

CULTURA DE MASAS (SERIALIZADA):
ANÁLISIS SIMBÓLICO DE LA FICCIÓN

— Colección Comunicación y Pensamiento —

CULTURA DE MASAS (SERIALIZADA): ANÁLISIS SIMBÓLICO DE LA FICCIÓN

Coordinadora

Mayte Donstrup

Autores

(por orden de aparición)

Luis Iván Gómez Valdez
Inmaculada Mármol Martín

Mayte Donstrup
Sara Rebollo-Bueno

Javier Calvo
Héctor Oliva Cantín
Elena Capapé Poves
Jordi Montañana Velilla
María Romero Calmache



CULTURA DE MASAS (SERIALIZADA): ANÁLISIS SIMBÓLICO DE LA FICCIÓN

Edita: Egregius Ediciones

www.egregius.es

Diseño de cubierta e interior: Francisco Anaya Benitez

© Los autores

1ª Edición. 2018

ISBN 978-84-17270-75-9

NOTA EDITORIAL: Las opiniones y contenidos publicados en esta obra son de responsabilidad exclusiva de sus autores y no reflejan necesariamente la opinión de Egregius Ediciones ni de los editores o coordinadores de la publicación; asimismo, los autores se responsabilizarán de obtener el permiso correspondiente para incluir material publicado en otro lugar.

Colección:
Comunicación y Pensamiento

Los fenómenos de la comunicación invaden todos los aspectos de la vida cotidiana, el acontecer contemporáneo es imposible de comprender sin la perspectiva de la comunicación, desde su más diversos ámbitos. En esta colección se reúnen trabajos académicos de distintas disciplinas y materias científicas que tienen como elemento común la comunicación y el pensamiento, pensar la comunicación, reflexionar para comprender el mundo actual y elaborar propuestas que repercutan en el desarrollo social y democrático de nuestras sociedades.

La colección reúne una gran cantidad de trabajos procedentes de muy distintas partes del planeta, un esfuerzo conjunto de profesores investigadores de universidades e instituciones de reconocido prestigio. Todo esto es posible gracias a la labor y al compromiso de los coordinadores de cada uno de los monográficos que conforman este acervo.

Editora científica
Rosalba Mancinas-Chávez

Editor técnico
Francisco Anaya Benítez

Consejo editorial

Ramón Reig (*Universidad de Sevilla*)
José Ignacio Aguaded Gómez (*Universidad de Huelva, España*)
Ma. del Mar Ramírez Alvarado (*Universidad de Sevilla, España*)
Augusto David Beltrán Poot (*Universidad Autónoma de Yucatán, México*)
Rafael Marfil Carmona (*Universidad de Granada*)
Amor Pérez Rodríguez (*Universidad de Huelva*)
Carmen Marta-Lazo (*Universidad de Zaragoza*)
Gloria Olivia Rodríguez Garay (*Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, México*)
M^a. Ángeles Martínez (*Universidad de Sevilla, España*)
Marta Pulido (*Universidad de Sevilla, España*)
Martha Elena Cuevas Gómez (*Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México*)
Martha Patricia Álvarez Chávez (*Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, México*)

Edita:



ÍNDICE

INTRODUCCIÓN. Una introducción al universo simbólico de la ficción.....	9
<i>Mayte Donstrup</i>	
CAPÍTULO I. El discurso filosófico del personaje de Rick Sánchez de la serie Rick and Morty.....	15
<i>Luis Iván Gómez Valdez</i>	
CAPÍTULO II. Religión y mitos en <i>Westworld</i>	9
<i>Inmaculada Mármol Martín</i>	
CAPÍTULO III. En el precipicio del posmodernismo: caída en picado en <i>Black Mirror</i>	27
<i>Mayte Donstrup</i>	
CAPÍTULO IV. Ficción televisiva y contrahegemonía: análisis de <i>La Casa de Papel</i> y <i>Vis a Vis</i>	43
<i>Sara Rebollo-Bueno</i>	
CAPÍTULO V. <i>Paquita Salas</i> y la estética homosexual: expresión discursiva, expresión disruptiva.....	57
<i>Javier Calvo</i>	
CAPÍTULO VI. La construcción del universo de ficción de Marvel en Netflix	75
<i>Héctor Oliva Cantín y Elena Capapé Poves</i>	
CAPÍTULO VII. Traslaciones del comic a la pantalla de cine: Frank Miller y el cine de Batman	95
<i>Jordi Montañana Velilla</i>	
CAPÍTULO VIII. El movimiento antitaurino en el infoentretenimiento televisivo español.....	115
<i>María Romero Calmache, Héctor Oliva Cantín y Elena Capapé Poves</i>	

UNA INTRODUCCIÓN AL UNIVERSO SIMBÓLICO DE LA FICCIÓN

Mayte Donstrup

Toda producción discursiva (toda producción humana significativa) solo puede existir y ser resultado de un determinado contexto sociohistórico, y ello también aparece reflejado en el discurso de la cultura de masas (Huici, 2018: 23).

Los productos de la cultura de masas siempre han generado un amplio debate respecto a las imágenes que producen y a las posibles consecuencias que puedan generar en la sociedad, pues, entendiéndolos como agentes socializadores, estos productos culturales pueden contribuir a la generación de una identidad colectiva (Imbert, 2008). Porque la ficción evoca una realidad, una simulación, sí, pero que entra en el debate comunitario, reflejando las tensiones sociales existentes y las transformaciones que puedan estar surgiendo en torno a la comunidad. Por ello, entendiendo el importante papel que representan en la sociedad, este libro parte con el propósito de comprender los símbolos y los discursos que emite la cultura de masas, partiendo de la base que esta es

Un lugar, pues, donde se proyecta el imaginario colectivo: esto es, un depósito de representaciones, reflejo del inconsciente social, donde vienen a parar los pequeños miedos y los grandes pánicos, los deseos secretos, los sueños más etéreos y una cierta dosis de pulsiones inconfesables y que recoge todas las tensiones sociales (2008: 38).

De esta manera, los productos de la cultura de masas actúan como un elemento de identificación primaria, permitiendo al espectador reflejarse en ellos y fantasear sobre su propia posición en el mundo (2008: 38). Por consiguiente, desde una perspectiva amplia y bajo esta premisa, en este volumen se abarcará el cómic, el cine o la televisión, siendo esta última en la que se centre una mayor atención; un énfasis que se debe al papel estrella que esta juega en el panorama mediático actual. Así, de acuerdo con Buonanno, la podemos catalogar como uno de los actores principales encargados de la construcción del imaginario social (1999: 54). En concreto, la socióloga se centra en el estudio de las series de televisión, otorgando a estas una función de configuración y de entendimiento de la sociedad que expresan; unas ficciones seriadas que serán de los principales temas de estudio de la pre-

sente obra, pues estas, enmarcadas en la actualidad en la tercera edad dorada de la televisión, se han configurado como un producto cultural con amplias posibilidades de análisis.

Por otra parte, no se debe olvidar que, a su vez, las ficciones se retroalimentan igualmente de la conciencia colectiva, reflejando las inquietudes sociales y sus posibles contradicciones. Un argumento que no se olvidará en la presente obra, estando en concordancia con los análisis de otros autores, como Balló y Pérez (2007), que ejemplifican con algunas de las últimas producciones estadounidenses la representación de una sociedad destruida moralmente:

El secreto de las mejores series que ocupan la atención contemporánea está en el impulso casi autodestructivo hacia la expresión sincera de un imaginario ético y social de tonos negrísimos, con una conciencia crítica que está excluida del sistema propagandístico. Pues es, sin lugar a dudas, en la mejor ficción televisiva, donde el espectador de nuestros tiempos reconoce lo peor de sí mismo (2007: 32).

De este modo, las series de televisión pueden crear multitud de discursos, algunos de tonos oscuros con una perspectiva crítica de la sociedad reflejada, y los discursos, afirma Jager (2003), son agentes creadores de conciencia a través de los cuales fluyen conocimientos –símbolos colectivos– que se insertan e interactúan en la sociedad, portando significados y representando una realidad para los interpretantes. De ello se infiere el interés del estudio de estos productos mediáticos.

Con este planteamiento en mente, a quienes participamos en este libro nos interesa analizar, desde diversas perspectivas, los diferentes discursos que emite la cultura de masas; y con este objetivo, se han dividido los contenidos en ocho capítulos que estructuran el presente volumen. El primero de ellos, firmado por Luis Iván Gómez Valdez, examina la serie de animación *Rick and Morty* (Netflix, 2013-) con “El discurso filosófico del personaje Rick Sánchez en la serie Rick and Morty”, siendo este “un programa que trata temas filosóficos complicados, en el sentido en el que nos obliga a los espectadores a preguntarnos sobre temas existenciales que pueden causar temor: cuestionarnos la realidad en la que vivimos y las creencias a las que estamos subordinados” (p. 20). A continuación, bajo un prisma religioso se adentra Inmaculada Mármol Martín en el wéstern de ciencia ficción *Westworld* (HBO, 2016-): “una de las grandes apuestas de la productora HBO, con audiencias de hasta 12 millones de espectadores [que] no es sólo la adaptación de la película homónima escrita y dirigida por Michael Crichton [pues] toma las claves de esta como punto de partida para crear todo un universo en el que, tras cada historia, y cada referencia, se esconden cuestiones que pretenden despertar la capacidad reflexiva del espectador” (p. 25).

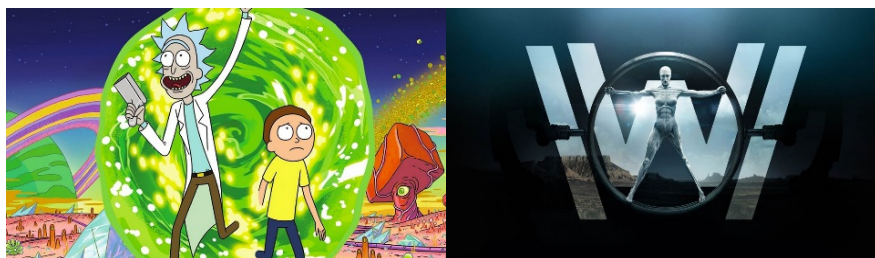


Figura 1: imágenes promocionales Rick and Morty y Westworld

El tercer capítulo, por su parte, enmarca el análisis en el contexto posmoderno en la distopía *Black Mirror* (Netflix, 2012-) con “En el precipicio del posmodernismo: caída en picado en Black Mirror”, donde Mayte Donstrup relaciona el primer episodio de la tercera temporada, *Nosedive*, con los conceptos acuñados por Bauman y Lipovetsky. Seguidamente, Sara Rebollo-Bueno introduce la investigación en las series españolas con *Vis a Vis* (Antena 3, 2015-) y *La Casa de Papel* (Netflix, 2017-) a través de un cuestionamiento del papel contrahegemónico que, *a priori*, ejercen estas producciones. En el mismo contexto español se sitúa Javier Calvo con “Paquita Salas y la estética homosexual: expresión discursiva, expresión disruptiva”: una “oposición entre comedia y drama, no tanto como ejercicio de género audiovisual [...] sino como verdad existencial del personaje principal” (p. 71).



Figura 2: imágenes promocionales *Black Mirror*, *Vis a Vis* y *Paquita Salas*

Héctor Oliva Cantín y Elena Capapé Poves se encargan de la autoría del quinto capítulo, “La construcción del universo de Marvel en Netflix”, ini-

ciando con él la rama del cómic y su fusión en la plataforma digital estadounidense, explorando las características y las consecuencias que surgen de esta unión entre el cómic y las series de televisión; una traslación que ya se había producido anteriormente en el cine. Así, con el cometido de analizar esas particularidades, Jordi Montañana Velilla firma “Traslaciones del cómic a la pantalla de cine: Frank Miller y el cine de Batman”, donde estudia “la relación que guarda la evolución del superhéroe en las novelas gráficas del Caballero Oscuro” analizando “la influencia del estilo de Frank Miller a través de las novelas gráficas *Batman: The Dark Knight Returns* (1986) y *Batman: Year One* (1988)” (p. 106). Por último, el octavo capítulo de este ejemplar, firmado por María Romero Calmache, Héctor Oliva Cantín y Elena Capapé Poves, estudia el entretenimiento como posibilidad para ser utilizado como soporte de los movimientos sociales, específicamente aquellos espacios televisivos que abogan por la erradicación de la tauromaquia, con “El movimiento antitaurino en el infoentretenimiento televisivo español”.



Figura 3: imágenes promocionales *Marvel-Netflix*, *Batman* y *El Intermedio*

Referencias bibliográficas

- Balló, J. y Pérez, X. (2007). Introducción: el círculo infernal. En C. Cascajosa Virino (Ed.), *La caja lista: televisión norteamericana de culto* (pp.27-34). Barcelona: Laertes.
- Buonanno, M. (1999). *El drama televisivo. Identidad y contenidos sociales*. Barcelona: Gedisa.
- Huici, A. (2018). Ideología y propaganda en la cultura de masas. En A. Pineda, J.D. Fernández Gómez y A. Huici (Coords.), *Ideologías políticas en la cultura de masas* (pp. 21-52). Madrid: Tecnos.
- Imbert, G. (2008). *El transformismo televisivo. Postelevisión e imaginarios sociales*. Madrid: Cátedra.
- Jager, S. (2003). Discurso y conocimiento: aspectos teóricos y metodológicos de la crítica del discurso y el análisis de dispositivos. En R. Wodak y M. Meyer (Comps.), *Métodos de análisis crítico del discurso* (pp. 61-100). Barcelona: Gedisa.

EL MOVIMIENTO ANTITAURINO EN EL INFOENTRETENIMIENTO TELEVISIVO ESPAÑOL

Dra. María Romero Calmache

Dr. Héctor Oliva Cantín

Dra. Elena Capapé Poves

1. Introducción

Pese a su dilatada historia como estrategia televisiva, en la última década el infoentretenimiento ha experimentado un auge significativo. Esta fusión de géneros, parte de una narrativa que va desde lo teóricamente informativo hasta lo pragmáticamente espectacular; por ello, numerosas marcas televisivas basan parte de su éxito comercial en esta modalidad discursiva. Además, la espectacularización de los hechos narrados admite temas cuyo interés puntual puede no ser suficiente para ser considerados noticia, pero sí resulta relevante para la sociedad.

Por otro lado, el movimiento por la defensa de los derechos de los animales no humanos; en concreto, la corriente que aboga por la abolición de la tauromaquia en España ha generado un conflicto de intereses que han recogido los diferentes medios de comunicación: desde los magazines matinales hasta programas como “Sábado Deluxe”, pasando por la sátira y la ironía de “El Intermedio”.

El objetivo de este estudio es revisar algunas de las apariciones de este movimiento en el año 2017 con la meta de caracterizar los discursos recurrentes sobre el asunto. Por otro lado, se busca analizar el infoentrenimiento como herramienta estratégica para generar nuevas formas de acercar la televisión a las audiencias y para posicionar a las marcas televisivas frente a los conflictos culturales y sociales.

Para ello, se analizarán algunas de las principales apariciones y/o menciones del movimiento antitaurino en espacios de infoentretenimiento de las principales cadenas privadas de televisión en España: “Espejo público”, “La línea roja”, “Sábado Deluxe”, “El Intermedio” y “Zapeando”.

2. Infoentretenimiento televisivo y movimientos sociales

A continuación, se va a realizar una síntesis del estado de la cuestión sobre los tres objetos que se analizarán posteriormente. De lo general a lo particular, se van a desglosar algunos apuntes sobre los movimientos sociales, el infoentretenimiento y el movimiento antitaurino.

2.1. Los movimientos sociales

Los movimientos sociales han tenido en los últimos años un desarrollo muy considerable propiciado, entre otras cuestiones, por el auge de las tecnologías de la información y los nuevos hábitos en la comunicación social. La movilización ciudadana ha logrado una reconfiguración de los sistemas democráticos, provocando una “estatalización de la sociedad (mayor presencia del Estado en la sociedad) y una socialización del Estado (la propia sociedad interviene, cada vez más, en las decisiones estatales)” (Castillo, Smolak y Fernández Souto, 2017: 785). Los lobbies y movimientos sociales que canalizan y representan las demandas y los anhelos comunitarios se han “se han erigido como motor de cambio social” (Alonso y Casero-Ripollés, 2016: 28).

Algunos estudios apuntan que, precisamente, el reconocimiento “se ha iniciado a través de la participación de estos grupos en el proceso de creación, elaboración e implementación normativa” (Castillo y Almansa, 2014, p. 2) pues no solo cuestionan “una distribución desigual del poder o los recursos, sino también los significados socialmente establecidos, es decir, la forma de definir e interpretar la realidad” (Alonso y Casero-Ripollés, 2016: 28). Y es que “las formas de poder renovar sus modos de mantenerse, pero la sociedad ya no sólo está vigilando, está construyendo desde las plazas (físicas y virtuales) las nuevas respuestas” (Haro y Sampedro, 2015: 170).

En esta línea, los medios de comunicación siempre han mantenido un rol determinante en los procesos de construcción de la opinión pública y se convierten en una herramienta estratégica de comunicación para los movimientos sociales. Castillo apunta que

Los medios desarrollan en las democracias el papel de un auténtico foro de encuentro de diversas reivindicaciones grupales. Los *mass media* actúan como portavoces que hacen evidentes problemas, ya que hasta que una cuestión no se refleja en el ecosistema comunicativo, propiamente posee nula o escasa existencia social o política (Castillo, 2011: 565).

Mas no solo es una cuestión de visibilidad, sino que, además, los medios “condicionan la atención del público, dando forma a nuestra visión del mundo” (Alonso y Casero-Ripollés, 2016: 30) por medio de la construcción de la agenda mediática y de los *frames* que otorgan a determinados asuntos.

“Una vez incorporado dentro de sus espacios informativos, los medios proceden a construir discursivamente un tema resaltando determinados atributos y minimizando otros. Esta operación da forma al sentido y al significado social de los acontecimientos (Alonso y Casero-Ripollés, 2016: 30).

Por su parte, los medios de comunicación han desarrollado procesos de monitorización de las nuevas demandas sociales para ofrecer una experiencia de consumo más adecuada a las necesidades de las audiencias.

En esta línea asistimos al proceso por el que los medios introducen en sus dinámicas formatos como el infoentretenimiento en el que se introducen temas como los canalizados a través de los movimientos sociales:

La fusión entre información y entretenimiento, también conocida como infoentretenimiento o *politainment*, es uno de los nexos entre la comunicación y la democracia, ya que aunque afecta a una transformación de los valores clásicos del periodismo [...] Esto produce un cambio de filosofía en el periodismo que, rompiendo con el ideal normativo, pasa a privilegiar aquellas noticias que los ciudadanos ‘quieren’ por encima de aquellas que ‘necesitan’ para ejercer su participación democrática (Casero-Ripollés, Ortells-Badenes y Rosique, 2015: 2).

Pero, más allá de las bondades de este formato como aspecto atractivo para las audiencias, cabe preguntarse en qué consiste exactamente y cuáles son las características técnicas y audiovisuales que lo definen.

2.2. El infoentretenimiento y sus características

El término infoentretenimiento es acuñado por Krüger en el año 1988 y hace referencia a la fusión de género informativo y el entretenimiento. Como indica Thomas (1990), se rige por la espectacularización de la información y los contenidos basados en la realidad con el fin de captar y mantener la atención e interés de la audiencia. Este término surge en el entorno competitivo de las cadenas televisivas con el fin de obtener el dominio en la lucha por las audiencias cuando en el *prime time* estaba la predominancia y el éxito era el de formatos de “no ficción”.

De este modo, como indica García Avilés (2007), el infoentretenimiento se caracteriza también por su tendencia al sensacionalismo y a la violencia, así como a la incorporación de los denominados “temas ligeros”: deportes y temática social. Cabe destacar que estamos, por tanto, ante productos que requieren un coste de producción algo más barato que el entretenimiento de ficción, ya que originan su contenido en la realidad y en hechos preexistentes a la producción audiovisual del programa, siendo una mezcla de géneros (León, 2013).

Así pues, estamos ante productos que combinan instrumentos discursivos, lingüísticos y técnicos tanto del género informativo como del entretenimiento. La línea entre el contenido estrictamente informativo y de entretenimiento se desdibuja. De este modo, el infoentretenimiento presenta una serie de características, que son comunes a los productos audiovisuales de este tipo, que van desde cuestiones formales, estructurales y narrativas a otras más técnicas e incluso estéticas. Por ejemplo, es frecuente que el intermediario/periodista adquiera la función de “coprotagonista” de la información/acción (Vilalta i Casas, 2006) llegando a ser el eje y foco del propio discurso. También es común que el intermediario y su experiencia sean más relevantes que el propio hecho es fruto de que el contenido suele estar narrado en primera persona (experiencia e inmersión), lo que a su vez puede producir que la separación entre información y opinión sea difusa o no determinadamente explícita (Hemley, 2012). Dentro del discurso la presencia del humor, la ironía y la parodia son recursos narrativos que, junto a la hipérbole y la magnificación de los hechos, redundan en la espectacularización del relato (Wenner y Seymour, 2007).

Por otro lado, existen cuestiones formales y técnicas que no solo afectan al contenido sino que redundan en presentar una estética y estructura propia de formatos tradicionalmente considerados informativos, como por ejemplo el uso de conexiones en directo, la utilización recurrente de la técnica de grabación de “cámara al hombro” (tanto para facilitar la experiencia inmersiva del espectador en el relato como para evocar y emular ténicas de investigación y apariencia “periodística”), la inclusión de fuentes oficiales (parodiadas) y la incorporación al discurso de la voz de los ciudadanos (Berrocal, 2014). Además, es recurrente el uso de técnicas y herramientas discursivas propias de la ficción, tradicionalmente ausentes en contenidos estrictamente informativos, como el uso del montaje/edición de manera intencional (más allá de la ordenación episódica o estructural del discurso) con fines expresivos, emotivos e ideológicos, el refuerzo y matización discursiva mediante transiciones y efectos de postproducción o la casi constante utilización de la música como un refuerzo y complemento emocional y narrativo que incide en la matización del significado global del discurso (García Avilés, 2007).

Así, los espacios de infoentretenimiento basan su contenido en la realidad, y frecuentemente en la actualidad, ofreciendo al espectador un producto audiovisual con un discurso hiperbólico, realizado con una hibridación de técnicas procedentes de la información y el entretenimiento (ficción) audiovisual, que redundan en la espectacularidad para resultar atractivo a la audiencia y competir en las parrillas de programación con otro tipo de formatos de entretenimiento distintos a la información.

2.3. El movimiento antitaurino

Continuando con el discurso, cabe precisar que esta investigación se centra en un movimiento social concreto: el antitaurino. El interés por la cuestión del bienestar animal es tan antigua como la propia historia de la humanidad (Moyano, Castro y Prieto, 2015) pero, en el caso específico de España no es hasta el siglo XIX cuando se constituye la primera asociación protectora. La “Sociedad Protectora de los Animales y de las Plantas” se constituyó en Cádiz con el objetivo, entre muchos otros, de combatir los espectáculos taurinos (Moyano, Castro y Prieto, 2015).

En la actualidad, el Código Penal español de 1995 incluye, en su artículo 632, una disposición sobre la protección de los animales no humanos que penaliza a “los que maltrataren cruelmente a los animales domésticos o a cualesquiera otros, en espectáculos no autorizados legalmente, serán castigados con la pena de multa de diez a sesenta días”. En esta disposición se encuentra el núcleo del conflicto y es que, si bien el maltrato de animales queda perfectamente prohibido, la misma normativa establece la excepción de los espectáculos legalmente autorizados como son todos aquellos que se enmarcan en la tauromaquia (Laimene, 2014).

En los últimos años se ha desarrollado una amplia corriente de debate en la Academia sobre el asunto del bienestar animal (Cf. Vázquez y Valencia, 2016; Zapata, 2015; Almirón y Freeman, 2016). Todas las asociaciones y plataformas que se han multiplicado exponencialmente en los últimos tiempos son otro ejemplo de que esta cuestión está empezando a convertirse en un asunto relevante para la opinión pública. En ese sentido, las plataformas y asociaciones abolicionistas han adoptado un relevante papel movilizador de la sociedad haciendo uso de todos los recursos comunicativos y tecnológicos que tienen a su disposición.

En el año 2016 se produce el fallecimiento en la plaza del torero Víctor Barrio. A partir de este momento se suceden múltiples situaciones en las que ambas partes entran en conflicto a través de las redes sociales e, incluso, ocupando tiempo en determinados espacios televisivos. El debate se genera entre aquellos que defienden la tauromaquia como parte fundamental de la cultura española y aquellos que argumentan que, precisamente, el avance de la cultura debería fundamentarse en un mejor trato a los animales. He aquí donde algunos medios encuentran una temática que se ha vuelto recurrente en los formatos que basan su propuesta de valor en el infoentretenimiento.

3. Diseño del estudio: objetivos y método

El objeto formal o fundamentación metodológica de esta investigación se incardina en un *case study* definido por Walker como “un examen de un

ejemplo en acción” (1983, p. 42). A partir de la observación, el análisis y la interpretación de los discursos emitidos en diferentes productos televisivos que se basan en el infoentretenimiento, se pretende coleccionar cuáles son las características de la aparición del movimiento antitaurino en la televisión privada española.

Así, se ha seleccionado una muestra de programas representativos de las diferentes cadenas privadas de televisión en abierto, de los diferentes formatos audiovisuales y se ha asegurado la representación de todas las franjas horarias (matinal, sobremesa y nocturna).

Concretamente, la muestra está compuesta por los siguientes programas: “Espejo Público” de Antena 3, “Zapeando” y “El Intermedio” ambos de La Sexta, “Sábado Deluxe” de Telecinco y “La Línea Roja” de Cuatro.

Las emisiones analizadas comprenden el lapso temporal que va del 13 de febrero de 2017 al 26 de septiembre de ese mismo año. Durante este periodo se produjo un intenso debate social, fundamentalmente encauzado a través de las redes sociales, sobre la cuestión antitaurina, con su correspondiente cobertura en los programas televisivos antes mencionados. Con el fallecimiento en julio de 2016 del torero Víctor Barrio comenzó una etapa en la que diferentes actores y entidades sociales utilizaron dicha noticia para cuestionar la tauromaquia como actividad cultural no solo por lo que tiene que ver con la crueldad con los animales no humanos, sino también por el riesgo que supone para los profesionales que se dedican a ella. Las manifestaciones antitaurinas se multiplicaron exponencialmente y con ello, también se amplió la cobertura mediática, adquiriendo notoriedad como cuestión social y cultural. El 17 de junio de 2017 fallece otro torero, Iván Fandiño, y el debate vuelve a las televisiones que no solo abarcan la noticia de manera superficial, sino que hacen del debate una cuestión social de primer orden.

Para analizar e interpretar todas estas apariciones se ha diseñado un código de análisis *ad hoc*, en el que se identifican los atributos característicos del infoentretenimiento en cada una de las piezas estudiadas. En la Tabla 1 se pueden comprobar los diferentes elementos analizados, clasificados en “Aspectos narrativos”, “Aspectos de realización visuales y sonoros” y “Aspectos formales y estructurales”.

Tabla 1. Código de análisis

1. Aspectos narrativos	Tratamiento del conflicto, espectacularización del contenido, tratamiento estructural narrativo, énfasis en la confrontación, presentación de “bandos”.
	Tono del discurso, uso del humor en la construcción del relato, parodia como forma de representación o hipérbole en la transmisión de la información (sensacionalismo y espectacularización).
	Función del intermediario, posicionamiento con una de las partes, suministra opinión, protagoniza el hecho, se convierte en el eje del contenido (hasta en el propio contenido).
2. Aspectos de realización visuales y sonoros	Cámara al hombro, punto de vista en primera persona, “inmersión en la acción” (técnicas tradicionales de información audiovisual con función de entretenimiento).
	Efectos sonoros extradiegéticos, uso de la música en la construcción intelectual, apoyo emocional, énfasis dramático y refuerzos sonoros no musicales.
	Testimonios, conexiones en directo, voz de la audiencia.
	Utilización del montaje con fines ideológicos (construcción de un discurso narrativo parcial) y estéticos (espectacularización del contenido).
3. Aspectos formales y estructurales	Programa o espacio con apariencia informativa (en alguno de sus aspectos estético-estructurales), emulación de un formato o estilo informativo. Uso de técnicas propias o habituales en la información audiovisual para legitimar el discurso: disposición escénica, utilización de elementos gráficos, realización.

Fuente: elaboración propia.

La aplicación de este código permite lograr los dos objetivos generales de este estudio: por un lado, observar cómo se implementa el infoentretenimiento en el asunto concreto del movimiento antitaurino, y, por otro lado, diagnosticar los elementos más relevantes del tratamiento que se le otorga a la cuestión.

4. Resultados

Antes de exponer los resultados obtenidos de la aplicación del código de análisis a cada una de las piezas que componen la muestra, procede matizar una serie de cuestiones de carácter general sobre los elementos comunes a todos ellos. Tal como se comprueba en la Tabla 2 todos los programas estudiados cuentan, en mayor o menor medida, con todos los elementos característicos del infoentretenimiento, adaptados a los diferentes formatos. Concretamente, los elementos que más se aplican son el uso del humor, la

parodia o la hipérbole, la función del intermediario, los efectos sonoros extradieгéticos, el montaje intencional y el programa con apariencia informativa.

Tabla 2. Identificación de los elementos característicos del infoentretenimiento en la muestra

		Espejo Público	Zapeando	El Inter-medio	Sábado Deluxe	La Lí-ne-a Roja
1. Aspectos narrativos	Tratamiento del conflicto (espectacularización)	X			X	X
	Uso del humor, parodia o hipérbole	X	X	X	X	X
	Función del intermediario (coprotagonista)	X	X	X	X	X
2. Aspectos de realización visuales y sonoros	Cámara al hombro (inmersión en la acción)					X
	Efectos sonoros extradieгéticos	X	X	X	X	X
	Conexiones en directo, testimonios y voz de la audiencia				X	X
	Montaje	X	X	X	X	X
3. Aspectos formales y estructurales	Programa con apariencia informativa	X	X	X	X	X

Fuente: elaboración propia.

De este modo, a continuación, vamos a explicar dichas características aplicadas a cada una de las piezas analizadas que configuran la muestra seleccionada.

4.1. Espejo Público

El programa “Espejo Público” se define como: “Toda la actualidad informativa nacional e internacional de la mano de Susana Griso: entrevistas, mesa de debate, política, sucesos y mucho más”. Así pues, estamos ante un magacín de Antena 3, género híbrido surgido en la neotelevisión.

Se ha analizado el programa emitido el 13 de febrero de 2017; en concreto el bloque en el que se presenta un debate entre el torero Francisco Rivera y

el antitaurino Óscar del Castillo (Gladiadores por la Paz). En el debate, también participan los contertulios del programa y la moderadora es la propia presentadora: Susanna Griso.

En primer lugar, cabe destacar que “Espejo Público” presenta un set y un sistema de realización informativo. Sin embargo, a pesar de dicha apariencia informativa, encontramos diferentes características más cercanas al entretenimiento, la hipérbole y la espectacularización del contenido.

Sobre todo, hay que resaltar cómo el tratamiento que se hace del contenido está basado en la generación de conflicto. Este conflicto se introduce de forma explícita a través del discurso de la presentadora: “¿Es la primera vez que se ven las caras?”; e incluso, se presenta a Óscar del Castillo del siguiente modo: “Hoy se enfrenta a su torero más difícil, a Francisco Rivera”.

Este enfrentamiento también se hace evidente mediante recursos de montaje y de puesta en escena. En relación con el montaje, se utiliza de forma continuada el recurso de pantalla partida para que, cada uno de los implicados en el debate, se encuentren cara a cara, también de forma visual. Y lo mismo sucede mediante la ubicación del set, con las mesas enfrentadas que generan la idea de la existencia de dos bandos bien diferenciados.

Por otro lado, el enfrentamiento no es único de los dos invitados al debate sino también, de los propios periodistas. De este modo, en un momento dos de los colaboradores llegan a discutir al dar su opinión sobre cómo el movimiento antitaurino se cubre en los medios de comunicación. Por tanto, parece evidente la mezcla de información y opinión, así como la función activa y protagonista de los intermediarios.

Por último, durante el bloque, se hacen uso de otros elementos característicos del infoentretenimiento como la inclusión de efectos sonoros extradiegéticos. En concreto, para dar paso al representante antitaurino al mismo tiempo que se dice: “Les tengo que confesar que hay cierta tensión”. También se hace uso de videos caseros y capturas de las redes sociales de uno de los invitados.

4.2. Zapeando

“Buen rollo por la tarde. Frank Blanco, Cristina Pedroche, Anna Simón, Ana Morgade, Miki Nadal o Quique Peinado dan color a las tardes de la Sexta en Zapeando con su peculiar repaso a lo mejor de la televisión”, así define La Sexta el programa “Zapeando”. Estamos, por tanto, ante un contenido humorístico que repasa la actualidad televisiva.

En este caso, vamos a analizar el programa del 11 de abril de 2017. En concreto una pieza de duración de 1 minuto y 19 segundos. En la misma, se utilizan imágenes de “Espejo Público” en las que el torero Francisco Rivera, tras acudir a un pregón en Elda y encontrarse con el boicot de antitaurinos,

declara en el programa: “¿Para ser antitaurino hay que dejar de ducharse?”. Tras ver dicha pieza, el programa de “Zapeando” responde a través de su colaboradora Ana Simón.

Nos encontramos con un programa con apariencia informativa, pero con un contenido basado en el entretenimiento (emula la estructura y estética de espacios de información/opinión de tertulia y comentario de actualidad). Su característica principal reside en el uso de humor y la parodia como motor discursivo y eje narrativo. De este modo, se utilizan dichos recursos para que la colaboradora, Anna Simón, rebata, desde una postura opuesta, las declaraciones del torero. Así, indica, mientras huele sus axilas: “Yo soy antitaurina también, pero esta mañana me he duchado”. De este modo, se consigue parodiar a la fuente oficial: Francisco Rivera.

Además de la coprotagonización de la información por parte de los colaboradores y su visión humorística, encontramos otros recursos propios del in-fotentretenimiento. En primer lugar, el montaje, con el fin de introducir la pieza de “Espejo Público”, pero con cortes que permiten dotar de ritmo la pieza, pero también centrarla en torno a los segundos concretos de la declaración de Rivera. Al mismo tiempo, el humor discursivo es acompañado por recursos sonoros extradiegéticos y música clásica como contrapunto y refuerzo del chiste introducido. Por último, cabe destacar que el bloque redundante también en la idea de conflicto. Se introducen las declaraciones del torero para que una colaboradora, de visión opuesta, refute su versión de los hechos desde el plató.

4.3. El Intermedio

El programa se realiza a diario “un repaso a la actualidad política e informativa [...] con su habitual sello de acidez y humor irónico”. Por tanto, según la propia cadena, el programa es una mezcla de comentario de actualidad (opinión) con entretenimiento (humor). Ya lo deja claro su propio lema, antes de comenzar los programas, el presentador, Wyoming, siempre da pie a la cabecera con la siguiente frase: “Ya conocen las noticias, ahora, les contaremos la verdad”.

Es frecuente que “El Intermedio” utilice, en su discurso humorístico, una estructura que tiene varias secciones propias y que, en cierta medida, imitan estructural y estéticamente a otros espacios como noticiarios o tertulias de opinión. Por tanto, el programa “El Intermedio” presenta una apariencia informativa: la escenografía sería muy próxima a la de un set de informativos, la disposición de los presentadores en la mesa, la realización y secciones e incluso el lenguaje empleado intenta ser cercano al periodístico-informativo audiovisual (el contrapunto a las aportaciones exclusivamente cómicas del presentador siempre lo ofrece la periodista Sandra Sabatés, que

siguiendo un discurso periodístico introduce los temas de manera “seria” para luego producir los comentarios irónicos y humorísticos).

A su vez el uso frecuente de foto y videomontajes y emulaciones de otros espacios y programas (parodias) es recurrente. A este respecto, en el programa del 12 de junio de 2017 se produjo una sección especial titulada: “Entendido cero” (juego de palabras irónico que, a modo de parodia, hace referencia al longevo programa de temática taurina de Televisión Española “Tendido Cero”). Dicha sección surge a partir de las polémicas declaraciones de Enrique Ponce al periódico *El Español* en junio de 2017 que fueron tildadas de machistas. A propósito del tema, este espacio hace una recopilación de declaraciones polémicas y diferentes apariciones en los medios de varios toreros.

En este caso, se han analizado cuatro piezas audiovisuales diferenciadas dentro de la sección:

- Wyoming habla de las declaraciones de Enrique Ponce a “El Español”. Pieza de dos minutos de duración.
- Declaraciones de Enrique Ponce en 2007. Pieza de 1 minuto y 47 segundos.
- Declaraciones de Alejandro Talavante. Pieza de 1 minuto y 35 segundos.
- Declaraciones de Jaime Ostos. Pieza de 1 minuto y 10 segundos.

Pese a que, como se ha comentado anteriormente, existen elementos y estética informativa en el programa, la predominancia de la hipérbole en el discurso, la parodia y el humor de forma constante no dan pie al equívoco y determinan que el programa elude, en contenido y forma, el ser un espacio estrictamente informativo. Así, en dichas piezas, las características narrativas y audiovisuales que resultan más evidentes y vinculadas al entretenimiento serían:

- Discursos eminentemente humorísticos (mediante el fotomontaje del periodista Iñaki Gabilondo vestido de traje de luces).
- El uso de la música con función emocional y simbólica, como refuerzo narrativo y expresivo.
- El periodista tiene función de “coprotagonista”, sumando a la información una interpretación orientada a una postura. Se vierte una opinión y se muestra una postura clara respecto al hecho, eso sí, no de forma directa, sino que se utiliza constantemente la ironía y el doble sentido.
- Se presentan fuentes oficiales parodiadas (Enrique Ponce, Alejandro Talavante, Jaime Ostos), se analizan sus declaraciones desde un

punto de vista crítico (no se descontextualizan, pero se aíslan del resto del discurso original), las fuentes se convierten en foco de las bromas y los chistes.

- El montaje se realiza de forma intencional, genera la estructura del discurso y también “dirige” la interpretación ideológica de la pieza.
- El uso de transiciones y efectos de posproducción en la representación de las declaraciones de las fuentes oficiales es recurrente para dotar de mayor “agilidad” al discurso fragmentando y para enfatizar en las ideas mostradas.

4.4. Sábado Deluxe

El programa analizado corresponde al emitido el 25 de junio de 2017. Para el análisis, únicamente se tomará en consideración parte de su duración (03:00:13 – 03:58:45) ya que el resto de los contenidos del programa no están directamente relacionados con el objeto de estudio. La estructura de esta sección tiene, a su vez, varias partes diferenciadas.

No obstante, se podría destacar que, al comienzo del programa, se lanza una pieza audiovisual que resume todo el contenido a modo de sumario y “cebo”. En el vídeo se muestran imágenes y sonidos relacionados con el tema antitaurino. Aunque se mezcla con otros contenidos del programa ya se muestra el tema principal que más tarde dará lugar al debate, explicando la situación, adoptando una apariencia informativa (a modo de sumario, mostrando testimonios, utilizando un *off* como principal elemento estructural y de contenido, con textos de apoyo al discurso audiovisual, etc.) pero también utilizando una serie de elementos alejados del concepto tradicional de información audiovisual y más próximos a otros géneros y formatos como la inclusión de una música trepidante, el predominio de imágenes visualmente espectaculares, la selección de declaraciones impactantes/polémicas (descontextualizadas) y un montaje que redundo en conseguir un ritmo elevado y un atractivo visual que incide en la espectacularización del discurso audiovisual.

En el espacio analizado propiamente dicho, se pueden distinguir, a su vez, varias partes. Primero, se vuelve a emitir una pieza audiovisual para contextualizar el caso (la agresión verbal que sufrió en un restaurante el torero Canales Rivera por parte de unos individuos que califica como antitaurinos). De nuevo, el aspecto del vídeo emula, en cierta media, a una pieza informativa empleando los medios formales (de igual modo magnificados y espectacularizados por el montaje y la música que en el caso anterior). Se aumenta, por tanto, la “violencia audiovisual” para reforzar la situación de conflicto de dos corrientes opuestas con un mero objeto de conseguir elevar la espectacularidad del contenido.

Posteriormente, se le realiza una entrevista al torero que protagonizó dichos hechos, en la que se hace un especial énfasis en la confrontación (se trata más el hecho de la agresión verbal que los motivos ideológicos) y se presenta un conflicto de una forma polarizada (ya que no hay representación de la otra parte). Además, a lo largo de toda la entrevista, se produce una intervención (opinativa) constante tanto de los colaboradores como del presentador (en este caso las opiniones sí que representan polos opuestos y fomentan el mantenimiento del conflicto mediante posturas enfrentadas pese a que una de las partes no esté representada).

Para dar paso a la siguiente parte del programa, vuelve a emitirse un vídeo a modo de contexto, en el que el tema que trata es cómo diferentes perfiles en redes sociales emitieron duras opiniones sobre la muerte del torero Iván Fadiño. De igual modo que ocurriese en las piezas anteriores, el montaje y el tono emocional del discurso se ve condicionado por el uso de la música que acompaña a imágenes, sonidos y textos: trepidante, más asociable a una escena de acción o misterio en ficción que a un componente informativo.

De hecho, el uso de la música será algo especialmente llamativo durante el resto del programa ya que este recurso estará presente, de fondo, pero totalmente audible, durante el transcurso del debate en directo. Resulta curioso que este elemento, que influye en la lectura del plano emocional en el ámbito audiovisual, se emplee para enriquecer o completar un discurso de confrontación como puede ser el enfrentamiento de posturas ideológicas completamente opuestas.

Una vez cerrada esta parte, el presentador se traslada de set y se da paso a un debate más extenso en el que participan colaboradores del programa, periodistas, toreros y animalistas y que gira en torno al conflicto taurino-antitaurino. El inicio es conciliador y todas las posturas coinciden en remarcar que no es admisible alegrarse por la muerte de ningún ser humano (independientemente de su postura ideológica). No obstante, más allá de esta cuestión, en todo momento se plantea el hecho y el debate desde la confrontación. La colisión de las posturas enfrentadas se constituye como el eje del discurso. Pese a que el presentador modera y da turno de palabra, el orden tarda poco en dejar de respetarse y el debate se convierte en una confrontación verbal directa y poco ordenada más que en un intercambio de ideas. Incluso el propio conductor del programa llega a tomar partido y a intervenir (de nuevo de forma totalmente opinativa mostrando su postura personal respecto al tema).

Todo esto se ve acrecentado en el momento en el que se realiza una conexión en directo con una persona responsable de los comentarios en redes sociales sobre la muerte del torero. En este caso la confrontación es directa. Audiovisualmente llega a verse reforzada por pantallas partidas y planos-

contraplanos para manifestar visualmente la división de opiniones (haciendo énfasis en reacciones, contrarréplicas, gestos). El debate termina “muriendo” sin llegar a ninguna conclusión (pone de manifiesto que lo importante en el discurso era el hecho y no el contenido).

En esta parte del programa no se aprecia una estructura clara, no hay un discurso coherente y cohesionador, no se cierran las “secciones”, simplemente se producen comentarios y debate de forma episódica y los cambios de tema/escenario están condicionados únicamente por la escaleta del programa y las pausas publicitarias. No hay conclusiones ni ningún tipo de mensaje de cierre, se pasa de un espacio a otro.

En línea con lo anterior, no se aprecia una intención didáctica o informativa, el programa únicamente incide en los puntos de fricción y en la discrepancia de las posturas (extremas e irreconciliables) más que en explicar una situación o formar una opinión mediante datos e información. No hay preguntas y respuestas, apenas hay reflexión (ni tiempo para ello) relegando al debate a una mera discusión anecdótica. En ningún momento hay conciliación ni acercamiento de posturas (nunca se busca esclarecer los hechos, aportar soluciones, o responder interrogantes). No hay conclusiones, no hay un cierre o corolario, todo se limita al enfrentamiento de posturas subjetivas, personales y de clara opinión, todos los invitados se expresan a título personal, nadie representa una postura oficial de ninguna organización (pese a que alguno de ellos sí que esté acreditado como perteniente a algún tipo de entidad).

Por lo tanto, con el fin de conseguir un discurso hiperbólico y espectacularizado híbrido entre información (más por el uso y emulación que por objetivo del programa) y entretenimiento/ficción, en el espacio analizado pueden distinguirse una serie de elementos técnicos, narrativos, estructurales y estéticos que lo pueden definir como infoentretenimiento:

- Piezas que emulan estética y estructuralmente espacios informativos: un sumario, inclusión de *off*, testimonios, rótulos y textos identificativos.
- Imágenes de recurso de los hechos y archivo: ilustran y dotan de contenido audiovisual a los vídeos.
- Piezas que introducen y explican el caso mediante montaje. La reconstrucción de elementos formales informativos: testimonio gráfico (foto) y textual/sonoro (parafraseo en texto de pantalla del sonido telefónico) de una declaración que cuenta los hechos desde el punto de vista de una de las partes (Canales Rivera).
- Testimonios de los protagonistas/expertos: toreros, periodistas, afectados, activistas, simpatizantes...

- *Off*: locución que estructura y presenta los hechos (agresión al torero y tema general de las posturas enfrentadas entre anti-aurinos y aurinos). Pese a que informa, utiliza lenguaje parcial, hiperbólico y adjetivado: “Oleada antitaurina” o “Contrarrestar a estos radicales”.
- Uso constante de la música para construir y definir un tono emocional, tanto en piezas audiovisuales como durante el debate.
- Intervención recurrente del presentador. Guía el programa pero interviene, muestra su opinión y toma partido. Incluso al final protagoniza el debate (*show*).
- Conexiones en directo con protagonistas. Uso de pantalla partida para mostrar reacciones en plató (mostrar desacuerdo). Generación de conflicto incluso de forma visual.
- Uso del hashtag #torerofobia, con las implicaciones ideológico-semánticas puede conllevar.
- Uso continuo del conflicto como motor del debate.
- Uso de rótulos durante el transcurso de la entrevista que anticipa el contenido del programa: una entrevista en directo con un *tuitero* que se alegró de la muerte del torero.

4.5. La Línea Roja

“¿Te atreves a cruzar la Línea Roja?”. El programa de Cuatro busca, desde el género reportaje, profundizar en diferentes ideologías y formas de vida desde puntos de vista antagonistas. En este caso, vamos a analizar el programa del 26 de septiembre de 2017, dedicado de forma íntegra a la tauromaquia, en el cual se enfrentan diferentes representantes de ambos lados del debate.

La parte informativa reside, especialmente, en la profundización de un tema, acudiendo a diversos puntos de vista, contrastando y aludiendo a diferentes fuentes, datos y localizaciones. Al mismo tiempo, el propio formato, a través de visiones opuestas, potencia la espectacularización del contenido generando conflicto. Lo encontramos desde la propia presentación del programa: “Esta línea roja separa dos formas de pensar totalmente opuestas (...). Durante unos días van a vivir en terreno contrario con gente que piensa y actúa completamente diferente a ellos”. Así, se busca profundizar en el conflicto juntando visiones antagonistas e introduciendo a los protagonistas en el ámbito contrario a su ideología.

Por otro lado, el periodista y reportero es Jesús Cintora, el cual coprotagoniza la información. Hablaríamos de un intermediario declarado que habla

en primera persona, aparece en cámara de forma continuada y genera interacciones con el entorno. El reportaje también hace uso de la técnica de cámara al hombro, siendo ésta más evidente en las situaciones de indiscutible tensión. Se llega incluso a colocar una cámara deportiva sobre una estructura usada en el festejo taurino. A todo ello, se unen los golpes sonoros y la música extradiegética; se usan ambos recursos con el fin de reforzar las reacciones de los entrevistados y las situaciones de conflicto; de este modo, se usa el montaje con finalidad ideológica.

5. Conclusiones

Tras exponer los resultados del estudio de caso procedemos a presentar las principales conclusiones extraídas de la investigación desarrollada. En primer lugar, procede concretar que ha quedado demostrado que, en las piezas analizadas, el conflicto entre taurinos y antitaurinos se ha convertido en un asunto de interés público. La cobertura de las noticias vinculadas con este dilema es amplia y ocupa un espacio considerable en productos televisivos cuya aceptación por parte de las audiencias es más que notable. De hecho, en el caso de “La línea roja” es precisamente este tema el que abre la primera temporada de reportajes.

En segundo lugar, podemos afirmar que las audiencias no siempre pueden ser conscientes de la separación entre ficción y entretenimiento porque los medios se preocupan de que esto suceda. Muchos programas de entretenimiento, por su apariencia formal, adquieren y utilizan características propias de la información cuando en realidad están vertiendo opinión (no siempre plural). Tal como ha quedado demostrado en la Tabla 2, todos los productos analizados tienen una apariencia informativa, pero, de una u otra manera, emplean recursos narrativos, de realización, visuales y sonoros que impiden la disociación entre información y entretenimiento. Más bien, se utilizan estructuras propias de la información para legitimar debates, análisis e, incluso, reportajes cuyo fin es claramente el entretenimiento.

En tercer lugar, podemos colegir que los programas analizados son ejemplos válidos de cómo el entretenimiento y el *infotainment* (en esta ocasión un espacio de entretenimiento utiliza técnicas y aspecto de información, aunque de forma rudimentaria y en otras se “apropia” de apariencia y herramientas informativas desarrolladas en un contexto de entretenimiento) obvia el contenido, basado en la realidad, para producir un discurso poco profundo, que no analiza causas ni consecuencias. Este discurso se centra en la presentación, haciendo hincapié en los hechos más llamativos de manera sensacionalista y con una presentación formal que redundante en la utilización de técnicas informativas para ganar legitimidad pero que no duda en emplear herramientas narrativas propias de la ficción para aumentar la espectacularidad y el atractivo del producto audiovisual (no en vano son

contenidos y espacios de entretenimiento), produciendo todo ello una frivolidad en el tratamiento del tema, pudiendo llegar a transmitir valoraciones y opiniones como datos fidedignos (al producirse una simbiosis discursiva entre la estética y la técnica informativa y el discurso y objetivo del programa, entretenimiento).

En último lugar, podemos afirmar que las posturas enfrentadas o cualquier tipo de confrontación con amplia representación en sectores poblacionales suelen ser contenidos idóneos para este tipo de programación ya que es fácil aplicar arquetipos narrativos (buenos, malos), identificar a la audiencia con una de las posturas, mostrar argumentos estereotipados y generalistas, realizar visiones sesgadas e hiperbólicas de un hecho que produzcan situaciones y posturas extremas, etc. Todo ello con una presentación formal en la que la confrontación pueda ser escenificada audiovisualmente, siendo este el punto de mayor importancia más que el contenido o el discurso.

Por lo tanto, ¿este es un medio o cauce adecuado para articular las demandas y posturas legítimas de los movimientos sociales?, ¿se pierde el mensaje en la forma?, ¿realmente llega el mensaje?, ¿se corre el riesgo de radicalizar?, ¿es signo de la importancia de ciertos temas y movimientos sociales el que sean frivolidados y tratados en este tipo de foros únicamente orientados al entretenimiento? Quedan todos estos interrogantes para futuras investigaciones.

Referencias bibliográficas

- Almirón, N. y Freeman, C.P. (Eds.). (2016). *Critical Animal and Media Studies*. New York: Routledge.
- Alonso, L. y Casero-Ripollés, A. (2016). La influencia del discurso sobre cambio social en la agenda de los medios. El caso de la Plataforma de Afectados por la Hipoteca. *OBETS. Revista de Ciencias Sociales*, 1 (11), 25-51.
- Berrocal, S., Redondo García M., Martín Jiménez V. (2014). La presencia del infoentretenimiento en los canales generalistas de la TDT española. *Revista Latina de Comunicación Social*, 69, 85-103.
- Casero-Ripollés, A.; Ortells-Badenes, S. y Rosique, G. (2015). Consecuencias democráticas de la disolución de las fronteras entre información, entretenimiento y privacidad en la era digital. *Telos. Cuadernos de Comunicación e innovación*, 1-10.
- Castillo, A. (2011). Medios de comunicación y Think Tanks. Ponencia presentada en La ética de la comunicación a comienzo del siglo XXI: I Congreso Internacional de Ética de la Comunicación, libro de actas. Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla, 29, 30 y 31 de marzo de 2011. Juan Carlos Suárez Villegas (ed.) (pp. 561-570). Sevilla: Universidad de Sevilla.
- Castillo, A. y Almansa, A. (2014). Relaciones públicas y lobby. Análisis de su presencia en la Unión Europea. Ponencia presentada en el XII Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación, 6,7 y 8 de agosto de 2014, Lima, Perú.
- Castillo, A.; Smolak, E. y Fernández Souto, A. B. (2017). Lobby y comunicación en España. Análisis de su presencia en los diarios de referencia. *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, 783-802.
- Ley Orgánica 10/1995, de 23 de noviembre, del Código Penal, 1995.
- León, B. (2013). Factual entertainment: coordenadas de un macrogénero en alza. En B. León (coord.), *Entretenimiento televisivo basado en hechos reales* (pp. 15-24). Salamanca: Comunicación Social.
- García Avilés, J.A. (2007). El infoentretenimiento en los informativos líderes de audiencia en la Unión Europea. *Anàlisi*. 35, 47-63.
- Haro, C. y Sampederro, V.F. (2015). Activismo político en Red: del movimiento por la vivienda digna al 15M. *Teknokultura. Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales*, 8 (2), 167-185.

- Hemley, R. (2012). *A field guide for immersion writing: memoir, journalism and travel*. Athens, Georgia: University of Georgia Press.
- Krüger, U.M. (1988). Infos- Infotainment- Entertainment. *Media Perspektiven*. 10, 637-664.
- Moyano, E.; Castro, F. y Prieto, J. (2015). Bases sociales y políticas del bienestar animal en la Unión Europea, *Ambienta*, 3, 68-93.
- Thomas, B. (1990). *Finding Truth in the Age of Infotainment*. Washington D.C.: Editorial Research Reports.
- Vázquez, R. y Valencia, A. (2016). La creciente importancia de los debates antiespecistas en la teoría política contemporánea: del bienestarismo al abolicionismo. *Revista Española de Ciencia Política*, 42, 149-166.
- Vilalta i Casas, J. (2006). *El espíritu del reportaje*. Barcelona: Universidad de Barcelona.
- Wenner, J. y Seymour, C. (2007). *Gonzo: the life of Hunter S. Thompson*, London: Hachette Livre UK.
- Zapata, D.C. (2015). Entre aficionados y anti-taurinos apuntes para una discusión sobre la tauromaquia sin esencialismos. *Mediaciones*, 15, 30-44.

Programas de television

- Blanco, F. (presentador). (11 de abril de 2017). *Zapeando* [programa de TV]. J.A. García Roperó (productor ejecutivo). *Zapeando*. España: La Sexta.
- Cintora, J. (presentador). (26 de septiembre de 2017). *La línea roja* [programa de TV]. Cuarzo Producciones y Mediaset España (productores ejecutivos). *La línea roja*. España: Cuatro.
- El Gran Wyoming (presentador). (12 de junio de 2017). *El Intermedio* [programa de TV]. Atremedia Televisión y Globomedia (productores ejecutivos). *El Intermedio*. España: La Sexta.
- Griso, S. (presentadora). (13 de febrero de 2017). *Espejo público* [programa de TV]. Atresmedia Televisión y Atresmedia Noticias (productor ejecutivo). *Espejo público*. España: Antena 3.
- Vázquez, J.J. (presentador). (25 de junio de 2017). *Sábado Deluxe* [programa de TV]. Mediaset España (productor ejecutivo). *Sábado Deluxe*. España: Telecinco.

*Este libro se terminó de elaborar en diciembre de 2018
en la ciudad de Sevilla, bajo los cuidados de
Francisco Anaya, director de Ediciones Egregius.*

