

“En tu casa o en la mía”: la entrevista como infoentretenimiento

“En tu casa o en la mía’: the interview as infotainment

Marián Alonso González. Universidad de Sevilla (malonsog@us.es)

Recibido el: 06/04/16 - Aceptado el: 03/10/16

Resumen:

La lucha por la audiencia ha provocado una oferta de contenidos espectacular donde las fronteras de los géneros se han difuminado, dando lugar a nuevos formatos televisivos híbridos que han revitalizado la entrevista como un género de infoentretenimiento. A lo largo de este artículo analizamos el programa “En tu casa o en la mía”, un nuevo formato de entrevista de personalidad que aúna información y entretenimiento con claros elementos cercanos al *infoshow*. Estudiamos el producto mediático atendiendo a la narrativa, el tratamiento, la estructura y la técnica empleada con el fin de describir los elementos que hacen de este espacio un ejemplo de hibridación de géneros en el contexto televisivo actual.

Palabras Clave:

Televisión, entrevista, infoentretenimiento, hipergénero, información

Abstract:

The fight for viewers has led to a spectacular range of television content on offer where boundaries of genres have disappeared giving rise to new formats of hybrid television programmes. This has given a new lease of life to interviews as a genre of infotainment. The present article analyses the programme ‘En tu casa o en la mía’, a new type of interview of famous personalities which combines information and entertainment with elements that are very similar to the info-show. We shall embark on a study of this media product, its narrative, treatment, structure and the technique used so as to describe the elements that make it an example of gender hybridization in today’s television programmes.

Key words:

Television, interview, infotainment, hyper-genre, information

1. Introducción

La televisión es el medio de comunicación por excelencia. Afirma Fernández Torres (2005) que al ser la visión el sentido que proporciona una experiencia más directa de las cosas, la televisión desprende la sensación de que lo que en ella se ve es la realidad, y por esto, contribuye poderosamente a formar la opinión pública.

La imagen domina sobre la reflexión y convierte en caduco todo lo que no aparece en pantalla. Parece que no es posible imaginar nuestro mundo sin televisión, el medio difusor de mensajes audiovisuales más potente hasta hoy y la manera más fácil y cómoda de distribuir contenidos.

El año pasado los españoles vieron la televisión una media de 3 horas y 54 minutos al día (cinco minutos menos que el año anterior), según datos de Kantarmedia (2015). Por meses, enero y febrero fueron los de mayor consumo, con un promedio de 263 minutos.

Telecinco fue la cadena más vista por cuarto año consecutivo, obteniendo el 14,8% de la cuota de pantalla y situándose por delante de *Antena 3* (13,5%), mientras que la suma de las audiencias de Atresmedia y Mediaset polarizó el consumo, ya que reunió el 58% de la cuota de mercado y recibió el 86% de la inversión publicitaria en televisión. En el otro extremo encontramos a *TVE*, *La1* registró un mínimo histórico (9,8%), alejándose del liderazgo informativo de años anteriores.

Los datos expuestos dan una idea de la fortaleza mediática que posee la televisión en el conjunto de los medios de comunicación en España, ello es debido al poder de la imagen, pero también a su incansable labor de entretenimiento.

La programación televisiva ha experimentado un espectacular cambio en la última década. La llegada de la televisión privada, en la década de los ochenta, marca en España un punto de inflexión en el ámbito audiovisual, ya que se dejan atrás años de dominio de una televisión pública para dar paso una etapa caracterizada por el aumento de la oferta y la demanda.

En este contexto surgen nuevos contenidos cercanos a la realidad social del espectador, dando origen a una hipertelevisión en la que el *reality show* se convierte en la esencia de la telerealidad, la cual se caracteriza por la extrema hibridación de los elementos genéricos y por la “ruptura de las fronteras de la unidad programa con la dispersión por toda la parrilla de elementos de algún formato novedoso y por la convergencia de la televisión con otros medios de comunicación” (Gordillo y Ramírez, 2013: 24).

Asistimos pues, a una espectacular evolución del formato audiovisual hacia lo que los expertos denominan hipertelevisión o infoshow, cuyos orígenes sitúa Orza (2002) a finales de los 80 en Estados Unidos.

Esta convergencia de medios es lo que Scolari (2009: 189) identifica como “*crossmedia, multiple platforms, intertextual commodity, transmedial worlds, transmedial interactions, multimodality y overflow*”. Es decir, el surgimiento de una nueva

narrativa que se expande a través de diferentes sistemas de significación (verbal, icónico, audiovisual, interactivo, etc.) y de medios (cine, cómic, televisión videojuegos, teatro, etc.) dando origen a la hibridación de formatos y contenidos.

1.1. Hibridación de géneros

La realidad de un contexto multiplataforma, la fragmentación de la oferta televisiva y la situación de crisis económica obliga a las cadenas a sorprender a los espectadores, y de la mezcla de ingredientes audiovisuales surge el infoentretenimiento, “una hibridación de géneros que hace que en televisión todo deba ser entretenido, incluso un informativo” (García Horcajo, 2011: 44).

La hibridación, entendida como mezcla de ideas o formatos, ha sido una de las herramientas básicas para crear e innovar en todos los ámbitos, es por ello que no podía faltar en televisión, un servicio público esencial cuya finalidad, tal y como recoge el ordenamiento jurídico español en su artículo 128 de la Constitución Española, ha de ser “la de satisfacer el interés de los ciudadanos y la de contribuir al pluralismo informativo, a la formación de una opinión pública libre y a la extensión de la cultura”.

En la era del infoentretenimiento las tres funciones básicas de la televisión: informar, divertir y formar (Bobo, 2005) se entremezclan para dar origen a nuevas narrativas y formas audiovisuales que trascienden los géneros que tradicionalmente conocemos.

Las historias personales se expanden, las narrativas televisivas se multiplican y las formas visuales se adaptan a causa de la hibridación de los géneros, y fruto de ello surgen nuevos formatos que enriquecen los formatos tradicionales y que buscan sorprender al espectador con combinaciones innovadoras.

Si el género es un concepto que permite organizar las narraciones a partir de una serie de convenciones, criterios o normas que marcan semejanzas y diferencias a fin de agrupar los programas televisivos dentro de categorías diferentes separadas por mecanismos de coherencia textual; el hipergénero es un gran contenedor temático que reclasifica los géneros televisivos (Gordillo, 2009) y que supone la desaparición de las fronteras clásicas entre géneros informativos y de entretenimiento, de forma que este nuevo Periodismo se caracteriza por:

“disponer las temáticas en función de los criterios del entretenimiento; realzar la espectacularización de la vida privada de los personajes; explotar la dramatización; crear una puesta en escena dinámica; y cambiar el rol del presentador hacia intérprete y guía del espectador” (García, 2004: 37).

En España, los orígenes de estos nuevos formatos los encontramos en “Las Noticias del Guiñol”, de *Canal +*; y en “Caiga quien caiga”, de *Telecinco*. Ambos narraban por primera vez la actualidad informativa desde otro punto de vista, más irreverente, era sátira política con grandes dosis de humor.

A estos les siguieron otros formatos híbridos que Gordillo (2009) identifica como el *docusoap*, el reportaje de investigación, el magazín y el *reality show* que, bajo la apariencia de un informativo de actualidad, ofrecen casos de la vida real, historias de actualidad o reconstrucción de sucesos.

Atrás queda la idea del público como espectador pasivo destinatario de los mensajes. El nuevo panorama televisivo le otorga una importancia clave dentro del proceso comercial, de forma que el éxito consiste en conseguir los mayores índices de audiencia, ya que ello se traduce en mejores rendimientos económicos a través de los ingresos publicitarios.

El respaldo de la audiencia como vía legítima de supervivencia de los productos televisivos convive con la importancia o el protagonismo que adquiere el discurso televisivo.

“Un discurso que, desde la televisión, adquiere una función principalmente socializadora sobre las potenciales audiencias: atraer, engatusar, desde lo emotivo de los relatos, desde un plano esencialmente seductor, al espectador que trate de ponerse en contacto por primera vez con una determinada representación mediática” (Gallego *et al.*, 2010: 3).

Emerge un cambio en el formato de los contenidos y en el rol que juegan los distintos macrogéneros en el seno de las parrillas programáticas. En definitiva, “nuevas fórmulas, estrategias, y en concepción de líneas editoriales que persiguen la alta competitividad o, en algunos casos, simplemente la subsistencia” (Prado, 1999: 12).

La invasión de la realidad en la ficción, la espectacularización de la información y la comercialización de los sentimientos provocan la disolución de fronteras entre los géneros y un mestizaje de contenidos que generan un cambio en el discurso de la televisión, que se aleja del modelo reproductor de la realidad para acercarse a un modelo productor de realidad.

Surge pues el hipergénero informativo, aquel que combina entretenimiento, variedades y ficción, y entre ellos destacan el *infoshow* y el infoentretenimiento, cuya principal diferencia reside en que en el primero prima el entretenimiento, mientras que en el segundo lo hace la información (Luzón y Ferrer, 2008).

Dice Riera (2015) que la principal diferencia entre ambos radica en la relación con el discurso periodístico, aunque coinciden en un conjunto de características que abarcan desde elementos temáticos a recursos narrativos y que Berrocal et al. (2014) identifican como: temática, narrativa, tratamiento y técnica.

Al ser un género híbrido, el contenido del infoentretenimiento se adapta a la actualidad, y es por ello que a menudo opta por temas de impacto e interés social como son los sucesos, los desastres, las curiosidades o las celebridades.

1.2. La entrevista en televisión

La entrevista es uno de los géneros informativos más versátiles que existen. Martínez Albertos la define como “la noticia contada por su protagonista al espectador, con toda la trascendencia que de ello se deriva” (1997: 248).

La primera regla para la realización de una entrevista no tiene nada que ver con la técnica periodística y se resume en “a quién se va a entrevistar y por qué” (Moreno, 2003: 272). Por tanto, se concibe como el encuentro convenido entre dos o más personas para tratar un asunto, informar al público... Aplicada al Periodismo, la entrevista “recoge el diálogo entre el periodista y una persona cuyas opiniones o confidencias pueden ser interesantes para el público” (Lázaro Carreter, 1998: 195).

Enrique Torán destaca la importancia de la entrevista en televisión, ya que las palabras del entrevistado quedan:

“fielmente recogidas (es muy difícil un montaje tergiversador) junto con sus entonaciones, maneras de decir, dudas y silencios intencionales. La imagen se ocupa de la misión descriptiva visual del personaje y, además, registra su comportamiento no verbal comunicativo como son los gestos, manera de mirar, movimientos de manos, postura del cuerpo [...] todos ellos tan significativos como indicadores de la personalidad” (Torán, 1982: 68).

En los mismos términos se expresa Mariano Cebrián (1992) cuando afirma que la entrevista es un reflejo de la personalidad del entrevistado sin cambio de los códigos por los que se expresa, salvo las modificaciones que la técnica introduce. El entrevistado aparece con los rasgos personales de su voz y de su expresión corporal.

Dentro de este contexto de hibridación de contenidos, dice Gordillo que la entrevista televisiva se puede encuadrar en el hipergénero informativo, que engloba, además, “el telediario, el reportaje, el documental, el debate, la retransmisión en directo y los informativos temáticos” (2009: 126).

Se trataría de una entrevista condicionada por el diálogo, el presentador y las reglas del juego. El diálogo se perfila como la pieza esencial del género, ya que es la fuente principal de información y el elemento que permite el desarrollo, sin embargo, es el entrevistador la figura esencial que diseña, conduce e indaga a través del diálogo sobre aquello que pretende conseguir del entrevistado. Por último, las normas son la base estructural de la entrevista, se trata de reglas inamovibles como el reparto de papeles, el tiempo o duración de la entrevista, la tipología de las preguntas o cuestiones técnicas como composición de la imagen, planos visuales, angulaciones y tipo de montaje.

Según establece Gordillo (2009: 141) las entrevistas televisivas se caracterizan por tres factores fundamentales:

- La importancia del entrevistador, figura esencial que debe diseñar, conducir, preguntar, dialogar, incitar e indagar sobre el entrevistado.
- El diálogo como motor narrativo, pues es la fuente principal de información y el elemento que permite la expansión narrativa a partir del desarrollo de anécdotas y otras historias.
- Los elementos normativos como un reparto de papeles inamovible, ya que las posiciones entre entrevistador-entrevistado no son intercambiables, así como la organización estricta del tiempo, el tipo de preguntas, los temas permitidos y censurados, los encuadres prohibidos, etc.

Las entrevistas pueden agruparse en diferentes formatos: actualidad, profundidad, monográfica y magacín, aunque también es posible que la entrevista sea en sí misma la totalidad de un contenido televisivo y no solo una parte de él, como es el caso del programa que nos ocupa, “En tu casa o en la mía”, en cuyo caso vendría a ser una especie de “cajón de sastre” en el que podemos encontrar los elementos definitorios de los distintos formatos que, a continuación, pasamos a definir.

La entrevista de actualidad es aquella que busca respuestas y datos directamente de las fuentes informativas en relación con unos hechos que acaban de suceder, por lo que los personajes que se entrevistan están directamente relacionados con la noticia. Este tipo de entrevista permite profundizar en los hechos, ampliar la información y obtener más elementos para la reflexión.

Cuando la entrevista de actualidad es superior a los 10 minutos estamos ante una entrevista en profundidad, y si esta modalidad posee un acotamiento temático estaríamos ante una entrevista monográfica, aquella orientada hacia el tratamiento de un determinado asunto de forma poliédrica y completa.

Por su parte, la entrevista magacín es un híbrido que mezcla preguntas de actualidad con temas personales del entrevistado. Su finalidad es procurar el entretenimiento del público a partir del entrevistado, pero también del presentador estrella y las preguntas que formula.

Este tipo de diálogo está orientado a mostrar una imagen lo más aproximada de la personalidad del entrevistado a través de aspectos menos conocidos. Interesa el personaje y su vida, el qué y el cómo, pero, sobre todo, intentar descubrir aspectos que no están relacionados con aquello por lo que es conocido. Se trata de una entrevista orientada a reflejar la individualidad del entrevistado a partir de sus manifestaciones emotivas y humanas, de sus aptitudes creativas, sus aficiones y sus deseos más profundos.

A nivel audiovisual, en este tipo de entrevistas el entrevistado es el absoluto protagonista, ya que importa su imagen y lo que dice, su forma de expresarse y su carácter reflejado a través de sus respuestas.

Se trata de realizar un retrato profundo en el que exponga su vida, principios, filosofía y concepción de la vida.

“El entrevistador debe tener un comportamiento de retratista que se documenta, estudia y analiza la figura del entrevistado con mirada crítica y comprensiva. Se llega al entendimiento mutuo en el que la iniciativa de la pregunta corresponde al entrevistador y que al entrevistado corresponde abrirse, dejarse descubrir para sacar a la luz pública su realidad profunda” (Cebrián, 1992: 268).

Como subgénero televisivo esta entrevista magacín contendría elementos procedentes de otros géneros como el *talk-show*, puesto que los protagonistas cuentan su vida; el magacín, pues el presentador da continuidad a las distintas emisiones del espacio y a los distintos contenidos dentro del mismo; y los formatos de cámara oculta.

2. Objetivo, hipótesis y metodología

El presente trabajo tiene como objetivo analizar un nuevo formato de entrevista de personalidad con claros elementos cercanos al infoentretenimiento y a la entrevista magacín. Se trata del programa “En tu casa o en la mía” emitido por *La1* de *Televisión Española* los miércoles en horario de 22.00 a 23.30 horas, aproximadamente.

La hipótesis de partida de este estudio es que “En tu casa o en la mía” representa un cambio de formato dentro del discurso televisivo más orientado a la hibridación entre información y entretenimiento. Partiendo de esta hipótesis, pretendemos describir el programa en términos de formato, desglosar los diferentes elementos de los que se compone el espacio y describirlos como un metalenguaje.

Para un correcto estudio longitudinal del formato hemos escogido como muestra los nueve programas que componen la primera temporada y que contaron con la presencia de Pablo Alborán, Jesulín de Ubrique, Lolita Flores, Pablo Motos, Carmen Martínez-Bordiú, Mariló Montero, Carlos Herrera, Jorge y César Cadaval y Adolfo Suárez Illana. Estas entrevistas fueron emitidas entre el 9 de septiembre y 4 de noviembre de 2015.

La metodología de trabajo se realizará bajo la técnica sociológica del estudio de caso, y para ello procederemos a un análisis del programa. Para ello hemos seguido como pauta teórica los principios de la pragmática, entendida esta como el estudio del modo en que el contexto influye en la interpretación del significado.

El contexto será, pues, la pieza clave para analizar la forma en que se presentan los contenidos. Dependiendo del contexto varía el significado del mensaje que se transmite, es por ello que tomaremos en consideración todos los factores extralingüísticos que determinan el uso del lenguaje: elementos infográficos, icónicos, interpretativos y musicales que acompañan a cada uno de los mensajes puestos en escena.

Para el análisis del programa en términos de formato, atenderemos a las características que Berrocal *et al.* (2014) identifican en el infoentretenimiento basándose en su narrativa, tratamiento, estructura y técnica empleada, a fin de detallar los diferentes elementos que componen el espacio como un ejemplo de hibridación de géneros en el contexto televisivo actual.

A nivel narrativo estudiaremos los aspectos relativos a:

- Descontextualización de la información. Las historias se abordan desde un punto de vista puntual y aislado, sin aportar los antecedentes.
- Personificación de las historias. Los temas tratados tienen una cara y una voz, de forma que los contenidos sociales se enfocan en historias particulares.

- Sentimentalismo del espectador. Se indaga en las historias particulares y en las experiencias de los protagonistas. Sus vidas privadas se vuelven de interés público.
- Dramatización de los contenidos. Las historias tienen una estructura ficcional, con planteamiento, nudo y desenlace. Es frecuente el uso de herramientas propias de la narrativa de ficción, como la serialidad, lanzando píldoras que adelantan informaciones espectaculares o llamativas; o los cruces entre dos tramas informativas diferentes, dejando una de ellas en suspenso.
- Humorismo de los temas. La clave humorística es la perspectiva a través de la cual se critican y se analizan los contenidos. La risa aparece en forma de sátira y burla, incorporando elementos irónicos y caricaturescos.
- Redacción y estilo. Huye de la expresión formal como modo de acercarse al espectador.

En cuanto al tratamiento, estableceremos el papel que desempeña el entrevistador como “coprotagonista”, si se implica en la noticia e incorpora su personalidad a través de sus gestos y comentarios, si se crea un proceso de identificación con el periodista-personaje.

A nivel temático veremos si al tratarse de un género híbrido que se adapta al contenido de actualidad, opta por temas de impacto e interés social como son los sucesos, las curiosidades, las celebridades, etc.

Por último, a nivel técnico analizaremos si se utilizan los siguientes recursos:

- Cámara al hombro. Ofrece mayor sensación de proximidad y una impresión más realista y dinámica, lo cual implica una exaltación de las emociones en el espectador.
- Conexión en directo. Búsqueda de la televisión en vivo y de incorporar la impresión de inmediatez.
- Función dramática de la música. Otorga al mensaje informativo ritmo y comicidad, potencia la emotividad y el humorismo.
- Efectos sonoros. La edición del sonido ambiente y de los efectos sonoros sirven para potenciar el impacto visual.
- Montaje. El ritmo suele ser rápido y dinámico para transmitir mayor tensión, llegando, incluso, a emular el estilo del videoclip. El recurso de edición a cámara lenta produce la dilatación temporal de la acción y sirve para destacar la importancia de las imágenes en el contexto de la narración. La cámara rápida incrementa efectos tales como la angustia o la comicidad.
- Primer Plano y Plano Detalle. Empleo de planos expresivos que subrayan la emotividad del individuo o revelan sus reacciones. El primerísimo primer plano sirve para enfatizar circunstancias anímicas o físicas, mientras que en el plano subjetivo la cámara asume el punto de vista de un personaje con el objetivo de hacer que el espectador experimente sus mismas sensaciones.

- Efectos de postproducción. Profusión de transiciones y efectos para conseguir piezas visualmente más atractivas. Es frecuente que se introduzcan rótulos que aportan una clave de interpretación a las imágenes y testimonios, y que, a menudo, sirven para extremarlos. Es también un recurso de postproducción la manipulación de las imágenes reales introduciendo elementos humorísticos o paródicos.
- Propaganda de contenidos. Avance de imágenes o contenidos del programa que después se demoran en su emisión postergando la recompensa como forma de generar expectación en el espectador.

3. Resultados

“En tu casa o en la mía” es un programa que apuesta por entrevistas con temática de carácter personal y donde el nivel del protagonismo del presentador es elevado, hasta el punto de que los temas hacen referencia tanto al ámbito personal y profesional de entrevistador y entrevistado.

Presentado por Bertín Osborne, y producido por *Promagna*, durante una hora permite conocer mejor a ambos protagonistas, ya que es frecuente que durante la conversación se intercambien los papeles.

Se trata de un formato innovador que sigue la estela de “Viajando con Chester” y que destaca por el escenario en el que se realiza, en casa del entrevistador o del entrevistado, donde ambos mantienen una charla relajada, calmada, sin estridencias y llena de camaradería, ya que la mayoría de los invitados son viejos conocidos del cantante.

Debido al éxito cosechado en su primera temporada, con índices de audiencia que llegaron al 20,5 de *share* (casi 4 millones de espectadores) con la entrevista a Los Morancos; el programa ha renovado 18 programas más, que se suman a la tanda inicial, y que cuenta con invitados como el presidente del Gobierno, Mariano Rajoy; el líder de la oposición, Pedro Sánchez, y artistas de primer nivel del mundo de la música o la interpretación como son Alejandro Sanz y Paco León.

En la actualidad, el formato ha sido adquirido por Mediaset, donde ya se han emitido una primera temporada de entrevistas de “Mi casa es la tuya”, nuevo nombre del programa.

3.1. Estructura

El eje troncal del formato es una conversación en la que se aborda todo tipo de cuestiones de interés para el espectador, tanto personales como profesionales.

La estructura de los nueve programas analizados es común y se ciñe al modelo de entrevista de personaje formulado por Moreno (2010: 61). Se articula en torno a una introducción, un desarrollo o cuerpo de la entrevista y un cierre a modo de epílogo, tres bloques que representan en sí mismos una unidad temática propia.

La introducción tiene una duración aproximada de minuto y medio y se inicia con la voz en off del presentador. La trama del programa, que a continuación reproducimos, sólo se plantea en el primero de los capítulos de este libro de entrevistas, emitido el 9 de septiembre de 2015.

“Mira que he conocido a gente de todo tipo y que he tenido ocasiones de preguntar lo que quise a casi cualquiera. Pero, aun así, siempre quedan cuestiones en el tintero, personajes a los que conocer o sobre los que profundizar, sean amigos o extraños, próximos o lejanos, afines o contrarios. Todos tenemos algo aún por contar. Por fin tengo la oportunidad de no quedarme nada sin preguntar, de abrir las puertas de mi casa a todo el que quiera pasar, o entrar en la de quien me quiera invitar. Hoy, por fin, ha llegado el gran día. Hoy comienza ‘En la tuya o en la mía’.

A través de esta introducción Bertín Osborne presenta al personaje que va a entrevistar. La pieza suele incluir en torno a 4 o 5 totales correspondientes a la entrevista y que se intercalan en la narración a modo de resumen de lo más interesante que ha aportado el entrevistado a lo largo de su discurso.

Esta estructura argumentativa se asemeja al cebo, término que designa a los vídeos que anuncian parte del contenido a través de las imágenes más impactantes, de las declaraciones más exclusivas y de las músicas más inquietantes. Mediante el cebo se pretende fidelizar a la audiencia desde el principio hasta el final de la emisión.

En el caso de la primera entrevista, correspondiente a Pablo Alborán, esta fue su introducción:

“Hoy viene a mi casa todo un fenómeno, un chaval que a sus 26 años ya ha vendido más de dos millones de discos, un chaval que comenzó cantando de bar en bar hasta ponerlos todos de bote en bote. Un chaval que arrasa con su voz y con su físico. ¿Quién iba a pensar que para consumir tuviera que emigrar?

(TOTAL 1)

Lo que no ha perdido ha sido el Norte, ni, que se sepa, los papeles. Al menos hasta hoy.

(TOTAL 2-CANCIÓN)

Probó con la Filosofía y con la Publicidad, pero lo suyo no era la universidad. Le interesaban las notas, pero no las que dan una calificación, sino las que resuenan en el corazón.

(TOTAL 3)

Qué injusta es la fama, la mía, me refiero. No estamos aquí para hablar de mí, sino de Pablo ¿Me vas a cantar o también a contar?

(TOTAL 4-CANCIÓN)

No, no, si yo te dejo que hables y que me cuentes, que para eso estás en mi casa, que hoy es la tuya”.

Tras la introducción encontramos la cabecera del programa y se produce la bienvenida al entrevistado. En ella, anfitrión e invitado se reencuentran con un par de amigos en la puerta de la casa y desarrollan una pequeña charla trivial hasta llegar al lugar dónde va a tener lugar la entrevista.

Por lo general, la entrevista se desarrolla en varios escenarios de la casa y se completa con momentos vividos por los protagonistas durante las horas compartidas: un almuerzo, la elaboración de una receta de cocina, la práctica de algún deporte, etc. El programa se enriquece con imágenes del álbum de fotos del invitado y/o del archivo de *TVE*, que sirven para ilustrar determinados momentos de la conversación, y también con breves intervenciones del entorno del invitado o de personas que contribuyen a que el espectador lo conozca en toda su dimensión.

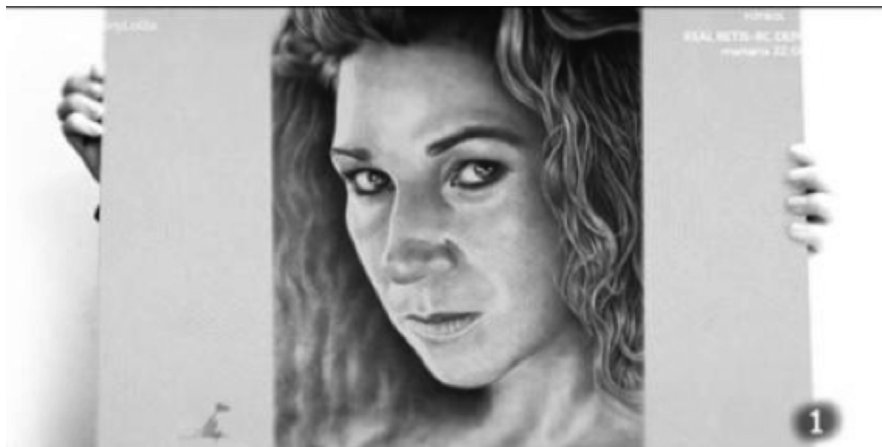
El cierre o epílogo tiene una duración de un minuto, en él, mediante el uso de la voz en off, Bertín Osborne hace un retrato, literal y metafórico, del personaje entrevistado. Siguiendo los preceptos de la entrevista de carácter, se realiza un resumen de los aspectos fundamentales de la personalidad del entrevistado, según se haya desprendido de la entrevista, al tiempo que se resaltan aquellos aspectos más significativos que se han obtenido. A continuación, reproducimos el epílogo de la entrevista de Lolita (Ver Imagen 1):

“Yo creía que lo sabía todo de mi anfitriona, pero me equivoqué, no tenía ni idea de que le debía 1.000 pesetas. Tampoco sospechaba que el brillo de sus ojos se lo hubiera regalado el llanto, ni que su cuello oliera a flores, a la más grande de las Flores, de la que ha heredado tanto.

Lo que no me ha quedado claro es si tuvo o no un amor con el torero de las Bellas Artes. Espero que no haya parecido un desacierto, pero es que, o le pregunto por Carmina o reviento.

Lola, Lolita, Elena, precioso ramillete de gitanillas que me dejan una sonrisa en la cara y, en el alma, dos certezas: que en esta casa viven las tres, y que yo siempre tendré la mía allí donde ellas vayan”.

Imagen 1. Retrato final de la entrevista a Lolita.



Fuente: En tu casa o en la mía (TVE)

Con el objetivo de aportar dinamismo al formato, cada entrevista introduce novedades que consiguen que el público continúe atento al programa, es el caso de la competición deportiva librada con Pablo Motos, la partida de billar de Jesulín de Ubrique y Los Morancos, o la demostración culinaria realizada por Carlos Herrera. De forma que al estilo de la entrevista magacín, los entrevistados muestran, más allá de sus palabras, a la persona que hay detrás del personaje, sus aptitudes creativas, sus aficiones y sus deseos más profundos.

3.2. *Narrativa*

El contenido de la entrevista se adapta a la actualidad, es por ello que a menudo opta por temas de impacto e interés social como son los sucesos, las anécdotas y las curiosidades de los entrevistados a fin de entretener y fomentar el espectáculo visual.

El programa utiliza las siguientes pautas narrativas:

- Muestra la intimidad cotidiana de los participantes en la entrevista.

No solo apela a mostrar la naturaleza humana y sus emociones, sino que también potencia el rol de la televisión como escaparate. Vemos al entrevistador darse una ducha, afeitarse, bajar al salón, salir a la puerta y recibir al invitado. Al no haber un plató, se crea una atmósfera calmada y amigable, un clima especial que crea la sensación de estar viendo algo diferente.

A través de esta fórmula se permite a la audiencia completar las aristas del perfil del entrevistado, ver cómo es cuando está en una situación cómoda, cómo se comporta en situaciones cotidianas, si es competitivo en el juego, divertido en su trato directo, etc.

- Falsa integración del espectador en la realidad televisiva.

El programa recurre a dos de los tres mitos simbólicos en torno a los que, según Gérard Imbert (2003), se construye la nueva televisión y que son: el mito de la transparencia y de la cercanía.

El mito de la transparencia es la sensación de falsa cotidianidad. Se trata de un simulacro de la realidad, pues la charla entre amigos está condicionada por las cámaras, el montaje, los operadores y un guion previo de preguntas. De forma que estamos ante una entrevista enmarcada dentro de la telerrealidad.

Por su parte, el mito de la cercanía permite recrear la intimidad, la familiaridad representada, estamos presenciando una charla entre amigos, parece que estuviéramos sentados con ellos, en el salón de su casa, cocinando, vemos el interior de un hogar a través de la mirilla que supone la televisión. En palabras de Imbert (2003: 208): “el encanto voyeurista de las imágenes complementan el atractivo que siente el público”, ya que crea en el espectador la sensación de estar disfrutando de comportamientos totalmente auténticos, de estar visualizando el mundo real.

Un claro ejemplo lo encontramos en la entrevista realizada a Los Morancos el 28 de octubre. De la mano de Jorge Cadaval y su marido Ken conocemos la finca sevillana de Bertín Osborne. Ambos actores nos invitan a un paseo por todos los rincones, prestando especial atención a la decoración, cuadros y fotografías que cubren las paredes de la casa del cantante. La intrusión en la intimidad es tal que, incluso, conocemos su vestidor (Ver Imagen 2).

Imagen 2. Los Morancos en el interior del vestidor de Bertín Osborne.



Fuente: En tu casa o en la mía (TVE)

- Apela a la fórmula del *reality show*.

Se trata de un formato híbrido que, como afirma García Martínez (2009), renegocia la relación entre la representación y su referente, se lleva al extremo la noción del simulacro y pone en marcha nuevas estructuras performativas.

En este sentido, invita al espectador a colarse en la casa de Bertín o del entrevistado y asistir a una charla entre amigos, activando la reacción más instintiva de las pasiones humanas, la curiosidad ante la posibilidad de ver situaciones reales desde la comodidad y desde el anonimato del sofá, conocer cada rincón de la casa de los famosos, cómo viven, dónde duermen, cómo es su cuarto de baño, etc.

Se rompen las barreras entre lo público y lo privado al renunciar a la intimidad de una conversación privada, esto facilita la empatía entre los protagonistas y los espectadores.

- Simulación de espontaneidad.

Parte del éxito del programa reside en la espontaneidad y campechanía del entrevistador, sin embargo, entre un 80 y un 90 por ciento de la entrevista está previsto y guionizado.

Según recoge Elidrissi, son cuatro los guionistas (dos hombres y dos mujeres) que escriben los prólogos, epílogos e, incluso, las entrevistas previas con el personaje y la gente de su entorno para crear un guion en el que se incluye el arranque, las

preguntas y el final, hasta el punto de que “se piensa no solo lo que pregunta Bertín, sino, a veces, la réplica de Bertín a lo que sabemos que va a contestar el entrevistado”¹.

- Personificación de las historias.

Los temas tratados tienen una cara y una voz, de forma que los contenidos se enfocan en las historias particulares del entrevistado, pero también del entrevistador, el cual se convierte en personaje en cada una de las entregas. Enseña su casa, su familia y habla de cualquier tema íntimo sin tapujos.

Ya desde el primer programa se hace una presentación completa de su familia, tratando temas tan personales como la enfermedad de su hijo Kike y hablando de la Fundación Bertín Osborne, dedicada a recaudar fondos para ofrecer tratamientos y terapias que permitan el desarrollo de las capacidades motoras, cognitivas y sensoriales de niños con daño cerebral (Ver Imagen 3).

Imagen 3. Bertín Osborne y su familia junto al cantante Pablo Alborán.



Fuente: En tu casa o en la mía (TVE)

También es frecuente que durante la entrevista se produzca un cambio de roles. Un claro ejemplo lo encontramos en la realizada a Mariló Montero, el 14 de octubre, la cual asume el papel de informadora durante algo más de 15 minutos, lo que nos permite conocer en profundidad a Bertín como personaje.

¹ “La espontaneidad de Bertín Osborne está escrita en el guion”. [Disponible en <http://www.elmundo.es/television/2016/03/16/56e86de7268e3ec6578b4687.html>]

Otra fórmula empleada en este sentido es la introducción de nuevos personajes dentro de la entrevista. Amigos y familiares vienen a enriquecer el perfil del entrevistado aportando su particular punto de vista y completando la biografía del mismo, de manera que es frecuente que la entrevista derive en una comida entre amigos, plagada de anécdotas y chascarrillos.

Así ocurre en cinco de las nueve entrevistas: Pablo Alborán, Jesulín de Ubrique, Lolita, Carlos Herrera y Los Morancos.

En la de Pablo Alborán, el personaje invitado es el cocinero malagueño, y amigo del artista, Dani García, encargado, además, de preparar la comida. En un segundo bloque, será la mujer de Bertín Osborne, Fabiola, quien se sume a la conversación mientras ambos toman un té moruno, llegando, incluso a adoptar el rol de entrevistadora. El programa se cierra con un último bloque en el jardín dónde la familia de Bertín está al completo y todos participan de una amena charla.

La entrevista a Jesulín de Ubrique cuenta con la presencia de la hija de Bertín, Alejandra, y del hermano del diestro, Víctor Janeiro (Ver Imagen 4).

Imagen 4. Charla distendida entre Jesulín, su hermano y Bertín Osborne.



Fuente: En tu casa o en la mía (TVE)

Por su parte, en casa de Lolita, Bertín aprovecha para entrevistar durante un rato a su hija, Elena Furiase, y, con posterioridad, mantener una charla a tres bandas.

Fabiola vuelve a sumarse como anfitriona y amiga en la entrevista con Carlos Herrera. Casi un tercio de la entrevista se desarrolla durante la comida y sobremesa que mantienen los tres en el jardín, donde, en torno a las viandas, se desarrolla una conversación repleta de anécdotas curiosas e historias desconocidas para la mayoría del público.

Por su parte, la entrevista de Los Morancos es la que un mayor número de personas reúne. Se trata de una entrevista doble, a cada uno de los hermanos, y, por tanto, cuenta con la presencia de Ken, el marido de Jorge Cadaval, y del hijo de César. Las entrevistas se desarrollan por separado y con la presencia de marido e hijo, respectivamente, para, al final de ambas, reunirse todos los presentes en una multitudinaria comida cargada de risas y buenos momentos más propia de encuentros privados de amigos y familiares.

- Sentimentalismo del espectador.

Se indaga en las historias particulares y en las experiencias de los protagonistas, de forma que sus vidas privadas se vuelven de interés público.

Al tratarse de personajes conocidos muchas de las anécdotas ya son de dominio público, no obstante, se afina en la búsqueda de ángulos desconocidos del protagonista, que haga revelaciones impactantes que solo le haría a un amigo, se charla de cosas, situaciones y personajes que son ajenos al espectador pero que pertenecen a ese espacio común que entrevistador y entrevistado tienen en su pasado.

Así, por ejemplo, conocemos que Bertín aún le debe 1.000 pesetas a Lolita de cuando ambos tenían 16 años y él necesitaba dinero para ir a ver a su novia o que Bertín ha frecuentado el círculo de Carmen Martínez Bordiú e Isabel Presley.

- Dramatización de los contenidos.

Las entrevistas están articuladas en torno a bloques temáticos que son introducidos mediante el uso de cortinillas elaboradas a base de fotografías pertenecientes al álbum privado del invitado, planos recursos de la entrevista y una cuidada selección musical.

Cada cortinilla hace de separador de bloques temáticos y, en ocasiones, funciona como píldoras que adelantan declaraciones espectaculares o llamativas, a fin de retener al espectador hasta el final del programa.

3.3. *Tratamiento*

Humor, sencillez y cercanía son las claves de “En tu casa o en la mía”, un programa que huye de la expresión formal como un modo de acercarse al espectador.

Se deja fluir la verdadera personalidad del entrevistador para darle al formato un cuidado aire de espontaneidad y captar la complicidad del telespectador. De forma que Bertín Osborne ocupa un papel relevante como “coprotagonista”, se implica en la entrevista e incorpora su personalidad a través de sus gestos y comentarios, de esta manera, se crea un proceso de identificación con el periodista-personaje, un proceso en el que son frecuentes expresiones coloquiales del tipo “tío, tú te acuerdas” o, incluso, lenguaje malsonante, como “coño, ese era...”, para referirse a algún conocido común.

3.4. Técnica

- Planos.

A nivel técnico cabe destacar el uso mayoritario del plano medio que encuadra a entrevistador y entrevistado, y el plano detalle para los momentos de respuestas tipo confesión, ya que se trata de un tipo de plano expresivo, que subraya la emotividad del individuo y que sirve para enfatizar las circunstancias anímicas del mismo.

Los planos generales quedan relegados a la bienvenida y despedida del entrevistado, así como al encuadre de los distintos bloques en los que se estructura la entrevista. Justo antes y después de las cortinillas separadoras se aprecia un plano general que nos ubica en el lugar de la casa en el que se va a desarrollar la entrevista, de manera que también nos permite conocer las distintas estancias de la residencia que cada semana sirve de improvisado plató.

La grabación del programa se realiza en plano secuencia. Según el realizador, Seli Martínez, se trata de una labor que describe como una “coreografía”, ya que desde que entra el invitado hasta que se va no dejan de grabar con el objetivo de que entrevistador y entrevistado no sean “muy conscientes de la presencia de las cámaras a fin de obtener un resultado más natural”².

- Propaganda de contenidos.

Desde la misma introducción se incluyen avances de imágenes o contenidos de la entrevista como forma de generar expectación en el espectador.

- Escenario como protagonista.

El escenario en el que discurre la entrevista se convierte también en protagonista, ya que contribuye a incrementar la sensación de intimidad, de estar asistiendo a un encuentro privado. El cambio de escenario permite agilizar visualmente el montaje, así como conocer la dimensión personal del personaje, ver cómo se comporta en situaciones de su día a día, si sabe cocinar o cómo de natural es en su relación con los niños del cantante, por ejemplo.

Los distintos ambientes también sirven como puntos de transición dentro de la conversación. En función del lugar de la casa en el que se encuentran, la charla versa sobre temas profesionales, personales u anécdotas que corresponden al ámbito más privado del entrevistado, pero también del entrevistador.

Este cambio de escenario también imprime mayor realismo y dinamismo a la conversación, aporta agilidad visual y sirve de acicate al espectador, que está deseoso de ver las distintas estancias de la vivienda.

² “La banda sonora de las charlas con Bertín”. [Disponible en http://cultura.elpais.com/cultura/2015/11/10/television/1447178685_932087.html]

Mientras que la entrevista a Pablo Alborán se desarrolla en cuatro escenarios: el salón, la cocina, un pequeño saloncito donde toman el té y el jardín de la casa; la de Adolfo Suárez Illana transcurre principalmente en el salón, sin embargo, hasta en tres ocasiones se incluyen planos relativos a la charla mantenida en la cocina mientras ambos han tomado café. Lo mismo ocurre con Carmen Martínez Bordiú, con la diferencia de que, en esta ocasión, podemos conocer de la mano de nuestra anfitriona las principales estancias de la vivienda, así como las fotografías y objetos a los que tiene más cariño.

Una estructura similar encontramos en las entrevistas de Lolita y Pablo Motos. La primera discurre en el porche de la vivienda, el salón y la terraza, lugar donde se produce la entrevista a su hija. En el caso del presentador de Antena 3, la charla discurre en la cocina y en el jardín, donde Osborne y Motos realizan una divertida competición deportiva (Ver Imagen 5).

Imagen 5. Competición deportiva entre Bertín Osborne y Pablo Motos.



Fuente: En tu casa o en la mía (TVE)

Gracias a las entrevistas a Mariló Montero y Carlos Herrera conocemos la planta alta de la vivienda de Bertín Osborne. Si bien la primera discurre principalmente en el salón, en un momento determinado Bertín ejerce de anfitrión y le muestra su propio dormitorio, donde se desarrolla parte de la entrevista para, con posterioridad, terminar la charla en el jardín.

Por su parte, el encuentro con Carlos Herrera discurre en el salón y la cocina, donde incluso prepara un plato almeriense. A mitad de entrevista, Fabiola toma el relevo como entrevistadora, la charla entre ambos se desarrolla en su propio dormitorio y en el de sus hijos (Ver Imagen 6). La última parte del programa transcurre, como ya hemos comentado, con un almuerzo en el jardín.

Imagen 6. Fabiola entrevista a Carlos Herrera.



Fuente: En tu casa o en la mía (TVE)

Más dinámicas resultan las entrevistas a Jesulín de Ubrique y Los Morancos. La primera se desarrolla de forma simultánea en las fincas de Bertín Osborne y “Ambiciones”, los escenarios principales son el jardín exterior de la finca de Bertín, el exterior de “Ambiciones”, las cuadras de Bertín, el campo de “Ambiciones” y, por último, la sala de billar de la finca sevillana de Bertín.

Por su parte, la de Los Morancos, realizada en la finca que el presentador tiene en Sevilla, se desarrolla principalmente en uno de los salones interiores, en el comedor donde se reúnen todos para almorzar y en la sala de billar. Sin embargo, como ya hemos comentado, gracias a la visita falsamente improvisada por Jorge Cadaval y su marido conocemos todos y cada uno de los rincones de la finca, incluido el baño, dormitorios y el propio vestidor del cantante (Ver Imagen 7).

Imagen 7. El presentador jugando al billar con Los Morancos.



Fuente: En tu casa o en la mía (TVE)

- Música

La música juega un papel importante dentro de este programa, ya que posee una incuestionable función dramática al otorgar ritmo y potenciar la emotividad de las imágenes que conforman las cortinillas. Además, sirve para amenizar las transiciones de bloque.

Para la introducción y el epílogo se opta por el tema “The Echo & The Shadow”, del grupo *The Well Pennies*, mientras que para los colchones se elige una música suave de acompañamiento a planos más lentos, es por ello que se opta por *cover*, versiones de canciones que, en ocasiones, son mejores que los originales.

Si el entrevistado es músico, como en el caso de Pablo Alborán, se recurre al directo en la interpretación de sus temas más conocidos. El equipo de producción se encarga de que en el improvisado plató haya desde un piano de cola hasta una guitarra para que Pablo Motos nos demuestre sus dotes musicales.

- Postproducción

El programa cuenta con una cuidada postproducción. Se trata de un montaje de ritmo lento, pausado, que permite destacar la importancia de las imágenes en el contexto de la narración.

Es frecuente que se introduzcan rótulos que aportan una clave de interpretación a los testimonios. En este sentido, sirven para que el espectador sepa quién es el personaje del que ambos están hablando o para contextualizar un determinado hecho.

Por lo general, los rótulos aparecen en la zona inferior de la pantalla, sobre trama blanca, tienen una extensión máxima de dos líneas, y el texto en negro y versales (Ver Imagen 8).

Imagen 8. Ejemplo de rótulo informativo sobreimpreso.



Fuente: En tu casa o en la mía (TVE)

En los nueve programas analizados solo en una ocasión ha aparecido otro tipo de rótulos. Se trata de la entrevista a Adolfo Suárez Illana y aparecen sobreimpresos en un mueble de color gris pizarra que hay justo detrás del sofá donde se está desarrollando la entrevista. Son pequeños titulares, de tres o cuatro palabras máximo, que contextualizan la temática del bloque que se inicia (Ver Imagen 9).

Imagen 9. Ejemplo de rótulo contextualizador temático.



Fuente: En tu casa o en la mía (TVE)

Para enriquecer la entrevista también se recurre a la introducción de piezas mediante el uso de la tableta o de la televisión (en el caso de la entrevista a Suárez Illana). Son vídeos relacionados con la vida, familia o trayectoria profesional del entrevistado y que dan pie a preguntas concretas sobre aspectos de interés sobre el personaje.

Así, en la entrevista de Carlos Herrera se recurre a este formato para recordar cómo se dio la noticia en *TVE* del intento de atentado por parte de la banda terrorista ETA; en el caso de Lolita, se proyectan momentos de su boda y de su madre, Lola Flores, diciéndole a la muchedumbre que había acudido a la puerta de la iglesia la famosa frase de “Si me queréis, irse”; y en la entrevista a Pablo Alborán sirve para proyectar una de sus primeras actuaciones (Ver imagen 10).

Imagen 10. Pablo Alborán actuando en los bares antes de hacerse famoso.



Fuente: En tu casa o en la mía (TVE)

La tableta también es el formato elegido para intercalar un total con las declaraciones de personajes famosos que guardan relación con el entrevistado y que vienen a corroborar, ampliar o enriquecer, algunas de sus declaraciones y anécdotas. Este recurso se incorpora a partir del tercer programa (Ver Imagen 11).

Imagen 11. Luis del Olmo hablando sobre los inicios de Pablo Motos.



Fuente: En tu casa o en la mía (TVE)

Así pues, Antonio Carmona y Juan y Medio son los invitados virtuales a la entrevista de Lolita; Julia Otero, Baltasar Montaner y Luis del Olmo rememoraron los inicios radiofónicos de Pablo Motos; Boris Izaguirre y José Apezarena completaron la historia de Carmen Martínez Bordiú; José Manuel Soto, Jesús Vázquez y Maite Cadaval aportaron su punto de vista a la entrevista de Los Morancos, mientras de Alfonso Guerra y Manuel Pérez Barriopedro recordaron a Adolfo Suárez, entre otros.

4. Conclusiones

El programa plantea una serie de innovaciones orientadas a la espectacularización de la información que favorece la disolución de las fronteras clásicas entre géneros, lo que provoca un cambio en el discurso televisivo más orientado a la hibridación entre información y entretenimiento.

“En tu casa o en la mía” es un programa que apuesta por entrevistas con temática de carácter personal y donde el nivel del protagonismo del presentador es elevado, hasta el punto de que los temas hacen referencia tanto al ámbito personal y profesional de entrevistador y entrevistado, y donde es frecuente el intercambio de roles.

Humor, sencillez y cercanía son las claves de “En tu casa o en la mía”, un programa que deja fluir la verdadera personalidad del entrevistador para darle al formato un cuidado aire de espontaneidad y captar la complicidad del telespectador. Para ello se potencia el papel de coprotagonista del presentador que, a través de sus gestos y comentarios, genera un proceso de identificación con el periodista-personaje.

A nivel narrativo el programa fortalece el rol de la televisión como escaparate, y para ello se recurre a una falsa cotidianeidad en la que se recrea la intimidad de una charla entre amigos para que el espectador tenga la sensación de estar disfrutando de comportamientos totalmente auténticos, de estar visualizando el mundo real.

Mediante la fórmula del *reality show* se rompen las barreras entre lo público y lo privado, de manera que se renuncia a la intimidad de una conversación privada, lo que facilita la empatía entre los protagonistas y los espectadores.

A nivel técnico también se identifican elementos comunes al infoentretenimiento como son el uso del plano detalle para subrayar la emotividad del entrevistado y enfatizar sus circunstancias anímicas, la inclusión de avances de imágenes o contenidos de la entrevista, como forma de generar expectación en el espectador; y una cuidada selección musical de inquestionable valor dramático, ya que potencia la emotividad de las imágenes que conforman las cortinillas, al tiempo que ameniza las transiciones de bloque.

A nivel de postproducción destaca un montaje de ritmo lento, pausado, que permite enfatizar la importancia de las imágenes en el contexto de la narración y que recurre al uso de las nuevas tecnologías para la inclusión de totales que permiten conocer en mayor profundidad al personaje.

En definitiva, se trata de un formato innovador que sigue la estela de 'Viajando con Chester' y cuya principal diferencia reside en que la entrevista se desarrolla en varios escenarios de la casa (del presentador o el invitado), lo que imprime mayor realismo y dinamismo a la conversación, al tiempo que aporta agilidad visual y sirve de acicate al espectador, que está deseoso de ver las distintas estancias de la vivienda.

La conversación también se completa con un almuerzo, la elaboración de una receta de cocina, la práctica de algún deporte, etc., construyendo una fórmula cercana al *reality show* que permite a la audiencia completar las aristas del perfil del entrevistado, ver cómo es cuando está en una situación cómoda, cómo se comporta en situaciones cotidianas, si es competitivo en el juego o divertido en su trato.

Esta combinación permite la construcción de una experiencia visual que deja satisfecho al espectador, como demuestran sus índices de audiencia, ya que conjuga la experiencia voyeurista de asistir a la intimidad ajena con la posibilidad de ejercer la reflexión y el espíritu crítico.

Pese a tratarse de un programa orientado al entretenimiento del espectador, "En tu casa o en la mía" está claramente orientado a la información, de manera que el uso de un enfoque y estética diferente facilita que el género de la entrevista en televisión esté cobrando un nuevo impulso, hasta el punto de batir récord de audiencia y disputarle la plaza a consolidados realities o series de ficción nacionales.

5. Referencias bibliográficas

- Berrocal, S. et al. (2014): “La presencia del infoentretenimiento en los canales generalistas de la TDT española”, *Revista Latina de Comunicación Social*, n.69, pp. 85-103.
- Bobo, M. (2005): “La función social de los medios y la situación actual de la televisión en España”, *Comunicar*, n.25, pp. 2-12.
- Casetti, F y Odin, R. (1997): *Análisis de la televisión. Instrumentos, métodos y prácticas universitarias*. Barcelona: Paidós.
- Cebrián, M. (1992): *Géneros informativos audiovisuales. Radio, televisión, periodismo gráfico, cine, vídeo*. Madrid: Editorial Ciencia 3.
- Fernández Torres, M. (2005): “La influencia de la televisión en los hábitos de consumo del telespectador: dictamen de las asociaciones de telespectadores”, *Comunicar*, n. 25. [Disponible en: <http://www.revistacomunicar.com/verpdf.php?numero=25&articulo=25-2005-083>]
- Gallego, C; Gutiérrez, B. y Rodríguez, I. (2010): “La fragmentación, la retroalimentación y la hibridación como nuevas estrategias en la circulación de contenidos televisivos en los formatos de la crónica rosa. Estudio de Caso ‘Aquí hay Tomate’”, en AA.VV.: *Comunicación y Desarrollo en la Era Digital*. Málaga: Universidad de Málaga.
- García, J. A. (2004): *Distorsiones de la realidad en la neotelevisión. El pseudoperiodismo satírico y el periodismo de entretenimiento como subgéneros del infoshow*. Madrid: Edipo.
- García Horcajo, M. (2011): “Estrategias de hibridación en telerrealidad en programas de televisiones generalistas”, *Quaderns del CAC*, n. 36, vol. XIV (1), pp. 43-48.
- García Martínez, A. (2009): “La hibridación de lo real: simulacro y performatividad en la era de la postelerrealidad”, *Anàlisi*, n. 38, pp. 237-251.
- Gordillo, I. (2009): *Manual de narrativa televisiva*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Gordillo, I. y Ramírez, A. (2014): “Modelos de tele-realidad: nomenclaturas actualizadas del hipergénero docudramático”, *Anuario ININCO*, n. 25.
- Scolari, C. (2009): “Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production”, *International Journal of Communication*, n. 3, pp. 586-606.
- Imbert, G. (2003): *El zoo visual. De la televisión espectacular a la televisión especular*. Barcelona: Gedisa.
- Kantarmedia (2015). “Boletín de audiencias 2015”. [Disponible en: <http://www.kantarmedia.com/es/soluciones/medicion-de-audiencias/television-y-video>] [Consultado el: 05/02/2016]
- Lázaro Carreter, F. (1998): *El dardo en la palabra*. Barcelona: Galaxia Gutenberg / Círculo de lectores

Luzón, V. y Ferrer, I. (2008): "Espectáculo informativo en noticias de sociedad: el caso de Madeleine McCann", *Trípodos*, n. 22, pp. 137-148.

Martínez Albertos, J. L. (1977): *El Mensaje informativo (Periodismo en radio, cine y televisión)*. Barcelona: ATE

Moreno, P. (2010): *Escribir periodismo*. Madrid: Fragua Comunicación.

- (2003): "El periodismo informativo en televisión: lenguaje, género y estilo", *Estudios sobre el mensaje periodístico*, n. 9, pp. 269-280.

Orza, G. (2002): *Programación televisiva. Un modelo de análisis instrumental*. Buenos Aires: La cruzía ediciones.

Prado, E. (1999): "El fenómeno del Infoshow: la realidad está ahí afuera", *Área Cinco*, n. 6, pp. 197-210. [Disponible en: www.dialogosfelafacs.net/dialogos_epoca/pdf/41-08AlejandroPiscitelli.pdf]

Riera, L. (2015): *La entrevista televisiva híbrida, ¿infoshow o infoentretenimiento?* Barcelona: UAB.

Torán, E. (1982): *La información en TV*. Barcelona: Mitre.