

¿Calidad en la comunicación informativa como espectáculo? Información y sátira en el fenómeno del infoentretenimiento televisivo: el caso de *El intermedio*

Natalia Meléndez Malavé. Universidad de Málaga
XV Congreso AHC, Oporto, 2017

Antecedentes

- ▶ Infoentretenimiento (estudiado desde finales de los 80). Fenómeno en el que las noticias de actualidad y el entretenimiento dejan de ser entidades separadas en la programación televisiva para converger en productos híbridos (Salgado Losada, 2010).
- ▶ La revisión bibliográfica plantea ciertos problemas terminológicos y a la hora de distinguir los diferentes tipos de formatos televisivos que pueden ser catalogados como de infoentretenimiento:
- ▶ 3 corrientes paralelas (Berrocal et al., 2014).
 - ▶ 1. Incorporación de noticias menores (*soft news*) dentro de los informativos tradicionales.
 - ▶ 2. Abordaje de asuntos de información seria dentro de programas y formatos que priorizan el entretenimiento o distracción de la audiencia.
 - ▶ 3. Programas que parodian la actualidad informativa.
 - ▶ A su vez, dentro de estos: *infoshow* (García Jiménez, 2000), *infosátira* (Valhondo 2007) y *parodia informativa* (Méndez, 2014).



Objeto

- ▶ La propuesta parte de la premisa de que formatos de infoentretenimiento pueden albergar una calidad informativa que acerque a las audiencias a cuestiones complejas ayudándose del humor.
- ▶ Nos proponemos demostrarlo a partir de un recorrido por contenidos televisivos históricos célebres por su calidad y que presentaban esta combinación paródica de información y sátira. Finalmente, desembocaremos en el caso concreto del programa de La Sexta *El Intermedio*.
- ▶ Presentación de resultados de investigaciones sobre *El Intermedio* y parte de la investigación en curso con responsables del programa.



Información y sátira en TV. Precedentes

That was the week that was (BBC, 1962-1964)

Have I got news for you (BBC, 1990-)

Spitting Image (ITV, 1984-1990)

Les Guignols de l'Info (Canal +, 1988-)

The Daily Show (Comedy Central, 1996-)

The Colbert Report (Comedy Central, 2005-2015)

Last week tonight with John Oliver (HBO, 2014)

United Shades of America de W. Kamau Bell (CNN, 2016-)

Las noticias del Guiñol (Canal+, Cuatro, 1995-2005)

El Informal (Telecinco, 1998-2005)

Caiga Quien Caiga (Telecinco, 1996-2002 y 2005-2008. La Sexta, 2008, Cuatro, 2010)



El Intermedio



Globomedia (La Sexta, 30 de marzo de 2006). Desde inicio emisiones de la cadena.

Programa semanal de dos horas de duración pero pronto se dividió en cuatro ediciones de treinta minutos repartidas de lunes a jueves en *access-prime time*.

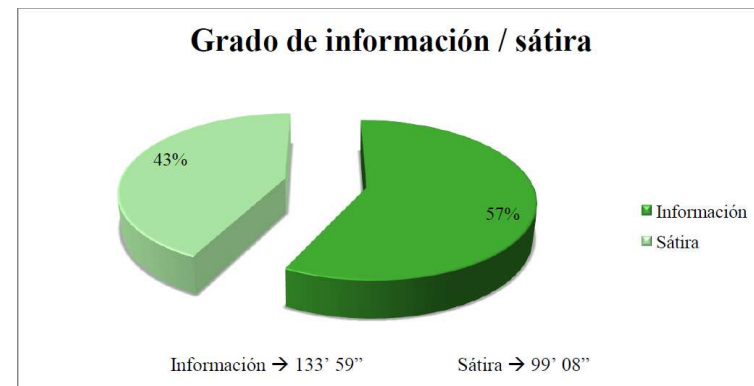
Secciones eminentemente informativas (A lo Gonzo, entrevistas) y otras de carácter absolutamente informativo; híbrido: Repaso a los medios, Dani Mateo, El Pico de la Mesa, Thais Villas; plenamente humorísticas: vídeos manipulados de Querido Antonio.

Gran aceptación de audiencia y crítica, programa premiado.

Dos investigaciones sobre *El Intermedio*

- ▶ “La eficacia del humor en el mensaje informativo audiovisual. Una investigación experimental” (Víctor Gutiérrez Benítez, 2015).
- ▶ Comparación de la recepción de un mismo tema tratado en *El Intermedio* y en Informe Semanal (se usó cuestionario individual y grupo de discusión).
- ▶ *Humor como elemento favorable para que sectores de la población reacios a los medios informativos convencionales puedan estar informados de la actualidad. Los niveles de atención de los telespectadores aumentan significativamente.*
- ▶ *Si la recepción del mensaje sigue un proceso: atención, asimilación y memorización. El humor parece contribuir a la mejora de cada una de las partes, al menos de forma demostrada en las dos primeras, por lo que podremos concluir que el humor aplicado a la información favorece el recuerdo de los mensajes.*
- ▶ *No obstante también hubo resultados que indicaban que: puede conllevar una mala interpretación de la información, puede desvirtuar la importancia del contenido de los mensajes.*

- ▶ “Información y sátira en televisión: *El intermedio*” (Ángela María Romero Guerrero y Gloria Villanueva Rengel, 2014)
- ▶ Para seleccionar la muestra se llevó a cabo el visionado de los vídeos correspondientes a los cuatro programas con más audiencia.
- ▶ **El porcentaje de información superaba al satírico.**



- ▶ La adopción de un perfil más informativo ayuda a mejorar los índices de audiencia (por ejemplo incluyendo entrevistas en plató).

Cuestionario a responsables de El Intermedio

- ▶ Miguel Sánchez-Romero (creador y director 2006-2016)
- ▶ Carmen Aguilera (actual directora)
- ▶ Sergio Sarria (guionista y coordinador de guion 2006-2017)



- ▶ Criterios predominantes a la hora de escoger los temas y el enfoque
 - ▶ *“Al no ser un programa informativo, podíamos personalizar el criterio a la hora de seleccionar los temas a tratar. A diferencia del informativo tradicional donde, a modo de inventario, se cuenta, o se pretende contar, todo lo que ha ocurrido en el día. Nosotros nos centramos en los seis o siete temas que considerábamos de interés. Eso nos permitía también dedicar a cada uno de ellos un mayor tiempo y de esta forma tratarlo más ampliamente en la intención de aportar cierto contexto en cada asunto.”*
- ▶ Estándares de documentación/comprobación de datos y fuentes
 - ▶ *“Si la información no estaba bien contrastada o era inexacta se podía volver en contra nuestra. Respecto a la documentación me parece fundamental no sólo para poder añadir contexto sino a su vez como herramienta creativa a la hora de orquestar posibles derivadas de un tema que contribuyan a enriquecer la forma de tratarlo”.*
- ▶ Lista de aspectos preeminentes dentro de las buenas prácticas informativas: **integridad**, precisión, concisión, rapidez en la revelación de hechos, autoridad de la fuente, profundidad de la cobertura, variedad de contenido, reflejo de los intereses de la mayoría del público, fluidez y comprensión del mensaje, objetividad (Bogart, 2004).



Conclusiones

- ▶ En efecto, un programa de infoentretenimiento puede alcanzar estándares de calidad informativa que, combinados con recursos de entretenimiento, resulten atractivos para las audiencias.
- ▶ Permanencia en antena (fidelidad de la audiencia, confianza de las cadenas), premios y crítica así lo avalan. De hecho, respetar dichos criterios periodísticos está en la intención de sus artífices.
- ▶ El debate subsiguiente es:
 - ▶ 1. Cómo afecta esto a la manera de informarse del público.
 - ▶ 2. Cómo afecta a la producción de programas exclusivamente informativos (contaminación o imitación).

