

LA COLORIMETRÍA CINEMATOGRAFICA APLICADA A LOS NUEVOS FORMATOS PERIODÍSTICOS TELEVISIVOS:

**EL CASO DEL PROGRAMA
ESPAÑOL LO DE ÉVOLE**

ALMUDENA BARRIENTOS-BÁEZ

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID (SPAIN)

DAVID CALDEVILLA-

DOMÍNGUEZ

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID (SPAIN)

MANUEL BLANCO-PÉREZ

UNIVERSIDAD DE SEVILLA (SPAIN)

**CINEMATOGRAPHIC COLORIMETRY APPLIED TO NEW
TELEVISION JOURNALISTIC FORMATS: THE CASE OF
THE SPANISH PROGRAM LO DE ÉVOLE**

Almudena Barrientos-Baez is a Professor at the Faculty of Information Sciences of the Complutense University of Madrid. She is the former director of the Enabling Master's Degree in Teacher Training at the European University. Master in Protocol Management and Master in Tourist Accommodation Management. Degree in Tourism and Teaching. <https://orcid.org/0000-0001-9913-3353>

David Caldevilla-Dominguez. Degree and Doctor in Information Sciences (Audiovisual Communication from the U. Complutense). Diploma in Teaching (U. of Zaragoza). Professor at the Faculty of Information Sciences of the UCM. Professor at: U. Complutense, U. Europea de Madrid, IED, ESERP and IPAM (Oporto - Portugal). <https://orcid.org/0000-0002-9850-1350>

Manuel Blanco-Perez. Degree in Hispanic Philology. Doctor of Communication. Graphic journalist since 2005. Master in Social Economy and Master in Communication and Culture. He is a professor of the Dto. of Journalism II of the University of Seville (Spain). <http://orcid.org/0000-0003-1159-4679>

Acknowledgements

This text is born within the framework of a CONCILIUM project (931.791) of the Complutense University of Madrid, "Validation of models of neurocommunication, business, social networks and gender".

Corresponding Author

Manuel Blanco-Pérez
mblancoperez@us.es
Despachar H4
Disco. de Jornalismo II
Faculdade de Comunicação
Universidad de Sevilla
Avda. Américo Vespucio sn
Ilha da Cartuja
Sevilha - Spain

Paper submitted: 4th July 2021

Accepted for publication: 18th April 2022

Published online: 13th December 2022

Resumen

Con la irrupción de las multipantallas que ha supuesto la era Netflix, buena parte de las viejas fórmulas visuales, en especial las televisivas y reporteriles, han quedado desfasadas. Ello es especialmente observable en los formatos televisivos fuertemente vinculados al periodismo reporteril, como Españoles por el mundo, Callejeros viajeros y otros. En los últimos años ya se percibía una tendencia de adaptación de los códigos cinematográficos a los productos televisivos, pero la pandemia de la Covid-19 y la prohibición de exhibición en sala en los cines de todo el mundo, ha precipitado un cambio de modelo de consumo. Este artículo presenta una investigación sobre un elemento nuclear: la colorimetría cinematográfica utilizada en programas periodísticos de televisión, en concreto, a uno de los programas periodísticos más vistos de la televisión española: Lo de Évole.

Palabras clave: Cinematografía, Colorimetría, Periodismo, Televisión, Formato Audiovisual.

Abstract

With the irruption of multi-screens that the Netflix era has brought about, a good part of the old visual formulas, especially television and reporter ones, have become outdated. This is especially observable in television formats strongly linked to reporter journalism, such as Spaniards around the world, Street travelers and others. In recent years, a trend of adaptation of cinematographic codes to television products has already been perceived, but the Covid-19 pandemic and the ban on theatrical exhibition in cinemas around the world has precipitated a change in the model of consumption. This article presents an investigation on a nuclear element: the cinematographic colorimetry used in journalistic television programs, specifically, one of the most watched journalistic programs on Spanish television: Lo de Évole.

Keywords: Cinematography, Colorimetry, Journalism, Television, Audiovisual format.

Introducción

Este trabajo parte de la necesidad de adaptar ciertos enfoques teóricos que aborden, desde la praxis comunicativa, la sutileza del uso de colorimetría en la comunicación audiovisual del periodismo y cómo, en función de ciertos intereses, esos colores, que siempre tienen implicaciones psicológicas, construyen un relato, o matizan el principal -si se quiere-, afectando a la percepción por parte del espectador final. Esa estetización, está suponiendo una desviación del plano meramente expositivo de esos productos periodísticos y, por tanto, un viraje hacia otra concepción más estética, más cinematográfica. Ello requiere una profunda reflexión académica puesto que, si el cine es arte (el llamado "séptimo arte"), tiene, además de todas las implicaciones que se queiran, una premisa inicial: la de buscar la belleza y la estética en la comunicación de su propuesta. Pero, al adoptar ese código humanista (cinematográfico y artístico), al audiovisual periodístico, surgen ciertas reflexiones que tienen que ver con las implicaciones en el código deontológico. Es decir: que los productos periodísticos de la esfera televisiva en la era de las multipantallas, pudiendo ser estéticos, han de ser, ante todo, productos asociados a un código deontológico profesional férreo: donde consideraciones estéticas han de ir, por fuerza, subyugadas al compromiso ético de cada periodista. Este trabajo pretende reflexionar sobre ello analizando uno de los aspectos más sutiles: la colorimetría (o etalonaje, en el argot analógico).

El color, como la música, llega por un atajo hasta nuestros sentidos y sentimientos. La Iglesia comprendió esto en la Edad Media y así mismo los grandes maestros de la pintura; también lo han comprendido propagandistas, anunciantes y diseñadores. No en balde los filósofos y los lingüistas gustan tanto de discutir acerca del color: este los tienta, los provoca y los elude, al tiempo que promete maravillas y profundos secretos. (Ball, 2020, p. 7)

Más allá del uso del color en las Bellas Artes, y centrándonos en la literatura científica sobre el cine, es preciso aclarar algunas cosas. En primer lugar, es necesario recalcar que, si bien el límite entre el cine de ficción y el documental siempre ha sido extraordinariamente débil (Barnouw, 2011), eso, de por sí observable en la historia del cine es, sin embargo, un signo identitario de algunos de los nuevos formatos audiovisuales actuales, una hibridación de lenguajes que obliga a ciertas reformulaciones (Carrera & Talens, 2018). Además, es también importante no perder de vista que los productos televisivos periodísticos en televisión en España, en especial los reporteriles, gozaron de buena salud entre la década del 2005 al 2015, con espacios televisivos tan reconocibles como *Callejeros Viajeros* (Cuatro, 2009-2013), *Españoles por el mundo* (Rtve, 2009-actualmente) y otros, que obtuvieron cuotas de pantalla nada desdeñables. Sin embargo, y pese a todo ello, empieza a notarse cierto cansancio en la fórmula a mitad de la década de los 2010, y eso se traduce y trasluce en el share, y en cómo a través de las reformulaciones se tratan de recodificar espacios tradicionalmente periodísticos en lo fotográfico y televisivo (Blanco Pérez y Parejo, 2021). Al tiempo que, por herencia de la industria del cine, comienzan a aplicarse ciertos códigos audiovisuales cinematográficos en los formatos televisivos, que han modernizado el lenguaje periodístico: hablamos del uso de raíles, tomas aéreas de drone, planos diafragmados, estabilizadores mecánicos y también, como veremos, el uso (y abuso, en algún caso), del colorismo (o etalonaje).

Esa evolución visual es especialmente constatable en el trabajo del periodista español más mediático de la actualidad: el catalán Jordi Évole, quien en la primera temporada de su programa *Salvados* (2008), sigue la misma fórmula que ya habían probado con éxito los otros formatos de programa basado en una visión del periodismo de formato ligero, reporteril de cámara al hombro, sonido directo y donde la improvisación del presentador juega un papel fundamental pues la trama, es decir, la narración misma del formato no es otro

que el propio periodista recorriendo lugares y entrevistando a lugareños con los que se topa, en virtud de algún evento con cierta percha informativa que llamaba su atención (noticias sobre la frontera mexicana y americana, o sobre huelgas en fábricas españolas, etc.).

Ahora bien, en torno al año 2015, *Salvados* adopta unos códigos visuales cinematográficos que le confieren al espacio un salto de calidad indiscutible en lo visual. De entre todos ellos, la colorimetría es el recurso más sutil de los aspectos cinematográficos. Las dominantes de color de un producto audiovisual poseen inherentes valores que lo vinculan psicológicamente a sentimientos y estados de ánimo (Heller, 2004). No se trata de un elemento tan básico como la dirección de fotografía o el sonido extradiegético, el uso de una grúa o un rail, o los planos de drone, sino que es una rama sutil, que acompaña dichas dominantes de color, además, con una iluminación muy estudiada. Así como los colores azulados connotan frío y calma y los colores rojizos connotan, como veremos, acción y calidez, los colores tierra del virado del programa *Lo de Évole* connotan cierto naturalismo, cierta crudeza que lo aleja de los colores y ambientes nobles y elevados y lo acerca, por tanto, a lo terrenal del suelo, al barro primigenio, dotándolo de una solemnidad mundana tan alejada de lo noble como estético en sí mismo. Esta cercanía en la manera de hacer periodismo, ya la definió en 2013 Caldevilla Domínguez como "periodismo de proximidad", que:

Si bien para los medios nacionales funciona bastante bien (bitácoras, foros de opinión, Redes sociales, comunidades sociales...) para los medios locales aún no se han sentado unas bases de segmentación popular lo suficientemente sólidas para animar la participación de los ciudadanos de los medios virtuales locales que les rodean. (2013, p. 174)

En cambio, los programas televisivos de *Évole* sí tratan lo local desde una mirada global, siendo este uno de los argumentos de su éxito. Y una de las razones del gran share que sus emisiones cosechan¹. Analizaremos la primera temporada del último formato del periodista catalán: *Lo de Évole* (2020-actualmente).

Estado de la cuestión

Televisión, Cine y Teoría del Color

Es obvio que las fronteras entre la ficción y el documental son, desde el propio inicio del cine, francamente difusas: baste con ver *Nanook el esquimal* (Flaherty, 1922), la primera película documental de la historia del cine y su forma antropológica de recoger la realidad, para comprobar que el cine "siempre han preferido presentarse más como un dispositivo fabulador que como una máquina óptica" (Casetti & Di Chio, 1998, p. 173). A día de hoy, tenemos el actual revulsivo en el sector audiovisual que han supuesto las plataformas digitales (sobre todo Netflix, pero también HBO, Movistar+, Amazon Prime, etc.). Todas ellas han contribuido a:

La visión fragmentada, líquida –si se quiere– del cine en nuestro contexto digital, hace que el relato fílmico despliegue sus mecanismos, en tanto simulacro, para posibilitar la construcción de su propia realidad, así como las condiciones y requisitos específicos en que se ofrece que, a la postre, van a determinar su aceptación por parte del espectador y el emplazamiento de este último dentro del propio proceso de la simulación (Blanco Pérez, 2021, p. 47).

Ese concepto de *simulacro*, entronca con la noción de edificación (o *arquitecturización*) de una propuesta visual híbrida

1 Redacción: "La primera parte de 'Lo de Évole' (15,4%) con Miguel Bosé, se salda con récord histórico y lo más visto en el día en televisión. *Eldiario.es*. Noticia del 12 de abril de 2021. Rescatable en: https://vertele.eldiario.es/audiencias-tv/audiencias-tv-domingo-11-abril-2021-la-primera-parte-lode-evole-miguel-bose-record-historico-mas-visto-dia_1_7806531.html

y alambicada en diferentes espacios fílmicos: buena parte del cine actual mainstream bebe de una concepción clásica de lo visual (Blanco Pérez, 2022) y empieza también a filtrarse en los discursos televisivos: ello supone acercarse al hecho fílmico, y muy específicamente, al documental, bajo la premisa de veridicción de lo narrado. Esa fórmula, presente desde los inicios del cine, a caballo entre lo real y lo reconstruido, también ha servido para vertebrar nuevas hibridaciones fílmicas en el nuevo contexto actual de lo digital y las multipantallas. En todos ellos será donde la colorimetría se ha vuelto un elemento compositivo de primer orden expresivo (Tello, 2018). Porque, si bien su uso es previo incluso a la llegada del rollo fotoquímico a color, y habitual en el Hollywood de los estudios, nunca se había usado, hasta la fecha, la colorimetría para aplicarla a contenidos netamente periodísticos televisivos pensados, por tanto, para el medio generalista televisivo lineal.

La teoría del color es planteada por primera vez, desde el arte, por Goethe (1810/ 2019), quien se opuso a lo anteriormente teorizado, desde la física pura, por Newton. El propio Goethe dedicó una obra a rediseñar lo erróneos que, a su juicio, eran los postulados del físico inglés:

He reunido algunas capciosas y falsas figuras de Newton, tal como desgraciadamente vienen repitiéndose desde hace un siglo de manera irresponsable en todos los compendios, diccionarios enciclopédicos y demás libros de texto (1810/2019, p. 27)

Conviene precisar que el concepto de color, tal y como lo entendemos en nuestros cerebros es una abstracción, no sólo por la reflexión lumínica que propicia la luz, sino por nuestras neuronas, que, dependiendo de algún proceso orgánico que aún hoy desconocemos, “vibran” o se “inhiben” de reaccionar ante algunos estímulos cromáticos. También es cierto que, en ello, juega un papel importantísimo, también, los propios defectos visuales que, con más frecuencia de la que se cree, tiene la ciudadanía:

Los defectos de la visión cromática, es decir, el daltonismo y sus variantes, afectan solo a los hombres debido a un déficit retiniano transmitido a través del cromosoma masculino; y es justo la gama de los rojos y de los rosas la que con más frecuencia no reconocen. Y no estamos hablando de un número pequeño de hombres, sino de casi el ocho por ciento de ellos. Está claro que un dato de este tipo ha contribuido a difundir ese lugar común según el cual los hombres serían menos hábiles a la hora de combinar los colores. (Falcinelli, 2019, p. 340)

Es decir, que cuando un individuo en concreto procesa los colores, y de forma independiente a que tenga o no daltonismo, algunos de dichos colores, sí generan acción neuronal y, en cambio, esos mismos colores en otro individuo, no los generan, o no tanto. De modo que podría decirse que, en realidad, desde el punto de vista físico, no existen dos colores iguales, más bien existen reacciones similares, o no, a ondas reflexivas en función del organismo que las procese.

Las funciones de sensibilidad espectral no se utilizan únicamente para caracterizar la sensibilidad de un mecanismo particular del sistema visual, sino que permiten traducir magnitudes radiométricas, como la radiancia espectral, a magnitudes fotométricas, que miden el efecto que tienen las magnitudes radiométricas sobre un observador. En particular, esperamos que nos permitan predecir la luminosidad de los estímulos. (Capilla, Artigas & Pujol, 2002, p. 14)

Partiendo de ello, toda la teoría del color, que se aplica al conjunto de las Bellas Artes, y a la teoría fílmica en particular, se debe a las asociaciones entre colorimetría y psicología pues, unos colores a su vez, poseen en la mente del receptor tonalidades que lo emparentan con otros colores diferentes. Con respecto a su aplicación a las ciencias sociales, es vital el trabajo de Robert Plutchik (2003), cuya principal contribución a la ciencia fue analizar las emociones humanas desde

la psique: en sus estudios interrelaciona –desde un punto de vista de la psicología médica– los colores con las propias emociones humanas que éstos evocan. Poco después, será Eva Heller, autora de uno de los estudios más justificados sobre la teoría del color aplicada, en su dimensión psicológica (2004), quien, deudora de las ideas de Goethe, sea capaz de afinar aún más las asociaciones que evocan los colores y lo teorice ofreciendo asociaciones universales. En su trabajo, que fue su tesis doctoral, realizó, a partir de varios miles de entrevistas segmentadas por edades, oficios y países (y, por tanto, lenguas), las asociaciones psicológicas con la colorimetría. Aunque este trabajo, como toda literatura científica, se han ido puliendo, concretando y ampliando, en lo esencial sus hallazgos, siguen dándose por buenos.

Por todo ello, su trabajo tendrá mucho eco en las investigaciones del cine, el diseño y la publicidad de todas las etapas. En el último año, desde España, el estudio de Emiliano Labrador (2020) ha supuesto también un salto cualitativo, analizando el colorismo digital en las últimas producciones, no ya de cinematografía, sino de videojuegos, con conclusiones nítidas sobre la intencionalidad autoral del colorismo y el momento creativo de este sector actualmente. Ello supone una aportación más a la era Netflix del audiovisual.

El programa Lo de Évole como paradigma del nuevo periodismo de investigación

El periodista Jordi Évole se ha convertido en uno de los renovadores del periodismo más mediático en la última década en España. Su estilo, popular y espontáneo en sus primeras colaboraciones en la pequeña pantalla (*Una altra cosa*, el programa de Andreu Buenafuente, 2002-2004), mantenida en las primeras temporadas del programa que protagonizó en solitario, *Salvados* (2008-2019), ha ido evolucionando hacia un periodismo más sólido, reposado, y, sobre todo, más crítico desde el punto de vista conceptual. Si en los primeros años, su producto televisivo era, básicamente, un programa de humor con gags y comentarios improvisados, absolutamente espontáneos y

divertidos del presentador, y grabado con cámara al hombro, en las últimas temporadas, por contraste, ha terminado por ser un programa con corpus de cine, estética de cine, y un planteamiento fuertemente *guionizado*. Solo la puesta en escena de su propuesta visual ya se hace con un equipo de producción cinematográfica (en uno de los programas de *Lo de Évole*, al que aludiremos, se constata el concurso de varias decenas de trabajadores filmicos: eléctricos, directores de fotografía, *foquista*, maquinista, catering, sonidistas, etc.)

En las últimas temporadas, el presentador y director del formato, el periodista Jordi Évole, suele sentarse con el entrevistado haciendo uso de un iPad en el que muestra contenidos audiovisuales al entrevistado. Frecuentemente, dichos contenidos están protagonizados por el propio entrevistado que, precisamente por ello, responde a la pregunta fuertemente condicionado por lo visto de él mismo. Esta técnica, muy usada en la psicología clásica, adquiere una nueva dimensión al ser usada en un formato netamente periodístico, conectando su discurso con la actualidad y con la multipantalla y multitarea con la que, queramos o no, todos consumimos los nuevos productos audiovisuales:

El auge de los medios audiovisuales puede invitar a concebir una realidad no necesitada de habilidad escritora, pero ésta es socialmente imprescindible a la par de las destrezas orales. Potenciadas a su manera por nuevos tipos de literacidad (la digital, concretamente) y nuevos géneros híbridos y multimodales con sus propios rasgos verbales, visuales o auditivos. (Caldevilla Domínguez, Barrientos Báez, Pérez García & Gallego Jiménez, 2021, p. 445)

El trabajo de Évole ha sido objeto de no pocos estudios científicos: algunos autores han analizado el impacto en las redes sociales de alguno de sus programas (Arce García; Cuervo Carabel & Orviz Martínez, 2020): hecho este especialmente relevante si entendemos que buena parte del éxito del formato viene dado por el *ruido* en redes que, por interpelación del

propio *Évole*, se lanza contra el entrevistado que, justo por ello, sufre una suerte de “segunda vuelta” de su entrevista: la que se hizo en la propia grabación del programa y otra, normalmente de forma simultánea a la emisión del mismo, que tiene lugar en las redes (cuyo epicentro es, aún hoy, la red social Twitter).

Otros trabajos han reflexionado sobre la noción de lo intergeneracional en los entrevistados de los programas de Jordi *Évole* (Montagut & Araña, 2015), ya que *Évole* ha dado voz en sus emisiones tanto a personas anónimas, como también, a relevantes personajes de la actualidad. Sobre esto último, y vinculado a la politología, hay autores que han analizado el discurso de algunos de los debates de personalidades políticas, como el famoso programa en que *Évole* sometió a careo al expresidente del Gobierno Felipe González y al *expresident* de la Generalitat Artur Mas, que fue emitido, con gran éxito de share, el 2 de febrero de 2014 en La Sexta (Molpeceres Arnaiz, 2018). También Mar López Ligeró (2015) escribió sobre el falso documental, en cuyo género se engloba uno de los trabajos de *Évole* más famosos, la película *Operación Palace* (2014), que, con la premisa de imitar el filme francés *Operación Luna* (Karel, 2002), que ofrece un relato falso de hechos reales donde los diferentes entrevistados son cómplices de una farsa que, por lo demás, normalmente tiene cierta intención pedagógica última.

Todos estos proyectos revelan, de una forma rotunda, un cambio en el estilo de los trabajos de *Évole*. En sus primeros programas la voz en off estaba doblada cómicamente por el propio *Évole*, con cameos con personajes que interpretaban gags divertidos, y una estética visual muy próxima al documental callejero de guerrilla.

Su acabado, por consiguiente, ha sabido cambiar de registro, alejarse del llamado “periodismo transmedia” (De Lara González & Del Campo Cañizares, 2018) y acercarse a la estética fílmica. Ello se ha debido, además, a varios factores tecnológicos (uso de cámaras de cine -Canon C300 y

similares- que permiten el empleo de lentes anamórficas de estética cinematográfica), y empleo de raíles, estabilizadores, grúas, *travellings*, etc. Otro de los factores que influyen en la estética cinematográfica de este programa es el uso de iluminación de cine: nuevos dispositivos de luz puntual LED que permiten, fotómetro en mano, componer la escena tal y como el director de fotografía las planteó (como haría cualquier producción cinematográfica actual). Por su parte, el uso del sonido también sigue la metodología cinematográfica: ahora la voz llega a la sala de montaje desgajada de las imágenes, mediante un equipo de audio formado por varios sonidistas profesionales (pertiguistas). En cambio, y siendo estos detalles previos el germen de fecundas reflexiones, en este trabajo se analizará principalmente el cromatismo de los productos periodísticos, en concreto la colorimetría aplicada a las escenas de la grabación de los programas de la temporada primera del programa *Lo de Évole* (2020), dado que crea un microclima visual que, sumado al resto de aspectos, genera una narrativa visual diferente. Esta temporada ofrece una mirada más oscura, más sórdida, de las entrevistas. No deja de ser un mecanismo de expresividad, pero menos evidente que los otros y, por ello, dirigido a cambiar sutilmente la percepción del receptor, máxime cuando todo producto audiovisual actual nace ya pensado para la era Netflix (Blanco Pérez, 2021).

Metodología

El método empleado se ha basado, en primer lugar, en el uso de la herramienta Adobe Color. Gracias a dicho *software*, es posible realizar un análisis de colorimetría de la imagen emitida, que ofrece varias tonalidades dominantes obtenidas por análisis de histograma de color aplicado. Esta herramienta, además, posee un código de color único, mostrada en pantalla con un cifrado seguido del signo almohadilla (#), que guarda correspondencia con los códigos de color estandarizados de PANTONE, a su vez, vinculantes con la dimensión física, de esos mismos colores, en formato físico: tanto en tricromía (RGB) como cuatricromía (CMYK).

En segundo lugar, y gracias a los datos de colorimetría obtenidos, tendremos ocasión de reflexionar, a nivel de contenido narrativo, sobre aquellas sensaciones que evocan esos colores en su recepción, para ello han sido muy esclarecedores los estudios aparecidos recientemente sobre colorimetría aplicada, tanto la aportación de St. Clair (2020), pero también las de Philip Ball (2020). Para poder comprender mejor el proceso físico de la percepción, hemos acudido a las aportaciones de los teóricos físicos colorimétricos de Capilla, Artigas y Pujol (2002).

Por último, tendremos ocasión de compararlo con imágenes del entorno real en que se grabó la escena finalmente emitida, obtenidas de redes sociales y del *making of* que ofrece la propia productora, para lo que las imágenes han sido descargadas y procesadas, sin ningún tipo de filtro corrector. Para ello se ha usado el *software* QuickTime Player v10.5 (1015.2.1).

De esta manera desarrollamos un estudio adaptativo que justifica la hipótesis central de que el colorismo, en productos audiovisuales periodísticos, matiza o aporta ciertos valores al contenido periodístico mismo del programa, abriendo así el debate de si se aparta o no, o cuánto, del mensaje primigenio vinculado al código deontológico periodístico. Por ello asistimos, actualmente, a una suerte de reformulación de ese código que lo aleja de los postulados ya superados visualmente en esa sectorial (estética de cámara al hombro, micrófono visible, zooms acelerados, ópticas planas), y lo acerca a una producción cinematográfica, en las coordenadas que implica ya, además, la era Netflix de los nuevos productos digitales audiovisuales.

Análisis

La primera temporada del programa *Lo de Évole* se emitió en la cadena española La Sexta en el primer semestre de 2020. Dicha primera temporada estuvo marcada, como es evidente, por la Covid-19. De modo que, por el avance de la pandemia, la temporada se fragmentó en dos fases: una primera consistente en seis capítulos, y una segunda fase en la que, por el

confinamiento, no se podían desplazar equipos en la calle, y, por tanto, hubo de ser íntegramente filmada a través de herramientas digitales de videollamadas tipo Zoom. En esta segunda fase se entrevistó a personajes de tanta fama mundial como el Papa, José Mújica, Ricardo Darín, Joaquín Sabina, etc. Al ser dichas entrevistas vía zoom, como es obvio, el equipo de *Lo de Évole* no tenía ningún tipo de control sobre las localizaciones, cámaras usadas, sonido, iluminación, etc., por lo que, para este trabajo, esas entrevistas de esa segunda fase del confinamiento, no han sido consideradas en el análisis.

En el primer programa *Lo de Évole* (2020), cuya primera etapa (antes de la Covid-19) comprende seis capítulos, se entrevista: a los presos comunes de algunas cárceles españolas que, por diferentes procesos judiciales, cumplen pena (capítulo 5). También otro capítulo hará lo propio en una cárcel de mujeres (capítulo 2). En otro capítulo en que se entrevista al reo Santiago Cobos (capítulo 4). En los siguientes programas, entrevistará a presos ilustres: Oriol Junqueras (Capítulo 1), líder del partido ERC, encarcelado en la actualidad como impulsor del llamado *procés*, y Francisco Granados (Capítulo 3), quien es político del PP y exconsejero de Presidencia de la Comunidad de Madrid, encarcelado entre los años 2014 y 2017 por corrupción y, actualmente, en libertad condicional a espera de juicio. Por último, *Évole* hace un pequeño cameo con el famoso periodista andaluz Jesús Quintero quien, en los años 80 del siglo pasado, dirigió el programa radiofónico *Cuerda de Presos* (1980-1982) en donde se entrevistaba a los principales reos del Estado español, su presencia será fugaz en el último capítulo como avance de la temporada siguiente.

A través de recursos estéticos netamente filmicos, y en especial a los que se refieren al uso del color, se consigue crear un efecto expresivo basado en una atmosfera muy particular en el programa *Lo de Évole*. Hablamos de elementos como el viraje tonal, la saturación, el contraste, el brillo, la pureza de los negros (máxima saturación), junto con recursos más tradicionales: raíl (en sustitución de la estética de cámara al hombro), o sonorización basada en micrófonos de corbata

invisibles y pertiguistas (en sustitución del micrófono de cañón incorporado en el chasis de la cámara, lo cual lo acerca, hoy día, a cualquier producción cinematográfica actual).

La entrevista a Granados

La entrevista a Granados se lleva a cabo en la casa de campo de este. La emisión del programa tuvo lugar el domingo 23 de febrero del 2020 a las 21:30h, en la cadena española La Sexta. Asistimos como espectadores a un inicio extra-periodístico y de contexto: en los primeros minutos Jordi y su equipo están en la calle colocándose los micrófonos de corbata inalámbricos. Hasta el minuto 8 no arrancará la entrevista, propiamente, a Granados. Esa entrevista será grabada con equipo de cine, con lo que se puede convenir que, la invitación a contemplar la tramoya del programa, es algo más que un recurso visual pasajero: se nos invita a sentirnos parte del equipo de *Évole*, a conocer sus interioridades de producción. Tanto es así que, en el minuto 13, la narración se interrumpe porque Granados, al rascarse el cuello, mueve el micrófono de corbata y hace un ruido que se cuela en el audio: la grabación no se para y el entrevistado, al oír los comentarios de los sonidistas, dirá "tienes razón, ya no te lo hago más" (0h13'30"). Normalmente este tipo de anomalías quiebran el pacto de veridicción en el cine, por lo que siempre se eliminan del metraje final. Toda la entrevista se desarrolla en dos únicas localizaciones: en una especie de cobertizo con paredes de madera y en la



Fig. 1 Entrevista a Granados. Programa: *Lo de Évole* (canal La Sexta). Emisión 20 febrero de 2020. Imagen obtenida de la emisión del programa.

planta superior de la casa. En ambos casos la iluminación es artificial, mediante LED, con focos de luz contrastada, y con planos fijos contrapicados (planos enfáticos).

Incluso se interrumpe la conversación informal con los dos protagonistas (34'10") cuando, desde producción, les avisan de que los miembros del catering están ya preparando el almuerzo, y necesitan que les digan qué quieren comer. Ello, más allá de la anécdota, denota que la narración se realiza con una suerte de reformulación del producto televisivo típico, buscando una polarización conceptual: la entrevista en sí se ha producido, como antes se avanzó, con una escenografía propia del cine (cámaras de cine Canon C300 con lentes anamórficas, iluminación con ventanas LED, trípodes Manfrotto de nueva generación y grúa, y etalonaje en postproducción de las imágenes obtenidas en RAW o Apple ProRes 4/4/4) y, paralelamente, se han obtenido planos de cámara doméstica, que posee esos códigos reporteriles tan fácilmente reconocibles en el espectador (zoom extremos, desenfoco, movimientos bruscos, cámara al hombro, pixelación, imagen sucia, trepidada, con profundidad de campo plena, imagen plana) pero, sobre todo, sin etalonar. Esto último lleva, por tanto, a plantear una estética referencial muy reconocible en los productos televisivos:

Un concepto mucho más representativo, por tanto, es el de "efecto referencial", que resulta útil como instrumento analítico. Y tiene que ver con la mencionada institucionalización de modalidades de recepción para las diversas tipologías de relato que configuran lo que podemos denominar el Occidente del sentido. (Carrera & Talens, 2018, p. 50).

Es decir, este género mixto, hibridado, que ha creado el equipo de *Évole*, explora algunas de las formas del nuevo audiovisual cinematográfico que ha tenido que reformular su ontología frente a la proliferación de formatos televisivos que, al menos parcialmente, se basan en la exhibición de la vida íntima de las personas/personajes. Este nuevo formato crea un relato que ensambla, en un único discurso, dos modos de rodar que,

sin embargo, son opuestos: contraponiendo el estilo reporteril con el cinematográfico en un único producto televisivo. En el minuto 32, tras más de 20 minutos de entrevista ajustada al canon cinematográfico, entrevistador y entrevistado dan un paseo por dentro de la casa. Abandonan el set de rodaje, pero siguen siendo grabados por la cámara al hombro, doméstica, lejos de la iluminación de la escena de la entrevista principal, esa que el equipo había compuesto con un esquema de luz propio del cine. El propio Granados, al ver que les siguen por dentro de la casa, con la cámara pequeña doméstica en la

mano, comentará: “¿Y aquí esto no está muy oscuro para grabar? Yo no soy ningún experto, pero vamos...” (32’15”).

Así pues, podemos convenir que en la entrevista a Granados dialogan dos lenguajes fílmicos opuestos que, en la narración, se vuelven mecanismos complementarios de un discurso propio, con mucha personalidad estética. El análisis técnico pormenorizado de cada una de las dos estéticas responde a este esquema que ofrecemos en la tabla 1:

Tabla 1 Comparativa equipo rodaje de las dos partes de la entrevista y tipología del material obtenido

Equipo	Imágenes reporteriles	Imágenes cinematográficas
Cámara	Cámara Sony SD HVR-V1	Canon C300
Lentes	(incorporada)	70-200 f2.8 y similares
Formato	MP4	RAW de Canon
Edición	Sin editar	FCPX + Davinci Resolve
Soporte	Cámara al hombro	Trípode / rail / grúa / dolly
Iluminación	Exteriores/ luz natural difusa	Interior / luz LED calibrada. Puntual y rasa
Enfoque	AF	Enfoque manual preciso con motorización de foquista
Diafragmado	Fijo (F8 no variable)	F2.4 – F8
Sonido	Cañón conectado a entrada XLR de cámara (sincro auto)	Sonidistas profesionales con micro ambiente más protagonistas microfonados. Sincro en postpro

Desde el punto de vista del análisis colorimétrico del producto audiovisual *Lo de Évole*, como se ha avanzado antes, la herramienta Adobe Color ofrece un resultado de dominantes de color que analizaremos en detalle. En la pieza adjunta analizamos colorimétricamente la entrevista a Granados.

El número que aparece seguido de corchete (#) es el color exacto del *pantone*. Tras él, aparece otra cifra de la composición de los colores primarios de la tricromía de luz óptica RGB (Red, Green, Blue) y la cuatricromía de su equivalente en CMYK (Cian, Magenta, Yellow, Black). Podemos observar una dominante absoluta de diferentes tonos de beis (#EEE8D1) y

marrones (#5A463B y #927563), que llegan al color *chocolate oscuro* (#25130C), casi negro (#140D0D). Entrando ya a comentar los colores de la pieza obtenida, el marrón (#5A463B y #927563) posee propiedades psicológicas que lo vinculan a la tierra, pero también, qué duda cabe, al barro (del que, sin embargo, emana el hombre, en las religiones monoteístas) y, cómo no, también a los excrementos: una suerte de círculo que se recicla y renueva sobre sí mismo. Representa lo mundano, lo terrenal y es lo opuesto, por tanto, a los oropeles.

El hecho de que no exista un marrón brillante ni luminoso, ha hecho que el color haya sido despreciado por los artistas

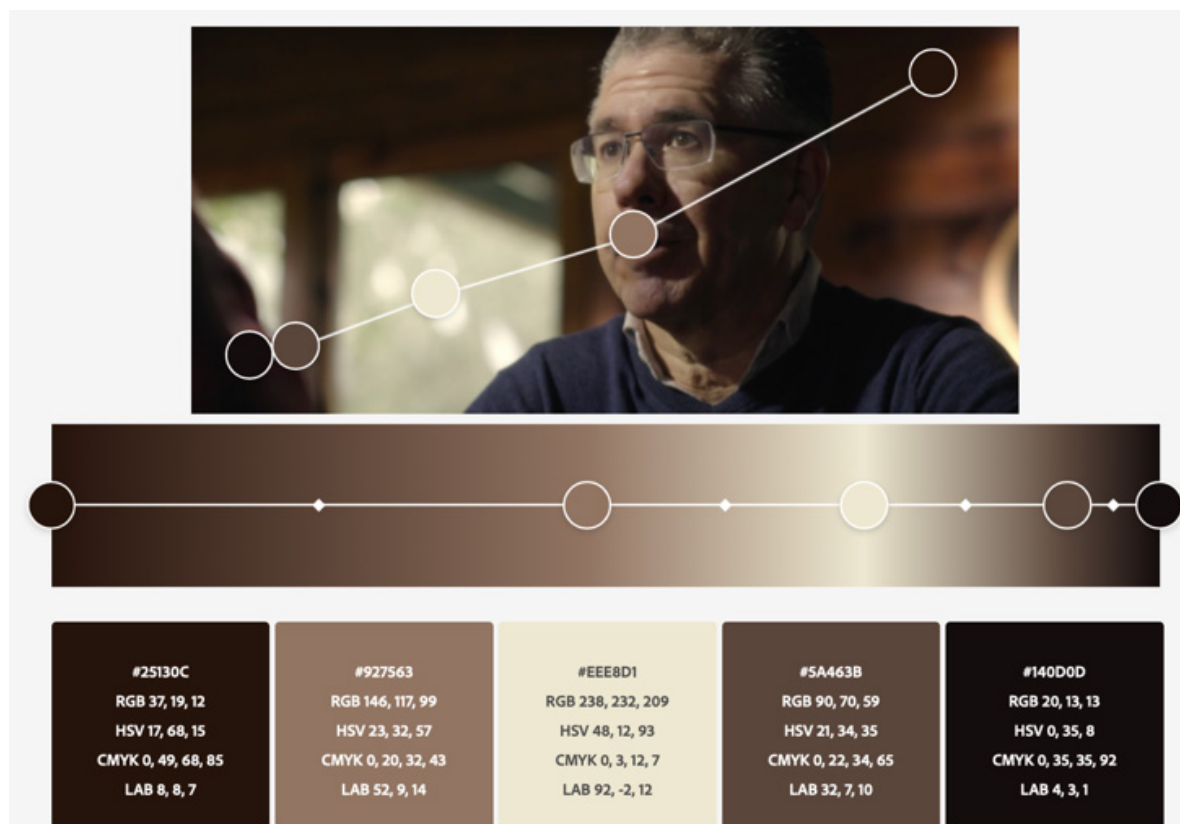


Fig. 2 Entrevista a Granados. Programa: *Lo de Évole* (canal *La Sexta*). Emisión 20 de febrero de 2020. Imagen obtenida de la emisión del programa. Captura de imagen con procesado en Adobe Color.

tanto medievales como modernos. Para los artistas de la Edad Media, a los que no les gustaba mezclar por principio y veían la gloria de Dios reflejada en el uso de preciosos colores puros como el azul de ultramar o el oro, el marrón era inherentemente corrupto (St. Clair, 2017, p. 237).

El uso del marrón es algo de muy larga tradición en las Bellas Artes, y que presenta no pocos problemas conceptuales, algo que Philip Ball resumirá así:

El marrón es otro caso difícil. Está en la frontera entre un color real y un color acromático, un color “sucio” como también lo es el gris. De hecho, el marrón es una especie de gris con tendencia al amarillo o al naranja. Una superficie marrón absorbe casi todas las longitudes de onda, pero las del naranja amarillo menos que las otras. Otra forma de decir esto es que el marrón es un amarillo o naranja poco brillante; la misma sensación se genera cuando llega a nuestros ojos esa longitud de onda. (Ball, 2020, p. 63)

Otra de las tonalidades recurrentes en el esquema de color adjunto del programa de *Lo de Évole*, es el beis (#EEE8D1), color anodino y discreto de la paleta, para el que, sin embargo, hay cierta conformidad en sus implicaciones psicológicas:

Podría ser un concepto de color equiparable a la burguesía: convencional, mojigato y materialista. Parece extrañamente contradictorio, por tanto, que el beis haya evolucionado de ser un color similar al de la lana de oveja a ser el color adoptivo de los borregos (St. Clair, 2017, p. 59).

En un sentido parecido se pronuncia Michel Pastoureau, quien dirá:

Recuerdo que hace unos cuarenta años, en el campo del oeste de Francia (Bretaña, Normandía, Maine),

Beige era un término prácticamente desconocido. Todo lo que había recibido ese calificativo (zapatos, bolsos, ropa) se trataba allí, simplemente, de “amarillo” – con una cierta pincelada de desdén quizá, pues aquel amarillo apagado, un poco sucio, era un producto de la ciudad, y por lo tanto de una excentricidad, si no una vulgaridad (Pastoureau, 2017, p. 217).

Ese cromatismo, que interesa por su sutileza y sugerencia, se suma a otros mecanismos de discurso visual más obvio: tipos de planos (siempre contrapicados), diafragmados (siempre con la mínima profundidad de campo, lo cual lo emparenta al *bokeh* de las lentes anamórficas del cine), y, también –como se ha dicho– sobre todo la iluminación. Este acabado, hace apenas unos años, era impensable en un producto que, siendo de periodismo, estaba destinado para la pequeña pantalla:

La estética se ha convertido no en una forma del conocimiento, que ya lo era; tampoco en una forma de conocer, una virtud también generalmente aceptada, sino en un instrumento de investigación sobre la realidad en sus muy diversas dimensiones. (Català Domènech, 2017, p. 65).

4.2 La entrevista a Junqueras

En el programa dedicado a Oriol Junqueras, líder del partido político catalán ERC, encarcelado preventivamente por someter a referéndum la pertenencia o no de Catalunya dentro del estado español (sin tener permiso de este), hasta el minuto 9 del capítulo, no comienza la entrevista propiamente dicha. Los planos iniciales previos corresponden a localizaciones vacías de la cárcel donde se encuentra el preso Junqueras y, tras eso, varios minutos de entrevistador y entrevistado en la sala donde se desarrolla la entrevista, mientras conversan de otros asuntos más humanos y triviales, también grabados con cámara de mano.

En esta segunda entrevista, el tiempo del que se dispuso fue sensiblemente menor, por tanto, no podemos hacer una comparativa del lugar de la entrevista junto a los espacios aledaños a donde transcurrió la misma. En cambio, sí se ha encontrado una fotografía de la diputada Marta Nogueras, del partido independentista PDeCAT. Esta diputada lanzó en Twitter un vídeo de un encuentro de ella misma con otro preso del *procès* (compañero de Junqueras), que tuvo lugar en la misma localización en la que se desarrolla la entrevista de *Évole*, y prácticamente en la misma fecha. Se puede apreciar que es un espacio no pequeño, diáfano, con luz natural y una puerta que comunica a un patio al aire libre. La habitación posee unos ladrillos azul mar en la realidad que, fruto de la iluminación del programa de *Lo de Évole* y del etalonaje posterior, en la entrevista a Junqueras adquieren una tonalidad oscurecida. Dando un sentido mucho más sobrio, oscuro, a la gama tonal de toda la imagen.

Como ya vimos en el epígrafe anterior, el mecanismo utilizado en la producción de *Lo de Évole* no difiere demasiado de los medios de producción cinematográficos, repitiendo cierto planteamiento estético que vincula visualmente la entrevista de Granados con la de Junqueras, a saber: el planteamiento de iluminación es similar, los planos de entrevistador y entrevistado son parecidos y, además, el etalonaje y edición de colorimetría, que es lo que nos interesa en este trabajo, es lo que procederemos a abordar a continuación:

El análisis colorimétrico realizado con el *software* Adobe Color del programa *Lo de Évole*, en su entrevista a Oriol Junqueras, es el que sigue:

Podemos observar una dominante de un tono de marrón (#342115) color que, a su vez, ejerce también como uno de los matices de color de ese verde militar oscuro (#404431) y ocre pardo (#766242), una especie de beis apagado tirante a marrón. Por último, también hay presencia de negro oscuro (#050709), y un azul que llega casi a negro (#0B0F1A).



Fig. 3 Entrevista a Junqueras. Programa: *Lo de Évole* (canal *La Sexta*). Emisión 9 de febrero de 2020. Captura de imagen del programa.



Fig. 4 Fuente: Twitter personal de @miriamnoguerasM

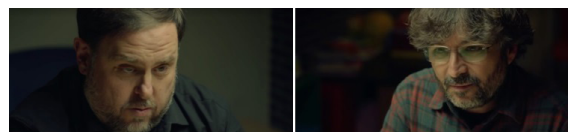


Fig. 5 Entrevista a Junqueras. Programa: *Lo de Évole* (canal *La Sexta*). Emisión 9 de febrero de 2020. Imagen obtenida de la emisión del programa. Captura de imagen. Procesado con Adobe Color.

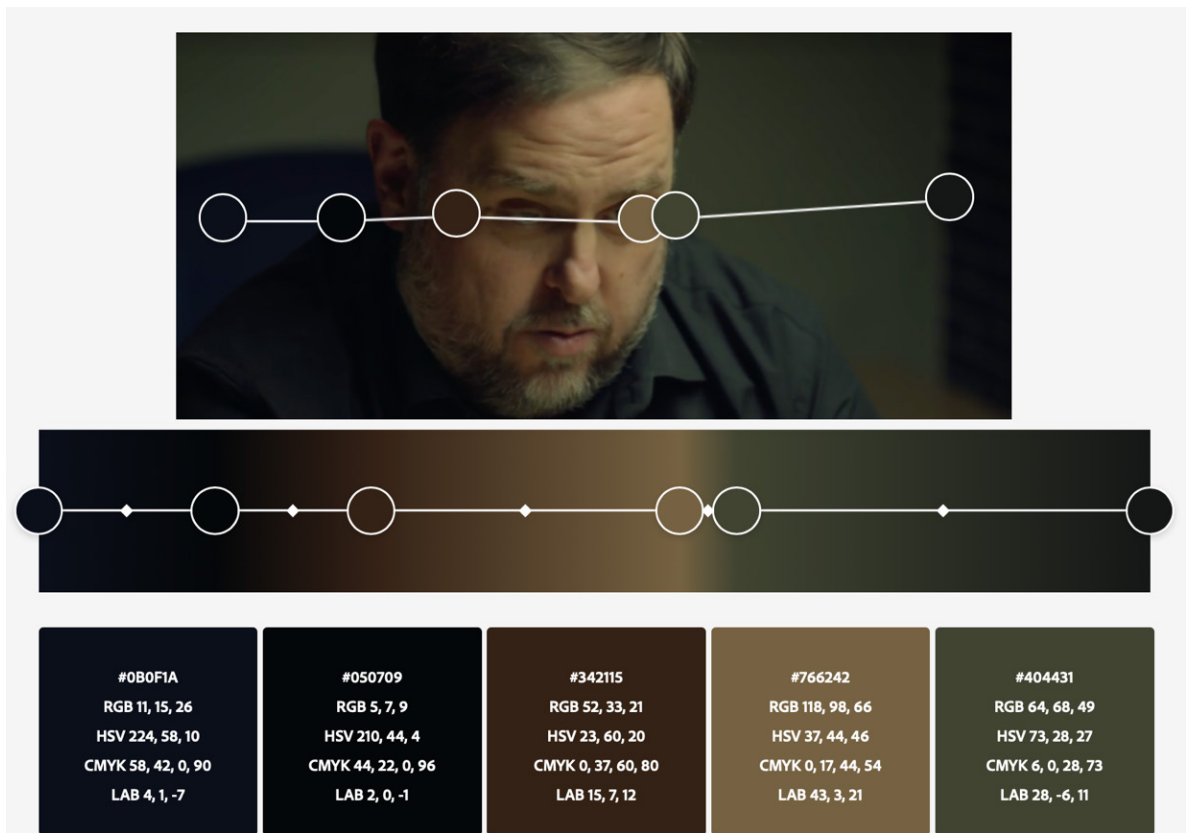


Fig. 6. Análisis colorimétrico entrevista a Junqueras. Obtenida con Adobe Color a partir de una captura de la emisión del programa.

Con respecto al tono marrón (#342115) es prácticamente igual a los presentes en la paleta ya descrita de la entrevista de Granados, si bien aquí se complementa con un beis más apagado, con ciertos matices verdosos, que St. Clair llamará "color topo" y que, a su vez, no está exento de mucho vaivén histórico:

el color topo ha seguido una evolución bastante salvaje. Siendo uno de los favoritos del sector del maquillaje y las bodas, el término es lo suficientemente

azulejo y techo blanco de oficina en el caso de Junqueras; afeitado y pelo blanco en el caso de Granados, barba poco canosa y cabello castaño en el caso de Junqueras.

Más allá de todas esas diferencias vistas al detalle, la gama tonal de colorimetría es muy parecida, lo cual nos lleva a pensar que, en la estética que Évole imprime a su producto televisivo, es más importante la puesta en escena diseñada previamente que el entorno real en que se dialoga.



Fig. 7 Entrevista a Granados (emisión 20 de febrero de 2020) a la izquierda y a Junqueras (emisión 9 de febrero de 2020) a la derecha. Imágenes obtenidas de las emisiones del programa *Lo de Évole* (canal La Sexta). Capturadas las imágenes y procesadas con Adobe Color.

La entrevista en la cárcel de hombres y la de mujeres

Como complemento a los capítulos en los que se entrevista a presos que son personajes públicos, *Lo de Évole* se traslada a una cárcel de hombres y otra de mujeres, siguiendo la estela de los programas del periodista andaluz Jesús Quintero quien, como veremos, aparecerá en el último capítulo que cierra la temporada. Desde el punto de vista del análisis colorimétrico de los siguientes capítulos de la primera temporada de *Lo de Évole*, y siguiendo siempre con la herramienta Adobe Color, ésta nos ofrece un resultado de dominantes de color que analizaremos en detalle, son los que siguen.

En la ilustración número 8, el color #401E24, que en la literatura científica lleva por nombre “rojo alizarina”: “la alizarina era el color rojo que se encontraba en las raíces de la *Rubia tinctorum*, la *Rubia peregrina* y la *Rubia cordifolia*, más conocida como granza. Perkin había logrado crear en un laboratorio algo que hasta entonces solo producía la naturaleza”. (St. Clair, 2017: 152). Con respecto a las otras tonalidades ocre, que se recogen en la muestra con los códigos de pantone: #A6A197, #D9CAC1 y #594C47, también parecen indicar algo presente

en la naturaleza, en lo crudo, pues son diferentes tonalidades de lo que se ha convenido en llamar “color barbecho”:

El barbecho es un tono marrón caramelo rebajado, del color de las hojas o la hierba seca, y uno de los nombres de color más antiguos que existen. Desde la década de 1300, la palabra se ha venido aplicando al terreno de cultivo que se deja descansar entre estaciones para que la tierra se recupere – todavía hoy hablamos de campos de barbecho-, pero también se ha usado para describir el tono de la piel de los animales que les sirven para mimetizarse con el entorno. (St. Clair, 2017, p. 245).

En la ilustración número 9, los colores marrones y ocre son recurrente, estando estos ya ampliamente detallados en estas líneas, si bien, en esta pieza, se introduce una tonalidad con código de pantone #D99E91 que, visualmente, recuerda a un tono chicle apagado. En cambio, según el código pantone, su definición es la que sigue: “It’s a Warm color. Petite Orchid

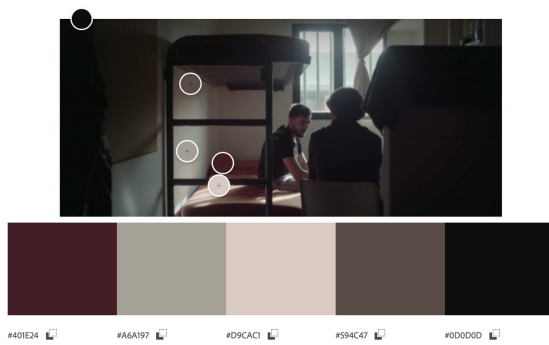


Fig. 8 Programa: *Lo de Évole* (canal La Sexta). Emisión 8 de marzo de 2020. Imagen obtenida de la emisión del programa. Captura de imagen y procesado con Adobe Color.

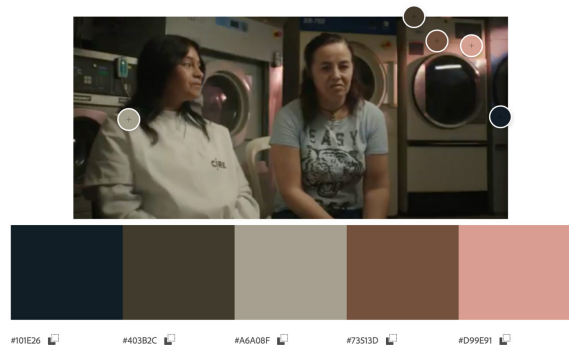


Fig. 9 Programa: *Lo de Évole* (canal La Sexta). Emisión 8 de marzo de 2020. Imagen obtenida de la emisión del programa. Captura de imagen y procesado con Adobe Color.

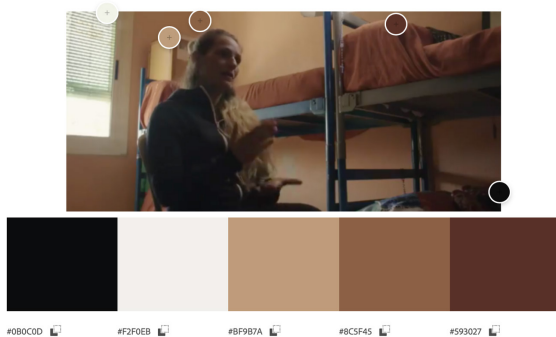


Fig. 10 Programa: *Lo de Évole* (canal La Sexta). Emisión 8 de marzo de 2020. Imagen obtenida de la emisión del programa. Captura de imagen y procesado con Adobe Color.

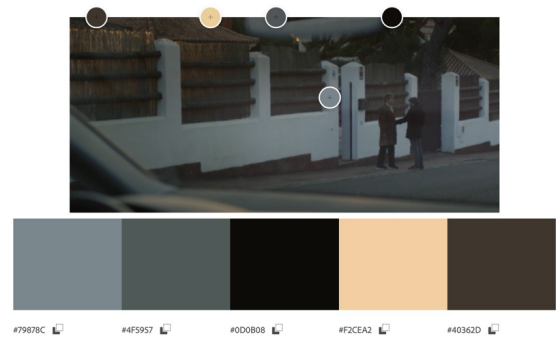


Fig. 11 Programa: *Lo de Évole* (canal La Sexta). Emisión 2 de febrero de 2020. Imagen obtenida de la emisión del programa. Captura de imagen y procesado con Adobe Color.

color is primarily a color from Red color family"². Quiere decirse que, si bien visualmente puede parecer poco acorde con los otros, en su análisis técnico, emparenta a las diferentes tonalidades de rojo de las que el programa *Lo de Évole* hace un uso profuso en su propuesta visual.

En la adjunta ilustración 10, podemos observar una dominante absoluta de diferentes tonos de marrón (#BF9B7A, #8C5F45 y #593027), con una tonalidad recurrente del beige

-que ya tuvimos ocasión de analizar- (#F2F0EB), y el negro (#0B0C0D). Todas las tonalidades son reiterativas en su uso.

Así mismo, en la ilustración 11, todos los códigos de color que refleja el pantone son los habituales en el programa: tonos marrones de diferente dominante de color, negros y blancos y, en esta vez, una amarillenta mostaza apagado (#F2CEA2) que ya tuvimos, también, oportunidad de analizar en las líneas previas.

2 "Es un color Cálido. El color Petite Orchid es principalmente un color de la familia de los rojos". (Traducción nuestra).

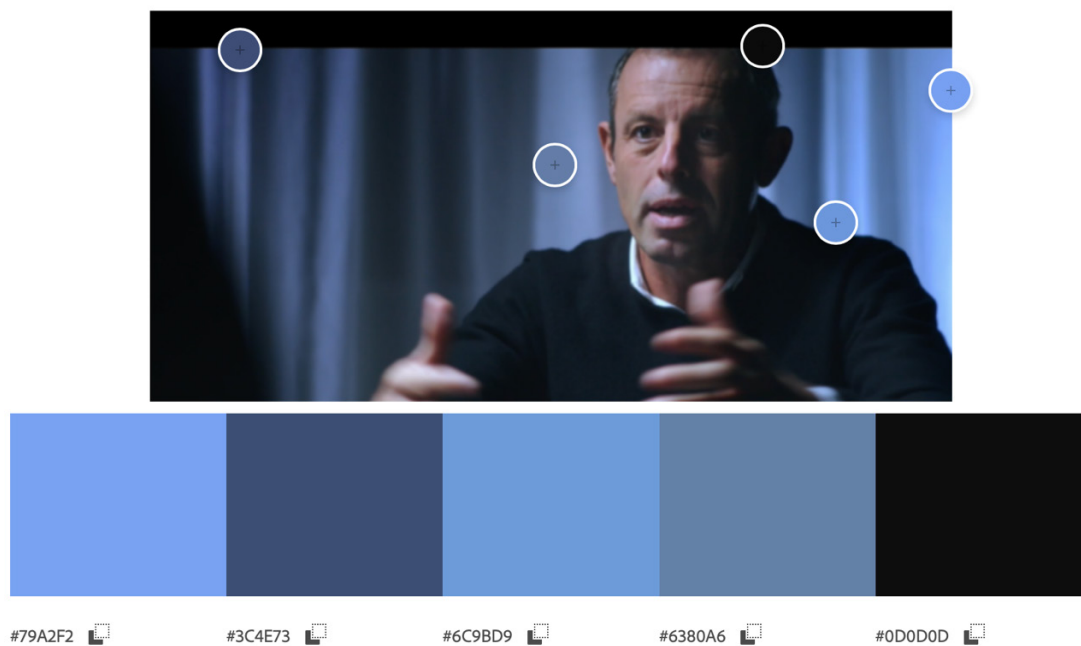


Fig. 12 Programa: *Lo de Évole* (canal La Sexta). Emisión 2 de mayo de 2020. Imagen obtenida de la emisión del programa. Captura de imagen y procesado con Adobe Color.

Por último, en la ilustración 12 se analiza la colorimetría referida al programa centrado en el controvertido personaje Sandro Rosell, presidente del Barcelona FC, encarcelado durante 21 meses acusado por la fiscalía de blanqueo de capitales y organización criminal en el mundo del fútbol y que, sin embargo, acabó tras casi dos años de prisión, siendo declarado inocente. Está rodado ya fuera de la cárcel de Soto del Real (donde cumplió prisión preventiva) y, el escenario elegido, es de diversos tonos de azul. Se tratará del único personaje que no sea entrevistado en un centro penitenciario de toda la primera temporada del programa *Lo de Évole*. El primero de los códigos pantone (#79A2F2) corresponde al azul cerúleo:

Los azules ayudan a la gente a expresar cuestiones espirituales. Cuando, al final de la Segunda Guerra

Mundial, se creó la ONU con el objetivo de mantener la paz mundial, se escogió como símbolo un mapamundi sobre un par de ramas de olivo de un fondo ligeramente grisáceo cerúleo. Oliver Lundquist, el arquitecto y diseñador que creó la insignia, escogió este tono porque "es lo contrario del rojo, el color de la guerra". (St. Clair, 2017, p. 204).

El color azul, en realidad, tiene un origen mineral que se remonta a época romana, y dado que se obtenía con procesos diversos, las tonalidades de éste eran también, diferentes y cohabitaban. En nuestra última imagen analizada, el pantone arroja los códigos: #3C4E73 #6C9BD9 y #6380A6, todos son variantes de un mismo color con diferentes tonalidades, el último de los cuales posee cierto matiz gris:

En la Edad Media, el color denominado "azul" -del latín medieval *lazarium*, a su vez derivado del persa *la-joard*, 'azul'- podía ser lo mismo la azurita que un azul genérico: estas ambigüedades se dan cada vez que un nombre de color se aplica a un material (o se deriva de él). Es evidente el potencial de confusión que existía entre la azurita y el lapislázuli: la apariencia de ambos es similar, si bien se distinguían nominalmente como azul citramarino y azul ultramarino. (Ball, 2020, p. 120)

Puede, por tanto, inferirse que en este último episodio la tonalidad es azul al estar el entrevistado fuera de la cárcel y tener condición de ex reo, situación esta agravada, además, por el hecho de haber cumplido condena preventivamente y obtener después la absolución como inocente en ese proceso. El azul, por tanto, aparece aquí asociado a los valores de reflexión, elevación y divinidad alejado del marrón terreno de las celdas.

Conclusiones

Las conclusiones son varias. Por un lado, se constata que las formas que adopta el periodismo de investigación en los nuevos formatos (*Lo de Évole*) están mucho más cercanos al cine que, por ejemplo, a otros formatos televisivos más vinculados tradicionalmente al periodismo reporteril (*Espanoles por el mundo*, *Comando actualidad*, etc.), pese a que históricamente vienen del mismo formato de producto audiovisual pensado para la televisión lineal en los primeros años del s. XXI y hasta mediados de la década de 2010. Esto se consigue, entre otras razones, gracias al uso que hacen de lo tecnológico actualmente (grúas, drones, raíles, cámaras de acción, sumergibles...). Pero, sobre todo, en la postproducción (etalonaje), que se ha tenido ocasión de analizar y que acerca el *modus operandi* más al cine actual (si bien en las coordenadas que marca la nueva película digital, en la era Netflix), que, a los productos periodísticos televisivos clásicos, cuyos formatos están ya manifiestamente obsoletos en lo visual (Blanco

Pérez, 2021). Se viene buscando ahora una suerte de género mixto, hibridado, que explora algunas de las formas del nuevo audiovisual cinematográfico que, frente a la proliferación de formatos televisivos, ha tenido que reformular su ontología y que, al menos parcialmente, se basan en la exhibición de la vida íntima de las personas/personajes, lo cual *Lo de Évole* lo logra con una serie de recursos que hemos tenido ocasión de analizar (fallos de sonido, desenfoque, petición de paro por parte del entrevistado) que, tradicionalmente, se eliminaban del metraje final. Este nuevo formato crea un relato que ensambla, en un único discurso, dos modos de rodar que, sin embargo, son opuestos: contraponiendo el estilo reporteril con el cinematográfico en un único producto televisivo.

Además, creemos también probado que algunos programas de periodismo televisivo, como *Lo de Évole*, usan una paleta de colorimetría que, independientemente de las condiciones de rodaje / grabación, todas tienen un arco colorimétrico que bascula entre los diferentes tonos de marrón y beige, con ciertas tonalidades verdes y, eventualmente amarillo mostaza oscura. Es decir, que de manera independiente a si se rueda en interior o exterior, con ventanas con luz natural o no, en una localización u otra, un país u otro, y un entrevistado u otro, la estética colorimétrica del programa *Lo de Évole* es siempre muy parecida entre los diferentes episodios que componen el formato. Hemos analizado, además, en la literatura científica de la colorimetría aplicada qué tipo de implicaciones tienen estos colores en el receptor, que no son otros que los de un vínculo a la tierra primigenia, alejada, por tanto, de los brillos dorados de los oropeles y apegada a un suelo de mirada cercana y popular.

Este particular, además, está implementado por los editores gráficos, quienes han intentado elevar la expresividad visual del producto a través de recursos estéticos netamente fílmicos como el viraje tonal, la saturación del contraste, el brillo y el *remuestreo* de un color negro más saturado, junto con recursos más tradicionales como el uso de raíl en vez de

cámara al hombro, o la habilidad para ocultar el equipo de audio (prescindiendo de los molestos micrófonos de corbata visibles), tan frecuentes en el género periodístico televisivo y que, en cambio, en el cine se sustituye por el oficio de un sonidista con pértiga.

Ahora bien, estas demandas visuales, y muy concretamente las que tienen que ver con el colorismo, que se obtienen, tal como se ha tenido ocasión de analizar, mediante la asociación natural de estados psicológicos vinculados a determinados colores (o familia de éstos), ha permitido reflexionar sobre si dicha práctica es o no la más idónea para un producto periodístico que, pudiendo ser estético debe, primeramente, ser intelectualmente fiel al principio máximo del código deontológico, pues se están implementando aparatajes visuales argumentativos más propios del cine (ficcional) que del oficio periodístico (y su ontología de la verdad). Todos los programas de Lo de Évole aparecen sospechosamente vinculados a tonalidades marrones (barro primigenio de la génesis del mundo, en la cosmovisión cristiana) pero, el último programa, el único que habla de la cárcel en pasado al haber quedado libre el reo, en cambio aparece virado fuertemente a las diferentes tonalidades de azul (elevación, reflexión, elevación). Lo cual nos lleva a pensar que estas técnicas cinematográficas son de común uso en los formatos periodísticos actuales y, muy específicamente, en aquellos dirigidos y protagonizados por el periodista catalán Jordi Évole.

Ahora bien, ese debate, el de la afectación de estos recursos cinematográficos a la ontología periodística, que es sugerente de por sí, complementa al otro de si los productos periodísticos audiovisuales actualmente están usando o abusando de la estética para aproximarse a la lógica visual del cine. Las fronteras entre la ficción y la realidad fueron muy débiles desde el nacimiento del cine y el documental. Y ciento veinte años después de su nacimiento, ese mismo debate, como otros muchos en un oficio que se ha reformulado en innumerables ocasiones, sigue abierto. Esa es, acaso, la gran esperanza del cine, y sus múltiples formatos imaginables.

References

- Arce García, S., Cuervo Carabel, T. & Orviz Martínez, N. (2020). #Eldilemasalvados, análisis de las reacciones en twitter al programa de Jordi Évole sobre Cataluña. *Revista Prisma Social*, 28, 1-19.
- Blanco Pérez, M. (2020). *Cine y Semiótica*: Universidad de Salamanca.
- Blanco Pérez, M. (2021). Cine y semiótica Transdiscursiva. El cine digital en la era de las multipantallas: un nuevo entorno, un nuevo espectador. *Comunicación y Sociedad*, Vol. 18. 1-21. e7886. <https://doi.org/10.32870/cys.v2021.7886>
- Blanco Pérez, M. (2022). Cine, fotografía y arquitectura: la composición simétrica y la noción de arquitecturización en la obra de Wes Anderson. Antecedentes visuales de la película *La crónica francesa* (2021). *Arte, Individuo y Sociedad*. Vol. 34 (4). <https://dx.doi.org/10.5209/aris.78848>
- Blanco Pérez, M. y Parejo, N. (2021). *Historias de la Fotografía en el s. XXI*. Comunicación Social.
- Ball, P. (2020). *La invención del color*. Turner.
- Barnouw, E. (2011). *El documental: historia y estilo*. Gedisa.
- Carrera, P. & Talens, J. (2018). *El relato Documental*. Cátedra.
- Casetti, F. & Di Chio, F. (1998). *Cómo analizar un film*. Paidós.
- Caldevilla Domínguez, D. (2013). Nuevas fórmulas de Periodismo: Periodismo de proximidad 2.0. *CIC: Cuadernos de Información y Comunicación*, Vol. 18. 165-176. <http://dx.doi.org/10.5209/rev.CIYC.2013.v18.41722>
- Caldevilla Domínguez, D., Barrientos Báez, A., Pérez García, A. & Gallego Jiménez, M. G. (2021). El uso de las redes sociales y

su relación con la decisión de compra del turista. *Vivat Academia. Revista de Comunicación*, No. 154, 443-458. DOI: <http://doi.org/10.15178/va.2021.154.e1360>

Capilla, P., Artigas, J. M. & Pujo, J. (2002). *Fundamentos de colorimetría*. Universidad de Valencia.

Català Donènech, J. M. (2017). *Viaje al centro de las imágenes. Una introducción al pensamiento esférico*. Shangrila.

Falcinelli, R. (2019). *Cromorama: cómo el color transforma nuestra visión del mundo*. Taurus.

Goethe, J. W. (1810/ 2019) . *Teoría de los colores: las láminas comentadas*. Gustavo Gili.

Heller, E. (2004). *Psicología del color*. Gustavo Gili.

Labrador, E. (2020). *El uso del color en los videojuegos*. Héroes de papel.

López Ligeró, M. (2015). *El falso documental*. UOC.

Marzal, J. y Gómez Tarín, F. J. (2007). *Metodologías del análisis del film*. Edipo.

Molpeceres Arnáiz, S. (2018). Hablamos de sentimientos: el nuevo discurso político de Salvados. Un análisis retórico del cara a cara entre Artur Mas y Felipe González. En: M. Mut Camacho y E. Camarero Calandria (Eds.). *Nuevos tratamientos informativos y persuasivos* (pp. 233-246). Tecnos.

Montagut, M. y Araüna, N. (2015). Entre la indignación y la interpretación lúdica: el diálogo intergeneracional ante el falso documental Operación Palace. *Historia Actual Online*, 38(3), 131-146.

Pastoureau, M. (2018): *Los colores de nuestros recuerdos*. Periférica.

Plutchik, R. (2003). *Emotions and life: perspectives from psychology, biology and evolution*. APA (American Psychological Association).

St. Clair, K. (2017). *Las vidas secretas del color*. Indicios.

Tello, L. (2019). Influencia del cromatismo en la estética fílmica: etalonaje y evolución visual a través de la tecnología digital. *Arte, individuo y Sociedad*, 31(1), 183-197. <http://dx.doi.org/10.5209/ARIS.60135>

Film and television references

Cubillo, C. (2009-2013). *Callejeros viajeros*. [Serie de Televisión]. Mediaset.

Évole, J., Legaspi, V. & Álvarez, M. (Producción) (2014). *Operación Palace*. [Película]. El Terrat.

Évole, J. (2020). *Lo de Évole*. [Serie de Televisión]. Producciones del Barrio.

Flaherty, R. J. (1922). *Nanook of the North*. [Película]. Revillon.

Karel, W. (2002). *Operación Luna*. [Película]. Arte (Francia).

Sánchez, R. (director), Calero, Lu. (Producción) (2009-actualidad). *Españoles por el mundo*. [Serie de Televisión]. New Atlantis.