto Peruano de Publicidad (27 de mayo de 2021). *Historia de la televisión: ¿Quién la inventó y cómo ha sido su evolución?* Instituto Peruano de Publicidad. Disponible en: <https://www.ipp.edu.pe/blog/historia-de-la-television/>
- Izquierdo-Castillo, Jessica (2014). *La evolución del sector televisivo: un oligopolio frente a Internet*. Historia y Comunicación Social. Vol. 19, NºEsp., pp. 735-745. Universitat Jaume I. Disponible en: <https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/download/44998/42368>
- Jiménez Muñoz, José; Martínez Martínez, Silvia; Peña Acuña, Beatriz. (2018). *Infoshow y géneros dialógicos en la programación española, La realidad audiovisual como nuevo vehículo de comunicación*. (1º edición, pp. 290). Gedisa.
- Krüger, Udo Michael (1988). *Infos- Infotainment- Entertainment? Media Perspektiven*. Alemania V. 10, p. 637-664.
- La Sexta. (8 de febrero de 2010). *Página oficial de Buenafuente*. La Sexta. Disponible en:

https://web.archive.org/web/20100208075349/http://www.buenafuente.lasexta.com:80/el_programa

La Vanguardia. (10 de abril de 2012). *'Buenas noches y Buenafuente' se estrena este domingo.* La Vanguardia. Disponible en:

<https://www.lavanguardia.com/television/20120410/54283495123/buenas-noches-buenafuente-estreno-domingo.html>

Martín Jiménez, Virginia & Berrocal Gonzalo, Salomé. (2015). *Innovación y consolidación del «infoentretenimiento» político: una perspectiva histórica.* Historia y comunicación social, 22(1), 207-219.

<https://doi.org/10.5209/HICS.55908>

Martín Jiménez, Virginia. (2008). *La lucha por los derechos de la mujer en la televisión del cambio climático.* IV Congreso. Historia de la transición en España: Sociedad y movimientos sociales, pp. 689-699. Disponible en:

<http://www.historiadelpresente.es/sites/default/files/congresos/pdf/38/martinjime nez.pdf>

Mediastream. (2 de abril de 2018). *VOD, SVOD y TVOD: Conoce las diferencias de estos modelos de monetización de video en OTT.* Mediastream. Disponible en:

<https://www.mediastre.am/blog/vod-svod-y-tvod-conoce-las-diferencias-de-estos-modelos-de-monetizacion-de-video-en-ott>

Ministerio de Educación. Historia de la televisión en España. Disponible en:

<http://recursos.cnice.mec.es/media/television/bloque2/pag5.html>

Morales, Fernando. (7 de septiembre de 2015). *Buenafuente abandona La Sexta.* El País. Disponible en:

https://elpais.com/cultura/2015/09/03/television/1441299031_494552.html

Movistar + [@MovistarPlus]. (15 de noviembre de 2021). *Tras 7 temporadas y más de 900 programas, @LateMotivCero se despedirá en diciembre. @Buenafuente seguirá ligado a Movistar+ en otros proyectos de la plataforma. Andreu, gracias por los grandes momentos que nos has regalado estos años... 🧡 ¡Y los que nos quedan!* [Tweet]. Twitter.

<https://twitter.com/MovistarPlus/status/1460261780215803910>

Ortells Badenes, Sara (2011). *La consolidación de los programas de infoentretenimiento en el panorama televisivo español*. *Fòrum de Recerca*, núm. 16. PP. 279-291. Disponible en: http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/77227/fr_2011_21.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ortells Badenes, Sara (2015): *Los nuevos actores de la información televisiva: ciudadanos y periodistas como protagonistas del infoentretenimiento*. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. Vol. 21, Núm. 1 (enero-junio), págs.: 491-508. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense. Disponible en: <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/153685/69481.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Página web de *El Terrat*: <https://elerrat.com/el-errat-quienes-somos/>

Página web de *Late Motiv*: <https://latemotiv.com/>

Pereira Gómez, M. E., & Silva Echeto, V. (2020). *Los géneros periodísticos dentro del humor y la ironía. El caso práctico de las nuevas formas visuales: La Resistencia y Late Motiv*. Grado en Periodismo. Universidad de Zaragoza. Disponible en: <https://zaguan.unizar.es/record/94670/files/TAZ-TFG-2020-2371.pdf>

Polo Morella, M. (2019). *La evolución de la entrevista en profundidad hacia el infoentretenimiento en la televisión privada española: el caso de La Resistencia y Late Motiv*. Grado en Periodismo. Universitat Jaume I. Disponible en: <http://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/186191>

Ribés-Alegría, M. (2005). La hibridación de géneros y la crisis de la calidad televisiva: consejos audiovisuales en el panorama televisivo. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 13(25). Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15825132>

Romero Llorca, María del Mar. *Televisión de entretenimiento y Telebasura*. Grado en Periodismo. Universidad de Sevilla. <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/48264/Televisi%c3%b3n%20de%20entrimiento%20y%20Telebasura.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Saavedra Llamas, Marta, Gago Gelado, Rocío, Grijalba de la Calle, Nicolás, & Tavárez Pérez, Andy Damián (2021). *Evolución de los intereses y hábitos de consumo televisivo de la audiencia española*. *Oceánide*, 14, 17-24.
<https://doi.org/10.37668/oceanide.v14i.60>
- Salgado, Alejandro (2006). *Orígenes y evolución histórica del late night show en Estados Unidos, como principal formato de entretenimiento televisivo*. *Comunicación y pluralismo*, 2, 99-118. Disponible en:
<https://summa.upsa.es/pdf.vm?id=29125&lang=es&page=13>
- Santana Mahmut, S.; Andueza-López, B. (2021). Late Motiv: la transformación del late night antes, durante y después del confinamiento provocado por el Covid-19 en 2020. *Historia de la comunicación social* 26, Número especial, 121-134
- Stark, SD. (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.
- Telemanía. (2 de marzo de 2015). *Telecinco: Así empezó todo...* Mediaset. Disponible en: https://www.mediaset.es/telemania/empresas/empresas-nacionales/primer-lustro-telecinco-vip-noche-tutti-frutti-maquina-verdad-melrose-place_0_1947225440.html
- Virgili Gonzalo, Sara. (2009) *La Alternancia de código en los monólogos de Andreu Buenafuente*. Facultad de Traducción e Interpretación. Universitat Pompeu Fabra. Disponible en:
https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/5325/Virgili_Gonzalo_Sara_TA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

7. Anexos

A) Características generales de los programas

- Fecha de creación:
- Fecha de finalización:
- Días de emisión:
- Franja horaria:
- Cadena de emisión:
- Calificación por edades:
- Logo del programa:

B) Características específicas de los programas

Programa:	
Duración del programa	
Número de secciones	
Nombre de las secciones (si las tienen)	
Duración de las secciones	
Colaboradores que aparecen	
Número de colaboradores hombre	
Número de colaboradores mujeres	

C) Resumen de las características del infoentretenimiento

Preferencias temáticas	<ol style="list-style-type: none">1. Políticas2. Económicas3. Sucesos4. Deportivas5. Nacionales6. Internacionales7. Actualidad
------------------------	--

	8. Televisivas 9. Casa Real 10. Cultura 11. Vida Cotidiana 12. Tecnología 13. Religión 14. Otros
Enfoque temático	- Dramático - Humorístico - Paródico
Elección y tratamiento de la fuente informativa	- La fuente oficial es parodiada y sus declaraciones o expresiones descontextualizadas. - El ciudadano se convierte en protagonista de la información. - El periodista pasa a ocupar un papel relevante como “coprotagonista” en la información. Se implica en la noticia a partir de sus gestos u opiniones.
Características técnicas	
Empleo de técnica de cámara al hombro	
Grabación del programa	- En directo - Grabado
Recursos musicales	
Edición intencional de las imágenes	
Interactividad del público	

D) Síntesis de las características de la entrevista en profundidad	
Duración de la entrevista	
Número de preguntas	
Entrevistado	
Género del entrevistado	
Tiempo de intervención del entrevistado	
Tiempo de intervención del presentador	

A) Características generales de los programas

- Programa: Buenafuente
- Fecha de creación: 11 de enero de 2005
- Fecha de finalización: 30 de junio de 2011
- Días de emisión: De martes a jueves en Antena 3 y de lunes a jueves en La sexta
- Franja horaria: 00:00-1:15
- Cadena de emisión: Antena 3 y La Sexta
- Calificación por edades: +7 y Todos los públicos
- Logo del programa:



1º Logo del programa (de 2005 a 2007)



Logo final del programa (2011)

B) Características específicas de los programas	
Programa: 11 de enero de 2005	
Duración del programa	1 hora 10 minutos 20 segundos
Número de secciones	13
Nombre de las secciones (si las tienen)	Monólogo, Banda del programa, 1º trailer “La casa de tu prima”, No te acostarás sin saber 2 o 3 cosas más, Palomino, 2º trailer “La casa de tu prima”, Entrevista, Corbacho, “novia Manu Tenorio”, Actuación Estopa
Duración de las secciones	<ul style="list-style-type: none"> - Monólogo: 8 minutos - Banda del programa: 2:00 minutos - 1º trailer “La casa de tu prima”: 1:30 minutos - No te acostarás sin saber 2 o 3 cosas más: 5 minutos - Palomino: 3 minutos - 2º trailer “La casa de tu prima”: 1:40 - Santi Millán: 11:30 minutos - Personaje africano imitado por Edu Soto: 2:00 minutos - La casa de tu prima: 9:40 - Entrevista: 13:45 minutos - Corbacho: 3:00 minutos - “Novia de Manu Tenorio”: 4:00 minutos

	- Actuación Estopa: 3:00 minutos
Colaboradores que aparecen	Edu Soto, David Fernández, Yolanda Ramos, Palomino (interpretado por Bernardo Cortés), Corbacho, Santi Millán
Número de colaboradores hombre	5
Número de colaboradores mujeres	1
C) Resumen de las características del infoentretenimiento	
Preferencias temáticas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Políticas 3. Sucesos 5. Nacionales 6. Internacionales 7. Actualidad 8. Televisivas 9. Casa Real 10. Cultura
Enfoque temático	<ul style="list-style-type: none"> - Humorístico - Paródico
Elección y tratamiento de la fuente informativa	<ul style="list-style-type: none"> - La fuente oficial es parodiada y sus declaraciones o expresiones descontextualizadas. - El periodista pasa a ocupar un papel relevante como “coprotagonista” en la información. Se implica en la noticia a partir de sus gestos u opiniones.
Características técnicas	

Empleo de técnica de cámara al hombro	No, se emplea cámara en trípode y grúa de grabación
Grabación del programa	- En directo
Recursos musicales	Se utiliza en ciertos momentos música dramática para dar un contexto de pánico, aunque el público lo toma como humor
Edición intencional de las imágenes	Planos lentos dándole importancia al invitado, además de algunos planos rápidos para darle comicidad a algún momento del programa. Planos medios y planos generales.
Interactividad del público	Ninguna
D) Síntesis de las características de la entrevista en profundidad	
Duración de la entrevista	13:45
Número de preguntas	16
Entrevistado	Antonio Gala
Género del entrevistado	Masculino
Tiempo de intervención del entrevistado	9:45
Tiempo de intervención del presentador	4:00

B) Características específicas de los programas	
Programa: 28 de junio de 2007	
Duración del programa	1 hora 17 minutos
Número de secciones	14
Nombre de las secciones (si las tienen)	Monólogo, Preguntas en la calle por el programa, Whisky el perro, Neng de

	<p>Castefa, Grandes momentos BNF, Berto y el Lagarto, El Fantasma de Buenafuente, Follonero, ¿Te puedo ayudar en algo?, Minutos musicales, Madre de Buenafuente, Actuación de Tata Golosa, Charla con Tata Golosa, La niña de Shrek</p>
<p>Duración de las secciones</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Monólogo: 8 minutos - Preguntas en la calle por el programa: 5:20 minutos - Whisky el perro: 2:30 minutos - El Neng de Castefa: 5:00 minutos - Grandes momentos BNF: 1:00 minuto - Berto y el Lagarto: 9:44 minutos - El Fantasma de Buenafuente: 10:30 minutos - Follonero: 4:00 minutos - ¿Te puedo ayudar en algo?: 4:00 minutos - Minutos musicales: 1:00 minuto - Madre de Buenafuente: 6:40 minutos - Actuación Tata Golosa: 1:40 minutos - Charla con Tata Golosa: 2:00 minutos - La niña de Shrek: 15:30 minutos

Colaboradores que aparecen	Edu Soto, Joan Eloi, Berto Romero, David Fernández, Jordi Évole, Silvia Abril, José Corbacho.
Número de colaboradores hombre	6
Número de colaboradores mujeres	1
C) Resumen de las características del infoentretenimiento	
Preferencias temáticas	7. Actualidad
Enfoque temático	<ul style="list-style-type: none"> - Humorístico - Paródico
Elección y tratamiento de la fuente informativa	<ul style="list-style-type: none"> - El ciudadano se convierte en protagonista de la información. - El periodista pasa a ocupar un papel relevante como “coprotagonista” en la información. Se implica en la noticia a partir de sus gestos u opiniones.
Características técnicas	
Empleo de técnica de cámara al hombro	Sí, al salir a la calle a las personas por el programa.
Grabación del programa	<ul style="list-style-type: none"> - En directo - Partes grabadas
Recursos musicales	Música de tristeza que le da toque emocional y humorístico para el público
Edición intencional de las imágenes	Planos medios y algún primer plano rápido para darle comicidad al momento del programa, como con la

	niña de Shrek, además de planos generales.
Interactividad del público	Preguntas en la calle sobre el programa para ver qué le parecía, además de que personas del público cantan en la sección “Berto y el Lagarto” en el que el mejor cantara la canción “Tunéame Dr. Juan” gana 300€, aunque al final se llevara una guitarra”.
D) Síntesis de las características de la entrevista en profundidad	
Duración de la entrevista	No hay entrevista, sino una charla con Tata Golosa y la madre de Buenafuente que da paso a la niña de Shrek
Número de preguntas	
Entrevistado	
Género del entrevistado	
Tiempo de intervención del entrevistado	
Tiempo de intervención del presentador	

B) Características específicas de los programas	
Programa: 19 de enero de 2011	
Duración del programa	52:18 minutos
Número de secciones	6

Nombre de las secciones (si las tienen)	Mistuitters, Temas de actualidad (Chiste del día, Aviso del día, Visto en un chino) y Los Cantantes
Duración de las secciones	<ul style="list-style-type: none"> - Monólogo: 7 minutos - Hablar con la audiencia: 6:30 minutos - Entrevista: 13 minutos - Temas de actualidad: 20 minutos - Los cantantes: 5 minutos
Colaboradores que aparecen	Joan Eloi, Berto Romero y Ana Morgade
Número de colaboradores hombre	2
Número de colaboradores mujeres	1
C) Resumen de las características del infoentretenimiento	
Preferencias temáticas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Política 3 Sucesos 5 Nacional 7. Actualidad 10. Cultura
Enfoque temático	<ul style="list-style-type: none"> - Humorístico - Paródico
Elección y tratamiento de la fuente informativa	<ul style="list-style-type: none"> - La fuente oficial es parodiada y sus declaraciones o expresiones descontextualizadas. - El periodista pasa a ocupar un papel relevante como “coprotagonista” en la

	información. Se implica en la noticia a partir de sus gestos u opiniones.
Características técnicas	
Empleo de técnica de cámara al hombro	No, solo cámara en trípode y grúa de grabación
Grabación del programa	- En directo
Recursos musicales	Solo música de banda para pasar a las diferentes secciones
Edición intencional de las imágenes	Planos medios, algún primer plano para centrarse en la persona y planos generales en la actuación musical
Interactividad del público	Llamamiento a la audiencia para hacer que Joan Eloi, músico del programa, tuviera una entrada en Wikipedia. Mensaje de Twitter que dejaba la audiencia son leídos por el presentador
D) Síntesis de las características de la entrevista en profundidad	
Duración de la entrevista	13 minutos
Número de preguntas	17
Entrevistado	Marc Pastor
Género del entrevistado	Masculino
Tiempo de intervención del entrevistado	7:18
Tiempo de intervención del presentador	5:42

B) Características específicas de los programas	
Programa: 19 de febrero de 2011	
Duración del programa	58:50
Número de secciones	9
Nombre de las secciones (si las tienen)	Desactivación de bomba, El consultorio de Agatha Christie, Monólogo, Temas de Actualidad, Regalos del público, Entrevista, Juego con entrevistados, El diván de los famosos, Campeonato de España de porfa, porfa no me dejes
Duración de las secciones	<ul style="list-style-type: none"> - Desactivación de bomba: 4:00 minutos - El consultorio de Agatha Christie: 2:55 minutos - Monólogo: 6:05 minutos - Temas de Actualidad: 15:30 minutos - Regalos del público: 2:30 minutos - Entrevista: 10:50 minutos - Juego con entrevistados: 5:30 minutos - El diván de los famosos: 1:00 minutos - Campeonato de España de porfa, porfa no me dejes: 11:00 minutos
Colaboradores que aparecen	Berto Romero, Ana Morgade y Miguel Martín
Número de colaboradores hombre	2
Número de colaboradores mujeres	1

C) Resumen de las características del infoentretenimiento	
Preferencias temáticas	<ul style="list-style-type: none"> 1. Política 5. Nacional 4. Deportes 7. Actualidad 11. Vida Cotidiana 12. Tecnología 13. Religión
Enfoque temático	<ul style="list-style-type: none"> - Humorístico - Paródico
Elección y tratamiento de la fuente informativa	<ul style="list-style-type: none"> - La fuente oficial es parodiada y sus declaraciones o expresiones descontextualizadas. - El periodista pasa a ocupar un papel relevante como "coprotagonista" en la información. Se implica en la noticia a partir de sus gestos u opiniones.
Características técnicas	
Empleo de técnica de cámara al hombro	No, solo cámara en trípode y grúa de grabación
Grabación del programa	<ul style="list-style-type: none"> - En directo - Partes grabadas
Recursos musicales	Música triste en alguna sección para darle ese ambiente al momento, aunque el público lo tomara con humor por cómo es la sección

Edición intencional de las imágenes	Planos medios, algún plano rápido, pero normalmente plano fijo y lento, además de algún plano general.
Interactividad del público	Participación del público en la sección “Campeonato de España de porfa, porfa no me dejes”, además de hablar con ellos con los regalos que le han hecho al programa.
D) Síntesis de las características de la entrevista en profundidad	
Duración de la entrevista	10:50
Número de preguntas	15
Entrevistado	Tres miembros de la selección de balonmano
Género del entrevistado	Masculino
Tiempo de intervención del entrevistado	6:30
Tiempo de intervención del presentador	4:20

A) Características generales de los programas

- Programa: En el aire
- Fecha de creación: 18 de noviembre de 2013
- Fecha de finalización: 11 de junio de 2015
- Días de emisión: De lunes a jueves
- Franja horaria: 00:15-1:30 h.
- Cadena de emisión: La Sexta
- Calificación por edades: +12
- Logo del programa:



B) Características específicas de los programas	
Programa: 13 de enero de 2014	
Duración del programa	1:15:59
Número de secciones	8
Nombre de las secciones (si las tienen)	Hoy está en el aire..., Temas de Actualidad, Bob Pop, #BertoDefiende, Entrevista, Clases de elegancia con Marc Giró, Nadie Sabe Nada, Actuación Musical de Seguridad Social
Duración de las secciones	<ul style="list-style-type: none"> - Hoy está en el aire: 8:00 minutos - Temas de Actualidad: 14:10 minutos - Bob Pop: 5:10 minutos - #BertoDefiende: 3:00 minutos - Entrevista: 20:00 minutos - Clases de elegancia con Marc Giró: 11:50 minutos - Nadie Sabe Nada: 10:40 minutos - Actuación Musical de Seguridad Social: 3:00 minutos
Colaboradores que aparecen	Berto Romero, Jorge Ponce, Belen Cuesta, Bob Pop, Marc Giró

Número de colaboradores hombre	4
Número de colaboradores mujeres	1
C) Resumen de las características del infoentretenimiento	
Preferencias temáticas	<ul style="list-style-type: none"> 1. Política 3 Sucesos 4. Deporte 6. Internacional 7. Actualidad 13. Religión
Enfoque temático	<ul style="list-style-type: none"> - Humorístico - Paródico
Elección y tratamiento de la fuente informativa	<ul style="list-style-type: none"> - La fuente oficial es parodiada y sus declaraciones o expresiones descontextualizadas. - El periodista pasa a ocupar un papel relevante como “coprotagonista” en la información. Se implica en la noticia a partir de sus gestos u opiniones.
Características técnicas	
Empleo de técnica de cámara al hombro	No, solo cámara en trípode o grúa de grabación
Grabación del programa	- En directo
Recursos musicales	No, solo actuación musical al final del programa de Seguridad Social
Edición intencional de las imágenes	Planos medios con algunos primeros planos en la entrevista y planos generales.

Interactividad del público	Lectura de mensajes en <i>Twitter</i> ya sea por imágenes que ha pedido Bob Pop sobre gente que se duerme viendo el programa, como de mensajes que han aparecido en las secciones de #BertoDefiende y Nadie Sabe Nada.
D) Síntesis de las características de la entrevista en profundidad	
Duración de la entrevista	20:00 minutos
Número de preguntas	26
Entrevistado	Luis del Olmo
Género del entrevistado	Masculino
Tiempo de intervención del entrevistado	13:35 minutos
Tiempo de intervención del presentador	6:25 minutos

B) Características específicas de los programas	
Programa: 11 de marzo de 2014	
Duración del programa	1 hora 16 minutos 35 segundos
Número de secciones	8
Nombre de las secciones (si las tienen)	Hoy está en el aire..., Lo primero es la salud, <i>Sketch</i> , Temas de actualidad, Entrevista, Bob Pop, #BertoDefiende, Llum Barrera
Duración de las secciones	<ul style="list-style-type: none"> - Hoy está en el aire...: 7:05 minutos - Lo primero es la salud: 8:00 minutos

	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Sketch</i>: 4:00 minutos - Temas de Actualidad: 8:00 minutos - Entrevista: 28:00 minutos - Bob Pop: 4:10 minutos - #BertoDefiende: 2:00 minutos - Llum Barrera: 12:00 minutos
Colaboradores que aparecen	Berto Romero y Jorge Ponce
Número de colaboradores hombre	2
Número de colaboradores mujeres	0
C) Resumen de las características del infoentretenimiento	
Preferencias temáticas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Política 4. Deporte 5. Nacional 7 Actualidad 9 Casa Real 12 Tecnología
Enfoque temático	<ul style="list-style-type: none"> - Humorístico - Paródico
Elección y tratamiento de la fuente informativa	<ul style="list-style-type: none"> - La fuente oficial es parodiada y sus declaraciones o expresiones descontextualizadas. - El periodista pasa a ocupar un papel relevante como “coprotagonista” en la información. Se implica en la noticia a partir de sus gestos u opiniones.
Características técnicas	

Empleo de técnica de cámara al hombro	No, solo cámara en trípode y grúa de grabación
Grabación del programa	- En directo - <i>Sketch</i> grabado
Recursos musicales	No, solo para dar paso a entrevista o secciones del programa
Edición intencional de las imágenes	Planos medios o primeros planos para enfocar a la persona que habla y planos generales.
Interactividad del público	Lectura de <i>tweets</i> que los espectadores han realizado durante el programa o antes, además de participar en la sección #BertoDefiende en <i>Twitter</i> también.
D) Síntesis de las características de la entrevista en profundidad	
Duración de la entrevista	28:00 minutos
Número de preguntas	17
Entrevistado	Fernando Arrabal
Género del entrevistado	
Tiempo de intervención del entrevistado	21:00 minutos
Tiempo de intervención del presentador	7:00 minutos

B) Características específicas de los programas	
Programa: 27 de marzo de 2014	
Duración del programa	1 hora 11 minutos 50 segundos
Número de secciones	8

Nombre de las secciones (si las tienen)	Hoy está en el aire..., Tu cara no me suena, Personaje de polígono, Bob Pop, Clases de elegancia con Marc Giró, Entrevista, Nadie sabe Nada VIP
Duración de las secciones	<ul style="list-style-type: none"> - Hoy está en el aire...: 11:12 minutos - Tu cara no me suena: 11:20 minutos - Personaje de polígono: 8:20 minutos - Bob Pop: 5:00 minutos - Clases de elegancia con Marc Giró: 10:00 minutos - Entrevista: 10 minutos - Nadie sabe Nada VIP: 16:00 minutos
Colaboradores que aparecen	Belén Cuesta, Jorge Ponce, Berto Romero, Bob Pop, Marc Giró
Número de colaboradores hombre	4
Número de colaboradores mujeres	1
C) Resumen de las características del infoentretenimiento	
Preferencias temáticas	<ul style="list-style-type: none"> 1. Política 6 Internacional 7 Actualidad 13. Religión
Enfoque temático	<ul style="list-style-type: none"> - Humorístico - Paródico
Elección y tratamiento de la fuente informativa	<ul style="list-style-type: none"> - La fuente oficial es parodiada y sus declaraciones o expresiones descontextualizadas.

	<ul style="list-style-type: none"> - El periodista pasa a ocupar un papel relevante como “coprotagonista” en la información. Se implica en la noticia a partir de sus gestos u opiniones.
Características técnicas	
Empleo de técnica de cámara al hombro	No, solo cámara en trípode y grúa de grabación
Grabación del programa	- En directo
Recursos musicales	No, solo cuando empieza una sección
Edición intencional de las imágenes	Planos medios y planos generales.
Interactividad del público	Lectura de <i>tweets</i> enviados por la audiencia
D) Síntesis de las características de la entrevista en profundidad	
Duración de la entrevista	10 minutos
Número de preguntas	9
Entrevistado	Josie
Género del entrevistado	Masculino
Tiempo de intervención del entrevistado	5:40 minutos
Tiempo de intervención del presentador	4:20 minutos

B) Características específicas de los programas	
Programa: 4 de diciembre de 2014	
Duración del programa	1 hora 19 minutos 50 segundos

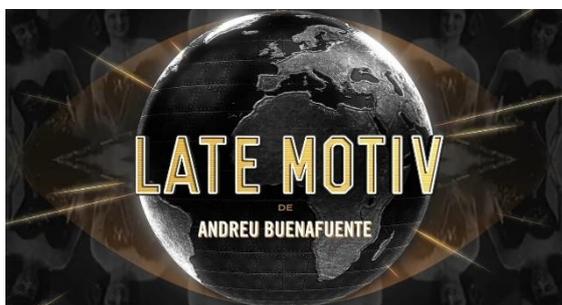
Número de secciones	9
Nombre de las secciones (si las tienen)	Hoy está en el aire..., Kit de supervivencia, Concurso de reciclaje, Entrevista, Juego "películas", Mejores momentos, Bob Pop, Clases de elegancia con Marc Giró, Nadie Sabe Nada VIP
Duración de las secciones	<ul style="list-style-type: none"> - Hoy está en el aire...: 10:50 minutos - Kit de supervivencia: 12:20 minutos - Concurso de reciclaje: 7:10 minutos - Entrevista: 17:20 minutos - Juego "películas": 5:00 minutos - Mejores momentos: 1:30 minutos - Bob Pop: 6:00 minutos - Clases de elegancia con Marc Giró: 11:00 minutos - Nadie sabe Nada VIP: 8:30 minutos
Colaboradores que aparecen	Berto Romero, Jorge Ponce, Marc Giró
Número de colaboradores hombre	3
Número de colaboradores mujeres	0
C) Resumen de las características del infoentretenimiento	
Preferencias temáticas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Políticas 3 Sucesos 5. Nacional 7Actualidad

	10 Cultura
Enfoque temático	<ul style="list-style-type: none"> - Humorístico - Paródico
Elección y tratamiento de la fuente informativa	<ul style="list-style-type: none"> - La fuente oficial es parodiada y sus declaraciones o expresiones descontextualizadas. - El periodista pasa a ocupar un papel relevante como “coprotagonista” en la información. Se implica en la noticia a partir de sus gestos u opiniones.
Características técnicas	
Empleo de técnica de cámara al hombro	No, solo cámara en trípode y grúa de grabación
Grabación del programa	- En directo
Recursos musicales	No, solo al inicio de la sección y en <i>Hoy en el aire...</i> con la canción <i>Gangnam Style</i>
Edición intencional de las imágenes	Planos medios y planos generales
Interactividad del público	Algunas personas del público disfrazados para que no encontraran al invitado sorpresa. Lectura de <i>tweets</i> que ha escrito el público
D) Síntesis de las características de la entrevista en profundidad	
Duración de la entrevista	17:20
Número de preguntas	12
Entrevistado	Carlos Areces
Género del entrevistado	Masculino

Tiempo de intervención del entrevistado	10:05 minutos
Tiempo de intervención del presentador	7:15 minutos

A) Características generales de los programas

- Fecha de creación: 11 de enero de 2016
- Fecha de finalización: diciembre de 2021
- Días de emisión: lunes a jueves
- Franja horaria: 23:00 – 00:00
- Cadena de emisión: #0
- Calificación por edades: +12
- Logo del programa:



B) Características específicas de los programas

Programa: 14 de septiembre de 2021	
Duración del programa	50:46 minutos
Número de secciones	5

Nombre de las secciones (si las tienen)	Monólogo, Raúl Cimas, Politiktok, Entrevista, Javi Sancho
Duración de las secciones	<ul style="list-style-type: none"> - Monólogo: 9:00 minutos - Raúl Cimas: 11:50 minutos - Politiktok: 1:30 minutos - Entrevista: 16:00 minutos - Javi Sancho: 12:20 minutos
Colaboradores que aparecen	Javi Sancho, Raúl Cimas
Número de colaboradores hombre	2
Número de colaboradores mujeres	0
C) Resumen de las características del infoentretenimiento	
Preferencias temáticas	<ul style="list-style-type: none"> 1. Política 3 Sucesos 5 Nacional 6 Internacional 7 Actualidad 14. Otros (Climatología)
Enfoque temático	<ul style="list-style-type: none"> - Humorístico - Paródico
Elección y tratamiento de la fuente informativa	<ul style="list-style-type: none"> - La fuente oficial es parodiada y sus declaraciones o expresiones descontextualizadas. - El periodista pasa a ocupar un papel relevante como “coprotagonista” en la información. Se implica en la noticia a partir de sus gestos u opiniones.
Características técnicas	

Empleo de técnica de cámara al hombro	No, solo cámara en trípode y grúa de grabación
Grabación del programa	- En directo
Recursos musicales	No, solo música de la banda del programa cuando va a comenzar una sección o finaliza
Edición intencional de las imágenes	Planos medios, primeros planos y planos generales.
Interactividad del público	Solo preguntar alguna cosa en el monólogo, pero un par de preguntas de respuesta sí o no
D) Síntesis de las características de la entrevista en profundidad	
Duración de la entrevista	16:00 minutos
Número de preguntas	12
Entrevistado	Shabnam Rahimi y Estrella Galán
Género del entrevistado	Femenino
Tiempo de intervención del entrevistado	10:20 minutos
Tiempo de intervención del presentador	5:40 minutos

B) Características específicas de los programas	
Programa: 27 de septiembre de 2021	
Duración del programa	51:37 minutos
Número de secciones	5
Nombre de las secciones (si las tienen)	Monólogo, Raúl Pérez, Entrevista, Animales Políticos, Carlo Padial
Duración de las secciones	- Monólogo: 10:00 minutos

	<ul style="list-style-type: none"> - Raúl Pérez: 9:00 minutos - Entrevista: 17:00 minutos - Animales Políticos: 2:00 minutos - Carlo Padiá: 13:37 minutos
Colaboradores que aparecen	Raúl Pérez, Carlo Padiá
Número de colaboradores hombre	2
Número de colaboradores mujeres	0
C) Resumen de las características del infoentretenimiento	
Preferencias temáticas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Política 3 Sucesos 5 Nacional 6. Internacional 7. Actualidad
Enfoque temático	<ul style="list-style-type: none"> - Humorístico - Paródico
Elección y tratamiento de la fuente informativa	<ul style="list-style-type: none"> - La fuente oficial es parodiada y sus declaraciones o expresiones descontextualizadas. - El periodista pasa a ocupar un papel relevante como "coprotagonista" en la información. Se implica en la noticia a partir de sus gestos u opiniones.
Características técnicas	
Empleo de técnica de cámara al hombro	No, solo cámara en trípode y grúa de grabación
Grabación del programa	<ul style="list-style-type: none"> - En directo

Recursos musicales	No, solo la banda de música del programa antes de una sección o cuando finaliza
Edición intencional de las imágenes	Planos medios y planos generales.
Interactividad del público	No
D) Síntesis de las características de la entrevista en profundidad	
Duración de la entrevista	17:00 minutos
Número de preguntas	15
Entrevistado	Alejandro Amenábar
Género del entrevistado	Masculino
Tiempo de intervención del entrevistado	10:10
Tiempo de intervención del presentador	6:50

B) Características específicas de los programas	
Programa: 4 de octubre de 2021	
Duración del programa	55:05
Número de secciones	4
Nombre de las secciones (si las tienen)	Monólogo, Miguel Maldonado, Entrevista, Javi Sancho
Duración de las secciones	<ul style="list-style-type: none"> - Monólogo: 14:15 minutos - Miguel Maldonado: 12:15 minutos - Entrevista: 15:40 minutos - Javi Sancho: 12:50 minutos
Colaboradores que aparecen	Miguel Maldonado y Javi Sancho
Número de colaboradores hombre	2
Número de colaboradores mujeres	0

C) Resumen de las características del infoentretenimiento	
Preferencias temáticas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Política 3 Sucesos 5. Nacional 6. Internacional 7. Actualidad
Enfoque temático	<ul style="list-style-type: none"> - Humorístico - Paródico
Elección y tratamiento de la fuente informativa	<ul style="list-style-type: none"> - La fuente oficial es parodiada y sus declaraciones o expresiones descontextualizadas. - El periodista pasa a ocupar un papel relevante como “coprotagonista” en la información. Se implica en la noticia a partir de sus gestos u opiniones.
Características técnicas	
Empleo de técnica de cámara al hombro	No, solo cámara en trípode y grúa de grabación
Grabación del programa	- En directo
Recursos musicales	No, solo la banda de música del programa toca cuando empieza una sección o finaliza
Edición intencional de las imágenes	Planos medios y planos generales.
Interactividad del público	No
D) Síntesis de las características de la entrevista en profundidad	

Duración de la entrevista	15:40 minutos
Número de preguntas	11
Entrevistado	Mara Torres
Género del entrevistado	Femenino
Tiempo de intervención del entrevistado	9:50
Tiempo de intervención del presentador	5:50

B) Características específicas de los programas	
Programa: 5 de octubre de 2021	
Duración del programa	53:21 minutos
Número de secciones	5
Nombre de las secciones (si las tienen)	Monólogo, Laura Márquez, Actuación musical, Entrevista, Pere Aznar
Duración de las secciones	<ul style="list-style-type: none"> - Monólogo: 11:30 minutos - Laura Márquez: 11:40 minutos - Actuación musical: 3:30 minutos - Entrevista: 13:00 minutos - Pere Aznar: 13:20 minutos
Colaboradores que aparecen	Laura Márquez, Pere Aznar, Miguel Maldonado
Número de colaboradores hombre	2
Número de colaboradores mujeres	1
C) Resumen de las características del infoentretenimiento	
Preferencias temáticas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Política 4. Deportes 5. Nacional

	7Actualidad 14.Otros (Educación)
Enfoque temático	- Humorístico - Paródico
Elección y tratamiento de la fuente informativa	- La fuente oficial es parodiada y sus declaraciones o expresiones descontextualizadas. - El periodista pasa a ocupar un papel relevante como “coprotagonista” en la información. Se implica en la noticia a partir de sus gestos u opiniones.
Características técnicas	
Empleo de técnica de cámara al hombro	No, solo cámara en trípode y grúa de grabación
Grabación del programa	- En directo - <i>Sketch</i> en la sección de Laura grabado
Recursos musicales	No, actuación musical del grupo de Xoel López y la banda de música del programa antes de una sección y cuando finaliza
Edición intencional de las imágenes	Planos medios, primeros planos y planos generales.
Interactividad del público	No
D) Síntesis de las características de la entrevista en profundidad	
Duración de la entrevista	13:00 minutos

Número de preguntas	11
Entrevistado	Xoel López
Género del entrevistado	Masculino
Tiempo de intervención del entrevistado	7:45 minutos
Tiempo de intervención del presentador	5:15 minutos