



TRABAJO FIN DE GRADO

INFORMACIÓN Y SÁTIRA EN TELEVISIÓN: *EL INTERMEDIO*

de

ÁNGELA MARÍA ROMERO GUERRERO

GLORIA VILLANUEVA RENGEL

TUTOR: Dra. NATALIA MELÉNDEZ MALAVÉ

**Departamento de Periodismo
Facultad de Ciencias de la Comunicación
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA 2013|2014**



TRABAJO FIN DE GRADO
Periodismo

INFORMACIÓN Y SÁTIRA EN TELEVISIÓN: *EL INTERMEDIO*

de

ÁNGELA MARÍA ROMERO GUERRERO

GLORIA VILLANUEVA RENGEL

Fdo. alumno/a	Fdo. alumno/a	Fdo. tutor

Málaga, a 13 de junio de 2014

Departamento de Periodismo
Facultad de Ciencias de la Comunicación
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA 2013|2014

Resumen

Tras ocho años en televisión, la fórmula de *El Intermedio* ha evolucionado no sólo en emisión, sino también en contenido. En sus inicios se caracterizaba por las altas dosis de humor que incluía cada uno de los programas. A pesar de no haber dejado a un lado la parte satírica a la hora de presentar la información, el contenido estrictamente informativo supera en la actualidad a la sátira, como demuestra este trabajo. Y precisamente, es hoy en día cuando está obteniendo sus mayores cifras de audiencia. José Luis Valhondo (2007) designaba con el término *infosátira* a un nuevo género televisivo encargado de utilizar el humor en temas políticos con el fin de empatizar con los espectadores. Con dicho género, los periodistas aplican un tratamiento paródico a los asuntos públicos. En esta investigación se pretende analizar la doble dimensión de la información y el entretenimiento a través de este programa. Asimismo, se busca indagar en por qué esta fórmula no decae después de tantos años en antena; más bien al contrario, el programa se encuentra en su momento de mayor aceptación. Para ello, conoceremos cuáles han sido los espacios más vistos, realizando a posteriori un análisis pormenorizado de los mismos y explorando la situación actual de *El Intermedio* dentro de la parrilla televisiva, para entender las claves de su permanencia y de sus recientes éxitos de audiencia.

Palabras clave: televisión, humor, información, infosátira, infoentretenimiento.

Abstract

After eight years in television, the formula of '*El Intermedio*' has evolved not only in broadcast, but also in content. At its inception was characterized by high doses of humor included in each program. Despite not having put aside the satirical part when presenting information, this strictly informative content currently exceeds satire, as evidenced by this research work. And precisely, today is when it is getting its greater audience ratings. José Luis Valhond (2007) appointed with the term '*info-satire*' to a new television genre in charge to use humor in politics in order to empathize with the viewers. With this genre, journalists apply a parodic treatment of public affairs. This research aims to analyze the double dimension of information and entertainment through this program. It also seeks to investigate why this formula does not decay after so many years on the air; rather the opposite, the program is in its greatest acceptance moment. To do this, we will know which have been the most watched spaces, performing a posteriori a detailed analysis of them and exploring the current situation of '*El Intermedio*' within the TV programming, to understand the keys to its permanence and its recent audience successes.

Key words: television, humor, information, info-satire, infotainment.

Índice

1. INTRODUCCIÓN	5
1.1. Justificación.....	6
1.2. Objetivos	7
1.3. Hipótesis.....	7
1.4. Estado de la cuestión.....	7
1.4.1. El caso de <i>El Intermedio</i> : Un fenómeno en ascenso	9
2. METODOLOGÍA	11
3. RESULTADOS.....	14
3.1. Análisis individual de cada programa	14
3.2. Análisis general	22
3.3. Contexto de la parrilla televisiva.....	24
3.4. Relación entre <i>Salvados</i> y la audiencia de <i>El Intermedio</i>	30
4. CONCLUSIONES	32
5. BIBLIOGRAFÍA.....	34
Organización del trabajo por las componentes de la investigación.....	37

1. INTRODUCCIÓN

Geoffrey Baym (2009) analiza en su libro titulado *From Cronkite to Colbert. The Evolution of Broadcast News* la evolución del modelo informativo y los cambios en los patrones de la comunicación percibidos en la televisión estadounidense en las últimas décadas, un modelo que podría ampliarse al resto de países desarrollados.

En dicho libro se recoge la siguiente afirmación: “los viejos presentadores de noticiarios en televisión, representantes de los clásicos valores del periodismo (la objetividad, el desapasionamiento y cierto laconismo expresivo), están siendo sustituidos en cuanto a notoriedad e influencia pública por los presentadores de programas de sátira política, que representan unos valores más actualizados y postmodernos del periodismo televisivo actual, donde reina la subjetividad, la hilaridad y cierta sobreactuación expresiva”(Baym, 2009).

Modelos como el Edward R. Murrow o como el de Walter Cronkite que inventó aquello de “así son las cosas” y que luego Ernesto Sáenz de Buruaga en España no sólo copió sino que amplificó: “así son las cosas y así se las hemos contado”, han dado paso a otro tipo de líderes informativos como son, por ejemplo, Stephen Colbert, David Letterman, Bill Maher, Jon Stewart o Conan O'Brien, todos ellos presentadores que conducen exitosos programas de sátira política en la televisión en Estados Unidos. En nuestro país, el ejemplo más evidente sería *El Intermedio*, que conduce El Gran Wyoming, dejando claro su postura satírica, también parodia las frases de entradas propias del presentador de noticias solvente y tradicional con su frase de inicio “ya conocen las noticias, ahora les contaremos la verdad”.

En los estudios de humor a nivel internacional, la sátira política es considerada un género cómico muy controvertido y difícilmente clasificable porque es un híbrido a mitad de camino entre el puro entretenimiento y cierto afán de intencionalidad política provocadora (Moreno, 2014). Tal vez por ello la sátira ha sido objeto de interpretaciones en algunos casos contrapuestas. José Luis Valhondo Crego en su libro *Sátira televisiva y democracia en España* pretende ver en este subgénero informativo “una especie de faro práctico que ilumina a la opinión pública en medio de la sobreabundancia de datos mediante una crítica auténtica, elaborada y de impacto” (Valhondo Crego, 2011: 89). Estas percepciones muestran hasta qué punto la valoración de la sátira está polarizada: donde unos simplemente ven humor sobre cuestiones de actualidad otros ven información de forma humorística.

Algunos estudios realizados en Estados Unidos, como por ejemplo los trabajos de Landreville, Holbert y Lamarre sobre la relación entre ideología y sátira política, indican que este tipo de programas tienen un impacto muy limitado en la opinión pública (Moreno, 2014).

No obstante, en el caso de *El Intermedio* existe la máxima de observar la información de actualidad política desde la lejanía para subrayar la manipulación ejercida por los diferentes medios de comunicación. De esta forma, el programa muestra sin tapujos su posicionamiento editorial, ofrece opinión y contribuye a crearla.

1.1. Justificación

Para realizar esta investigación hemos elegido el programa *El Intermedio* por ser un ejemplo evidente de sátira política en España que posee un gran éxito de audiencia en la actualidad. Después de ocho años de emisión, ha sido en el presente 2014 cuando ha obtenido las mayores cifras de espectadores. Por ello, nuestro análisis se centra en los cuatro programas más vistos en la historia de *El Intermedio*. Cabe destacar que de todos los contenidos que componen la parrilla televisiva de La Sexta, es este programa el que concentra mayor audiencia.

El Intermedio, así como el presentador encargado de conducirlo, El Gran Wyoming, se caracterizan por su alto nivel de controversia, lo cual ha quedado reflejado en diferentes medios de comunicación en más de una ocasión y hace del programa un objeto de investigación de recurrente actualidad y de innegable interés; como, por ejemplo, cuando los políticos y medios de la derecha lo vincularon con la agresión al periodista de Telemadrid Hermann Tertsch debido a un vídeo montaje emitido previamente en el programa donde se manipularon unas declaraciones muy polémicas de Tertsch. También, en el *Cascabel al gato* de 13TV, el portavoz del Gobierno de Aznar, Miguel Ángel Rodríguez calificó a Wyoming de “cocainómano” después de que éste tratara en tono humorístico su accidente por conducir bajo los efectos del alcohol. Uno de los ejemplos que más dio que hablar, fue el montaje que realizó *El Intermedio* donde el presentador vejaba reiteradamente a una becaria por no realizar bien su trabajo. El vídeo, tras ser emitido en el programa *El gato al agua* de Intereconomía TV, dio lugar a la respuesta de Wyoming desvelando que “fue un montaje ideado para probar la ineptitud de ese canal”. Lejos de disipar la polémica, la revelación del falso vídeo abrió el debate sobre de lo que son capaces las cadenas de televisión por conseguir audiencia, por un lado, y por otro, hasta qué punto comprueban la veracidad de las noticias que emiten (Muñoz, 2009).

En la elección del programa *El Intermedio* ha influido además el hecho de que no exista ninguna investigación previa sobre el mismo; únicamente hemos observado menciones en ciertos estudios relacionados con la sátira y la información, como por ejemplo *El humor que no da risa. El sexismo en los programas de entretenimiento televisivo* de Nuria Quintana y Juan F. Plaza (2011), *La presencia del infoentretenimiento en los canales generalistas de la TDT española* de Salomé Berrocal, Marta Redondo y otros (2014), e *Hibridaciones de la hipertelevisión: información y entretenimiento en los modelos de infoentertainment* de Inmaculada Gordillo, Virginia Guarinos y otros (2011).

1.2. Objetivos

1. Conocer cuándo ha tenido lugar la emisión de los programas más vistos (día de la semana, contexto informativo, contexto en el conjunto de la parrilla que pueda influir...).
2. Intentar explicar por qué algunas de las últimas emisiones del programa han obtenido record de audiencia en su octava temporada.
3. Calibrar el tiempo dedicado por cada programa al contenido meramente informativo frente al satírico.
4. Indagar acerca de por qué esta fórmula no decae después de ocho años de emisión, e incluso al contrario, el programa se encuentra en su momento de mayor empuje.

1.3. Hipótesis

1. El programa *El Intermedio* ha hecho un cambio en su estructura y contenido adaptándose al interés de un sector de la audiencia más crítico con a la situación política actual, protagonizada por la crisis económica, el auge de los casos de corrupción, la inestabilidad de instituciones como la Monarquía, los debates sobre el modelo de Estado o los planteamientos sobre cambios en el sistema heredado tras la Transición.
2. La adopción de un perfil más informativo en el programa, como, por ejemplo, con la inclusión de entrevistas en plató, ha ayudado a mejorar sus índices de audiencia.

1.4. Estado de la cuestión

Como hemos señalado anteriormente, tras nuestras labores previas de búsqueda documental, no hemos hallado investigaciones que se centren en el caso concreto de *El Intermedio*.

Pero sí hemos podido tomar como referencia un estudio titulado *La imagen de los partidos políticos en El Informal, CQC y Las Noticias del Guñol en las elecciones legislativas de 2001* (Berrocal y otros, 2001) basado en programas del mismo estilo. Nos hemos inspirado en el trabajo de Berrocal sobre todo a la hora del diseño metodológico.

En el libro *El entretenimiento en TV: Guión y creación de formatos de humor en España* (Sangro y Salgado, 2008) se incluye un capítulo titulado “*El Intermedio. ‘Ya conocen el programa, ahora les contaremos la verdad’*”, escrito por Miguel Sánchez-Romero, director del programa, en el que habla sobre los inicios de este espacio y el trabajo diario que realiza el equipo. Esta información nos ha ayudado a conocer más a fondo los entresijos del programa.

Para hablar de un concepto central del trabajo, como es el de *infosátira*, al que se adscribe el programa hemos utilizado la investigación de José Luis Valhondo (2008) llamada *Infosátira y democratización del espacio televisivo*. En ella, el autor sí centra su objeto de estudio en la infosátira que se desarrolla en determinados programas de televisión. Se trata de un género que mezcla contenidos políticos con un tratamiento humorístico. La infosátira constituye desde mediados de los 90 una novedosa fórmula de infoentretenimiento en las parrillas televisivas. Con este nuevo género, los periodistas aplican un tratamiento paródico y satírico a los asuntos públicos.

Según Valhondo, la infosátira apunta a un público específico: el sector de la juventud. Éste considera de gran importancia participar en la política, pero aborrece la política oficial y la comunicación política propia de los informativos tradicionales, es por ello que este género podría permitirle participar a través de una perspectiva diferente de la política.

Enrique Bordería, Francesc A. Martínez y Josep Ll. Gómez Mompert en su libro *La risa periodística*, apuntan que “los programadores contaban con que los informativos tradicionales no disfrutaban de excesivo éxito entre el target juvenil, con lo que la infosátira podría competir con los telediarios en su franja horaria”, como es el caso de *El Intermedio*. Además, describen la expresión ‘risa periodística’ como “aquella que ha elaborado la prensa moderna desde el siglo XVIII hasta la actualidad, bien sea con ilustraciones, viñetas, chistes, caricaturas o historietas, con o sin textos de apoyo o con el uso o no de bocadillos en sus personajes, o mediante escenas audiovisuales o digitales”. Asimismo, añaden que “la esencia del humor periodístico es informar y opinar del devenir noticioso mediante un lenguaje ingenioso, cómico, provocador, irónico, satírico o sarcástico” (Bordería, Martínez y Gómez Mompert, 2010: 147).

De aquí que el humor constituya una parte básica de la comunicación política. Y no sólo por la reconocida capacidad persuasiva que tiene el mensaje humorístico para provocar efectos en las audiencias, sino por la constante y reiterada presencia que el humor ha tenido en la historia de la comunicación política. “Desde la literatura costumbrista, pasando por la comunicación impresa, periódica hasta los modernos medios de comunicación actuales, política y humor parecen formar un matrimonio inseparable” (Bordería, Martínez y Gómez Mompert, 2010: 72). Y sobre el más reciente fenómeno del infoentretenimiento añaden: “El infoentretenimiento ha pasado a ser una exigencia básica de cualquier informativo audiovisual para poder competir con el resto de cadenas. En el infoentretenimiento de los telediarios no sólo entran aquellas noticias que tratan acerca de las curiosidades, el interés humano o la vida de los famosos, sino que también incluye el humor como contenido habitual” (Bordería, Martínez y Gómez Mompert, 2010: 72). Por el contrario, *El Intermedio* es un formato en principio basado en el humor y el entretenimiento que convive con la información pura y dura.

En el artículo *Hibridaciones de la hipertelevisión: información y entretenimiento en los modelos de infoentertainment* (Gordillo y otros, 2011) se habla de la existencia de un modelo informativo satírico recogido dentro del subgénero del entretenimiento. Este modelo es el más desarrollado y extendido en la televisión española. Sus características, que se ajustan a las de *El Intermedio* plenamente, se podrían sintetizar así:

- Posee una relación directa con la agenda informativa diaria o semanal.
- Se trata de una deformación de un informativo serio.

- Realiza un tratamiento humorístico de la información cotidiana satirizando a personajes reales.
- Caricaturiza la realidad mediante la ironía, la parodia y la imitación.
- Sus presentadores emplean interludios cómicos.
- Ficcionalizan las personalidades de los presentadores principales y su relación, así como la de los colaboradores.
- Al margen de la parodia de los noticieros, el humor puede radicar en los mecanismos de la ironía y el doble sentido.
- Se emite en el *access-prime time*, justo tras las noticias.

1.4.1. El caso de *El Intermedio*: Un fenómeno en ascenso

El Intermedio es un programa producido por Globomedia y emitido en la cadena española La Sexta de lunes a jueves de 21:30 a 22:30 horas. Trata de analizar la actualidad con humor, intercalando distintos reportajes de otros estilos.

El Intermedio nació como un programa semanal, diseñado para ser un espacio que mezclara información y humor con especial atención no tanto a la noticia en sí, sino a cómo la habían reflejado los distintos medios de comunicación. Se comenzó a emitir al tiempo que lo hacía La Sexta, el 30 de marzo de 2006, y su primera audiencia fue de un 0,1% de share, lo que suponía unos 25.000 espectadores. Se emitieron diez programas y llegaron a alcanzar un 2% y 325.000 espectadores en la última emisión semanal.

Pese a que *El Intermedio* comenzó siendo semanal y de dos horas de duración, pronto se dividió en cuatro ediciones de treinta minutos repartidas de lunes a jueves. Su franja horaria es siempre la conocida como *access-prime time*, espacio de tiempo comprendido entre la finalización del noticiario vespertino y el comienzo del *prime time* (Gordillo y otros, 2011: 8).

José Miguel Contreras, responsable y copropietario de La Sexta y creador de *El Intermedio*, en el prólogo del libro *El entretenimiento en TV: Guión y creación de formatos de humor en España*, asegura que los recursos del humor necesitan un modelo político abierto y comprensivo con la crítica. “El mejor humor vive de la crítica despiadada a los poderosos. Es evidente que resulta bastante más divertido que cebarse con los más débiles. Reírse de los poderosos aporta algo de justicia social. Al menos que paguen por su dominio. Además, resuelve en parte el conflicto de lucha de clases. Es una manera de sacudir a las clases dominantes de forma elegante y sin duda eficaz, a la vista de lo mal que suele sentarles (...) La risa tiene una gran utilidad como respuesta a “dolencias sociales”, como la injusticia, la crisis o la anomia colectiva” (Sangro y Salgado, 2008: 19).

Miguel Sánchez-Romero, director de *El Intermedio*, escribió un capítulo sobre este programa en el libro anteriormente mencionado, en el que explica que si tuvieran que hacer una definición rápida, podrían decir que *El Intermedio* es un nuevo ejemplo de los formatos denominados “informativos humorísticos”. Según Sánchez-Romero, se trata de una categoría de programas cuya intención es ofrecer una doble alternativa a la audiencia: que el espectador que busque informarse sobre lo acontecido en el día (al menos, lo más importante) pueda hacerlo, y que el que sólo busque reírse y pasar un rato divertido también consiga su objetivo.

El objetivo del director era crear un estilo que, en la medida de lo posible, tratara de evitar el uso del lenguaje habitual de los informativos, porque ello daría al programa una seriedad y una densidad poco recomendables para su segundo objetivo: hacer reír a la audiencia. *El Intermedio* aborda, en clave de humor, las noticias más importantes de la jornada y da cuenta de cómo el resto de medios han tratado esas informaciones.

El concepto de la nueva versión del programa estuvo desde un principio determinado por tres factores: la vocación editorial del programa, la franja de emisión y la personalidad del conductor del espacio. Con estos principios, mostraban sin tapujos su posicionamiento editorial, ofrecían opinión y ayudaban a crearla. En cuanto al estilo narrativo, recoge los hechos desde la ironía, la caricatura e incluso la burla. Utiliza profusión de recursos técnicos propios del infoentretenimiento: emite vídeos manipulados con personajes de la actualidad a quienes se les hace aparecer en situaciones ridículas o pronunciando discursos cómicos. Sobre imágenes reales inserta rótulos y efectos de postproducción que alteran el sentido de lo grabado. Al margen de la parodia de los noticieros en general que se encuentra en la propia base de *El Intermedio*, el humor del programa radica en los mecanismos de la ironía y del doble sentido. Respecto al tono, es atrevido, osado e irreverente, determinado, en cierto modo, por esa premisa con la que arranca cada día el programa: “Ya conocen las noticias, ahora les contaremos la verdad”. Según Sánchez-Romero, este arranque “supone una especie de compromiso que nos obliga a hablar claro y llamar por su nombre a determinados sucesos que algunos medios de los llamados ‘serios’ no pueden o no quieren permitirse abordar” (Sánchez-Romero, 2008: 231).

La personalidad de El Gran Wyoming también favorece un cierto compromiso en el posicionamiento del programa. El polifacético José Miguel Monzón es un profesional especialmente idóneo para este formato pues, dentro de su nutrido y variado historial como cantante, actor y presentador, es recordada su participación en proyectos igualmente controvertidos como *El peor programa de la semana* y *La azotea de Wyoming* en TVE, y su trayecto al frente de la primera versión española de *Caiga Quien Caiga* en Tele 5. Así pues, El Gran Wyoming es un precursor del infoentretenimiento en nuestro país y establece una especie de puente entre las actuales muestras de este mismo género televisivo en la actualidad.

En *El Intermedio*, El Gran Wyoming se encuentra durante casi todo el tiempo en la mesa del plató, acompañado por la periodista Sandra Sabatés, puesto que inicialmente ocupó la también periodista Beatriz Montañez, que desarrolla la sección “Repaso a los medios”. Consiste ésta en un resumen de titulares de la prensa, así como de cortes de radio y televisión, en la clave de humor que emana de la dinámica entre los dos presentadores: una actualización del clásico número cómico de pareja, con El Gran Wyoming desempeñando el papel pretendido de un patán ridículo y políticamente incorrecto, mientras que Sabatés ofrece el contrapunto como profesional competente y seria, objeto incluso de ataques de su compañero por su sobriedad.

En su trayectoria *El Intermedio* ha recibido numerosos premios por parte de la Academia de Televisión de España, entre los que se encuentran *Mejor presentador de programas de entretenimiento* en 2008 y 2011, *Mejor presentador* en 2012 y 2013, *Mejor programa de entretenimiento* en 2011, 2012 y 2013, y *Mejor guión* en 2012. Además, Wyoming recibió el Micrófono de Oro en el año 2008 y el premio Ondas en el año 2009 como *Mejor Conducción de Programa de Actualidad* y en el 2013 como *Mejor presentador*.

2. METODOLOGÍA

Para diseñar esta investigación nos hemos basado en estudios similares anteriores como el de Berrocal, Abad, Cebrián y Pedreira (2012) citado más arriba. Para la elección de los espacios televisivos a analizar, se basaron en los datos de audiencia. Llevaron a cabo el visionado de los vídeos correspondientes a los programas emitidos durante un periodo concreto, realizando a posteriori un estudio cuantitativo atendiendo al número de unidades analizadas y el tiempo expresado en minutos, tanto de forma general como desglosada. Para finalizar se realizó una comparativa tanto general como específica de los tiempos en minutos, extrayendo así los datos en porcentaje.

Para extraer datos sobre los contenidos del programa nos basamos en un estudio cuantitativo que ha sido realizado atendiendo a la duración de cada uno de los programas seleccionados. Acotando esto, se analizó la duración total dedicada al contenido estrictamente informativo, frente al satírico. Más en profundidad, analizamos el tiempo dedicado a todos los temas tratados, para saber a cuál se le dedicó más tiempo y, por tanto, se le concede mayor importancia. Para facilitar visualmente esta información, utilizamos gráficas en las que se indicó el porcentaje de cada uno de los temas. También se contabilizó la duración por bloques de contenidos y secciones del programa.

En el análisis cualitativo se examinó el contenido del programa, diferenciando la temática informativa frente a la satírica. Para ello, se realizó una transcripción del contenido ofrecido por los presentadores del programa, así como la comunicación no verbal que se observó en cada uno de ellos. Asimismo, se realizó un estudio detallado y esquemático mediante una ficha como unidad de análisis sobre todos los aspectos generales de cada uno de los cuatro programas.

Para seleccionar la muestra se llevó a cabo el visionado de los vídeos correspondientes a los cuatro programas con más audiencia durante los ocho años de emisión de *El Intermedio*.

Nos basamos en la observación de los programas correspondientes a los días 27 de enero de 2014 y 3, 10 y 24 de febrero de 2014. Este corpus de cuatro programas se seleccionó siguiendo los criterios de máxima audiencia (alrededor de los tres millones de espectadores); se da la coincidencia de que corresponden a principios de 2014 y se da, además la circunstancia de que corresponden a la emisión de los lunes.

La unidad de análisis utilizada es la totalidad de cada uno de estos programas, que entre los cuatro suman un visionado total de 227 minutos.

A través de la página FórmulaTV, se recogieron los porcentajes de share que hizo cada programa, así como el número de espectadores que vieron *El Intermedio* en los días seleccionados.

- Lunes 27 de enero de 2014 → 2.864.000 espectadores – 13,7% share – Inicio 21:30h. – 54 min duración.

En el apartado general se incluyen, como su propio nombre indica, los datos generales de cada programa. Posteriormente, de forma más específica, se van incluyendo las diferentes secciones que componen el espacio.

- **A lo Gonzo:** Gonzo se encarga de acudir como reportero a acontecimientos políticos, para hacerles a éstos preguntas incómodas que ningún otro medio se atreve a hacer. Últimamente también realiza sus propios reportajes, sobre todo de contenido social.
- **El Pico de la Mesa:** Reflexiones sobre la actualidad que Wyoming hace desde el pico de la mesa. Esporádicamente, Sandra Sabatés también interviene en esta sección.
- **Repaso a los medios:** (en sus inicios llamada *Fritanga* o *Revista de medios*): Sandra Sabatés -anteriormente Beatriz Montañez- presenta la actualidad diaria con dosis de humor. Actualmente no es tan solo una sección, sino que es la base del programa.
- **Thais Villas:** Entrevistas con variados invitados, generalmente en la calle o en un sitio relacionado con la vida del entrevistado.
- **Imbatible Dani Mateo:** Intervenciones de Dani Mateo en el plató, generalmente con la participación de Wyoming.
- **Joaquín Reyes:** Participación de Joaquín Reyes caracterizado de diferentes personajes públicos y parodiando sus comportamientos.
- **Vídeos manipulados:** aunque no sea una sección en sí, entre sección y sección o al cambiar de tema, se introducen vídeos manipulados.

A continuación, indicamos a rasgos generales el tema del que se habla (política nacional, economía, monarquía...), señalando de forma más detallada, dentro del apartado “Contenido”, la idea principal del argumento. En la siguiente columna hacemos mención del personaje que protagoniza el hecho noticioso. A continuación dividimos el tiempo dedicado a la información frente al contenido satírico en dos apartados, incluyendo el nombre del presentador o colaborador y la duración en minutos y segundos de las intervenciones.

Para volcar los contenidos y elaborar la ficha de análisis, transcribimos en documentos de Word de forma detallada las diferentes partes que componen el programa, haciendo las anotaciones precisas en cada una de ellas y diferenciando las distintas secciones del espacio con un código de color.

La intervención de cada presentador, así como las secciones, se midieron en segundos. Esos segundos se fueron acumulando a medida que el programa avanzaba, junto con los específicos de cada sección o intervención. De este modo, se contabilizó tanto la duración específica como la cantidad de segundos transcurridos en el programa. Posteriormente, los segundos se pasaron a minutos para incluirlos de este modo en la ficha de análisis. En cada documento de Word, también se incluyó una breve sinopsis de los programas, así como un apartado de “Observaciones” en el que se mencionaron los hechos relevantes o situaciones que no se dan habitualmente en *El Intermedio*.

3. RESULTADOS

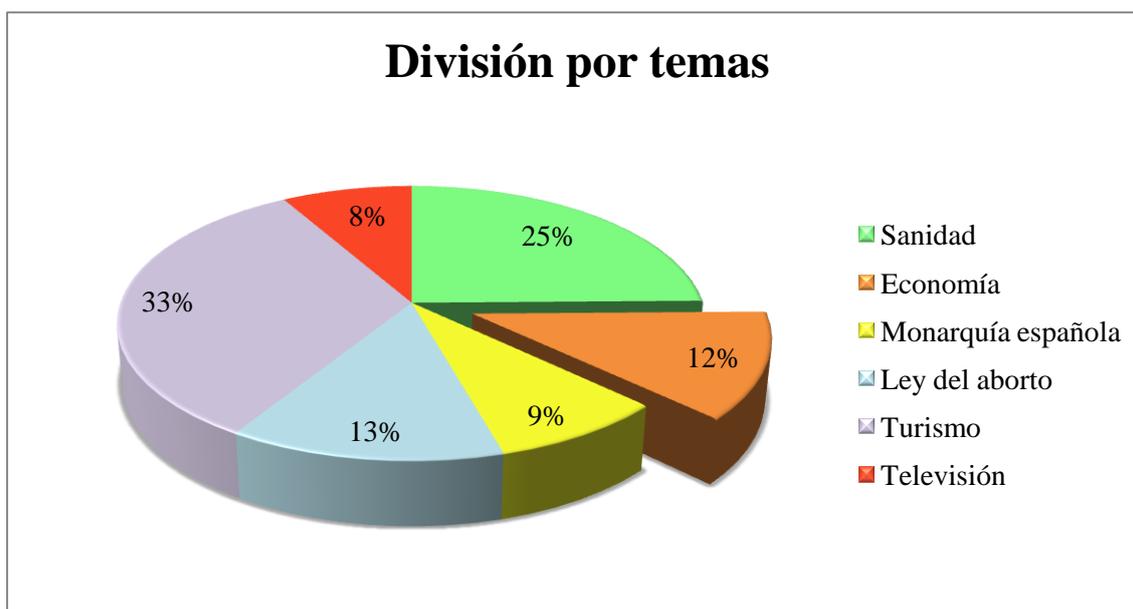
3.1. Análisis individual de cada programa

Diferenciando el contenido informativo del satírico, de los cuatro programas elegidos en el orden cronológico de su emisión, los resultados del análisis revelan una significativa presencia de la información frente a la sátira. En referencia a la división de los temas, cada una de las categorías señaladas incluye lo siguiente:

- **Sanidad** → Temas relacionados con la salud pública y privada.
- **Economía** → Entidades bancarias, datos económicos.
- **Monarquía española** → Cualquier información que afecte directamente a la Casa Real.
- **Monarquía británica** → Información relacionada con la Casa Real Británica.
- **Ley del aborto** → Reformas del Gobierno y opinión ciudadana.
- **Turismo** → Feria Internacional de Turismo. Hay que señalar que este tema en concreto se trata en el programa con cierto matiz político.
- **Televisión** → Cualquier referencia a contenidos televisivos.
- **Política Nacional** → Partidos, representantes y asuntos políticos e historia política.
- **Corrupción política** → Ilegalidades dentro de la esfera política.
- **Cultura** → Galas y entregas de premios, actos culturales.
- **Inmigración** → Situación que se da en España con respecto a personas extranjeras.

Comenzando con el espacio emitido el **lunes 27 de enero de 2014** es, de los cuatro programas que componen el corpus de nuestra investigación, el que menos audiencia obtuvo: 2.864.000, mil espectadores menos que el del día 3 de febrero, el tercero más visto.

Se trata del espacio más diverso en cuanto a contenido y temática de los cuatro analizados. Aborda temas como sanidad, economía, monarquía o turismo.



Contenido por temas (Gráfico 1)

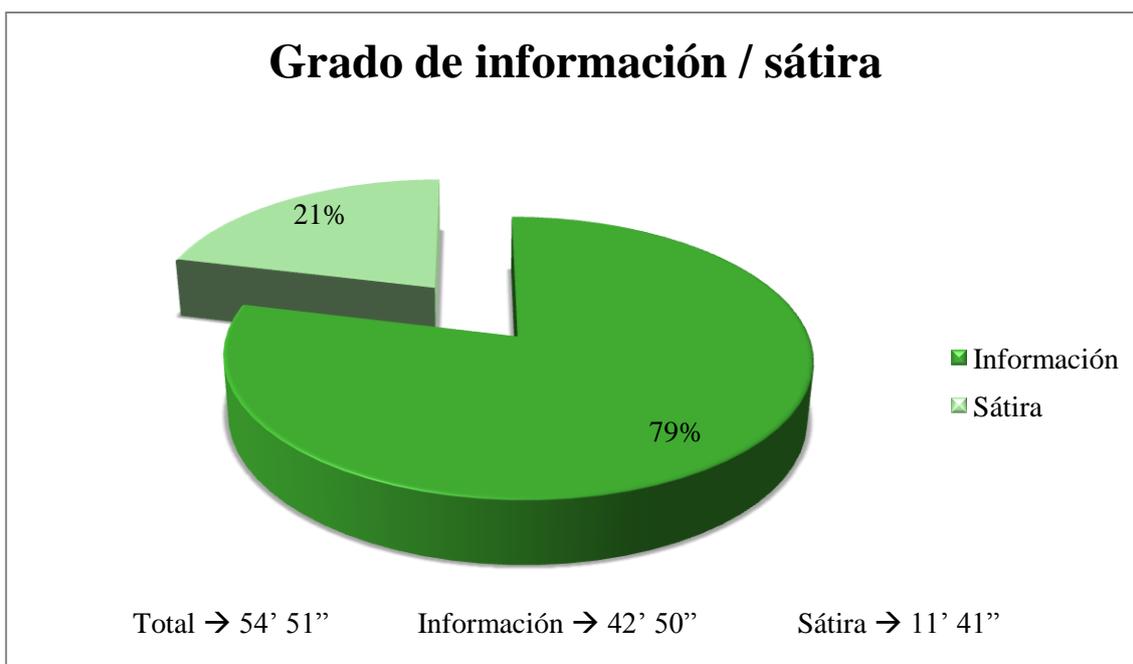
En términos absolutos el cómputo total dedicado a cada tema es el siguiente:

- Sanidad → 12' 30''
- Economía → 6' 14''
- Monarquía española → 4' 23''
- Ley del aborto → 6' 58''
- Turismo → 16' 33''
- Televisión → 4' 10''

Lo más destacable de este programa es el reportaje realizado por el colaborador Gonzo. Éste visita FITUR al encuentro de consejeros de Turismo, alcaldes, miembros de las Diputaciones Provinciales y sus acompañantes. El objetivo del reportaje era saber cuánto suponía económicamente su presencia en FITUR, qué porcentaje iba con gastos pagados y quién se costeaba personalmente el viaje. También investigó si los políticos de fuera que iban rodeados de medios de comunicación de su zona buscaban únicamente promoción de sí mismos o de la Comunidad.

Asimismo, resulta significativo que dentro de la sección *Repaso a los medios*, en la que generalmente las intervenciones de Sandra Sabatés se caracterizan por ser más duraderas que las de Wyoming, en el caso del contenido relacionado con la economía en el que se habla de Deutsche Bank, fue Wyoming quien tomó el protagonismo en esta noticia. Esto sucedió debido a que a través de una sátira crítica y mordaz, mostró descontento e indignación por el fraude de este banco con las preferentes.

Siguiendo con el tema económico y a modo de complemento, la sección *Imbatible Dani Mateo*, que suele estar marcada por el humor y la sátira, se caracterizó por ofrecer un contenido informativo aunque sin perder la esencia desenfadada que lo define. En ella se mostraban diferentes fraudes cometidos por bancos nacionales a través de la venta ilegal de preferentes a personas con un cierto grado de discapacidad, llegando incluso a realizar estas negociaciones con niños como titulares.

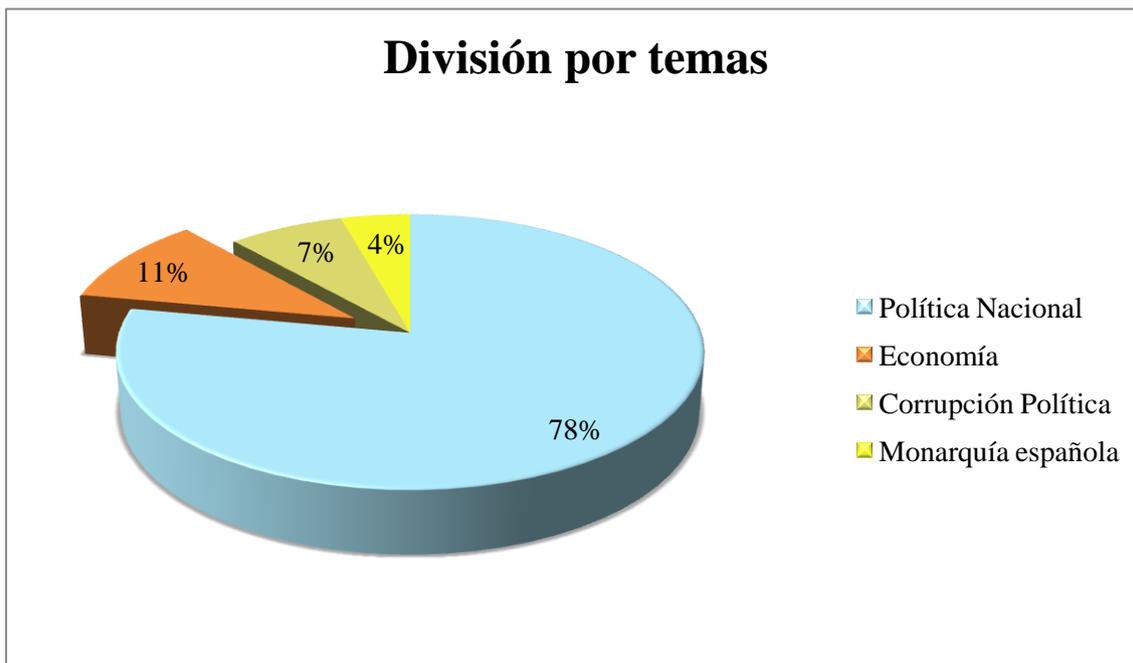


Contenido de información y sátira (Gráfico 2)

Tal y como se observa en la gráfica, la mayor parte del programa tuvo un contenido meramente informativo. Resulta significativa porque de los cuatro espacios analizados, es el que más destaca por su escaso porcentaje de humor. A simple vista, su estructura se asemeja más a la de un informativo común que a la de un programa caracterizado por su alta dosis satírica.

Fueron varios los hechos que se dieron dentro del programa para que el porcentaje de información tuviera tanta importancia frente al de la sátira: en primer lugar, las dos intervenciones de Dani Mateo en su sección, como hemos señalado anteriormente, estuvo compuesta por contenidos generalmente informativos; en segundo lugar, el reportaje realizado por Gonzo, también de carácter informativo, tuvo una duración aproximada de quince minutos, lo que aumentó el total del contenido de información de una forma muy relevante.

Continuamos ahora con el espacio emitido el **lunes 3 de febrero de 2014**.



Contenido por temas (Gráfico 3)

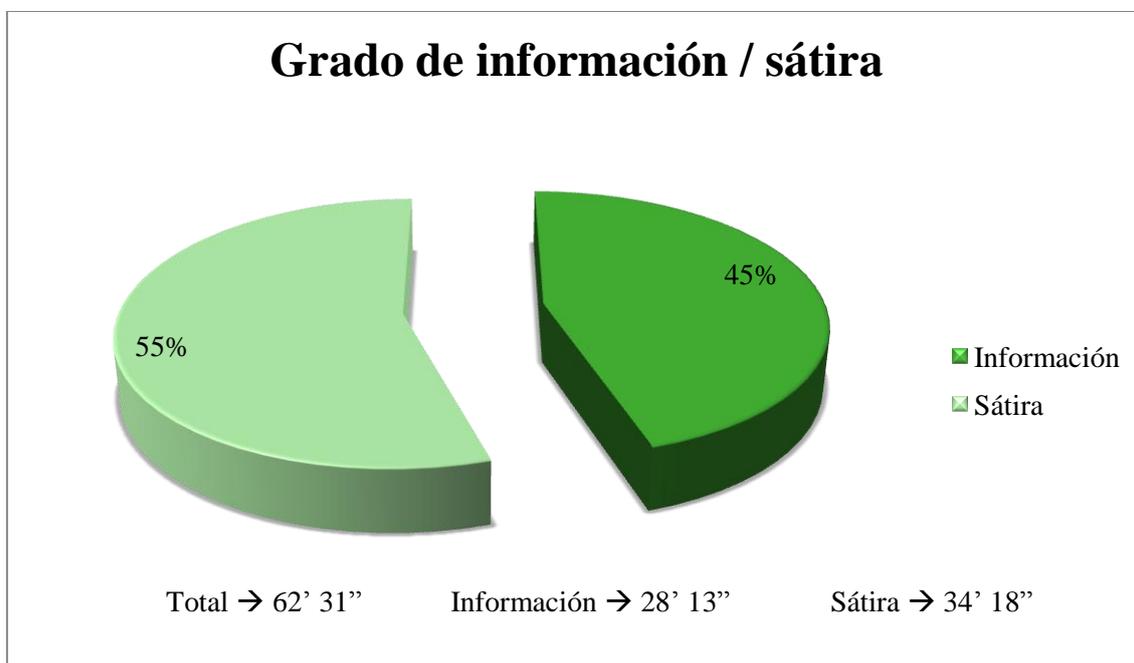
El cómputo total que se dedica a cada tema es el siguiente:

- Economía → 6' 07"
- Política Nacional → 45' 19"
- Corrupción Política → 4' 19"
- Monarquía española → 2' 53"

Este programa se caracterizó por el alto contenido en política nacional, convirtiéndose en un espacio monotemático en comparación a otros programas, ya que incluso los *Videos manipulados* tuvieron como protagonistas a personajes de este ámbito. De hecho, uno de los temas a destacar fue el debate entre Artur Mas y Felipe González sobre la independencia de Cataluña, que tuvo lugar en el programa *Salvados* del día anterior. Este contenido dentro de la sección *Repaso a los medios* tuvo una duración aproximada de diez minutos y estuvo apoyada principalmente por fragmentos del programa de Jordi Évole.

Siguiendo con la política nacional, otro de los contenidos que se trataron en esta sección fueron los crímenes durante la dictadura franquista. Por ello, en el apartado *A lo Gonzo* el colaborador entrevistó al relator de la ONU para los crímenes del franquismo, Pablo de Greiff. La duración de la entrevista fue de unos siete minutos.

También cabe destacar la sección *Imbatible Dani Mateo* donde analizó diversos testimonios de los políticos del Partido Popular en la convención que tuvo lugar en Valladolid, ya que su duración fue de doce minutos.



Contenido de información y sátira (Gráfico 4)

En cuanto a los porcentajes de información y sátira, es relevante mencionar que se trata del único programa dentro de nuestro corpus donde el contenido satírico supera al informativo.

Los motivos por los que se dio esta circunstancia son, entre otros, los siguientes: en primer lugar, las reflexiones de El Gran Wyoming en *El pico de la mesa* hicieron que el índice satírico subiese con respecto a otros programas (por ejemplo, en el anterior programa analizado esta sección no tuvo lugar); en segundo lugar, uno de los espacios de Dani Mateo tuvo una duración de doce minutos aproximados, siendo su contenido puramente humorístico, lo cual aumentó notablemente el porcentaje satírico.

El **lunes 10 de febrero de 2014** tuvo lugar el siguiente programa seleccionado.



Contenido por temas (Gráfico 5)

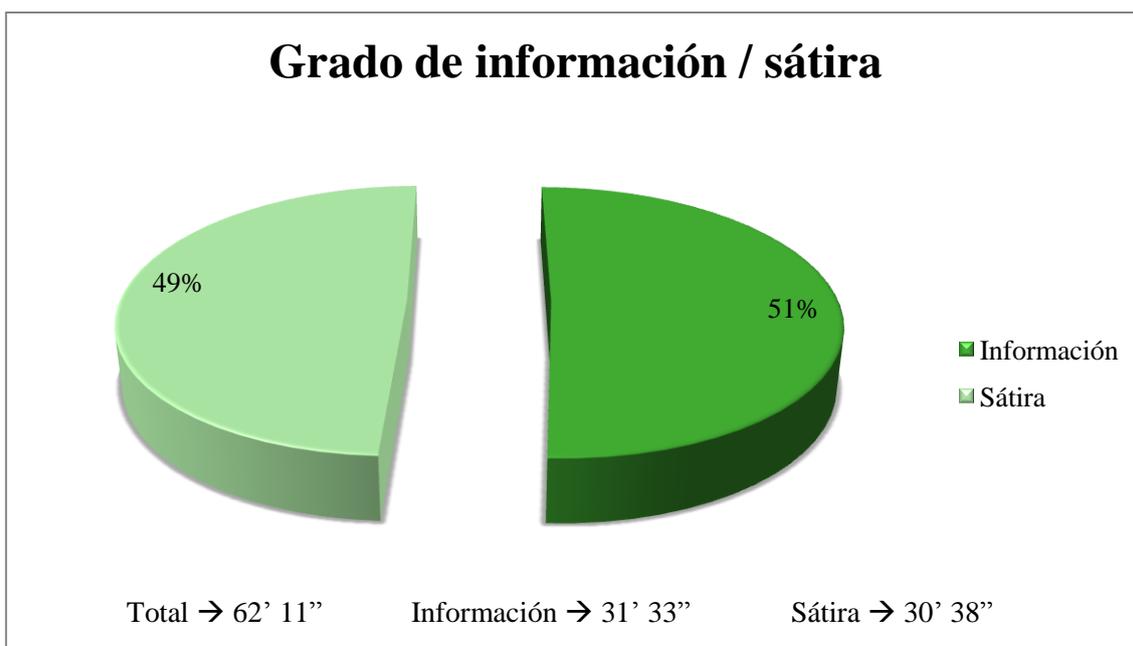
El cómputo dedicado a cada tema es el siguiente:

- Monarquía española → 38' 55"
- Monarquía británica → 9' 35"
- Cultura → 10' 43"

En esta ficha se observa que el tema principal y casi exclusivo del programa fue la monarquía española, concretamente el caso del testimonio ante el juez Castro de la Infanta Cristina. Tanto en el *Repaso a los medios*, como en la sección de Thais Villas y Dani Mateo, los protagonistas del contenido fueron en todo momento la Infanta Cristina y su esposo Iñaki Urdangarin. Se trata de un programa monotemático ya que su eje central es la monarquía, pasando de la española a la británica con una noticia referente al Príncipe Guillermo.

Es destacable también la presencia del Magistrado Emérito del Tribunal Supremo, José Antonio Martín Pallín, que concedió una entrevista en directo realizada por Sandra Sabatés y El Gran Wyoming. Este acontecimiento ofreció una visión más seria e informativa de la que nos tiene acostumbrados *El Intermedio*.

La parte desenfadada del programa la ocupó el tema de cultura nacional, en el que se habló de la gala de los premios Goya 2014 y de la sonada ausencia del Ministro de Cultura José Ignacio Wert en el evento.



Contenido de información y sátira (Gráfico 6)

En este programa el porcentaje de información frente al contenido satírico fue muy equitativo.

Al tratarse de un único tema principal, las intervenciones de Sandra Sabatés y El Gran Wyoming fueron muy igualitarias en cuestión de tiempo, ya que mientras la primera ofrecía estrictamente información, este último la complementaba con comentarios dentro de su línea humorística.

Continuamos con el programa del **lunes 24 de febrero de 2014**.



Contenido por temas (Gráfico 7)

El cómputo total que se le dedica a cada uno de los temas es el siguiente:

- Política Nacional → 29' 42"
- Inmigración → 4' 34"
- Corrupción Política → 15' 09"

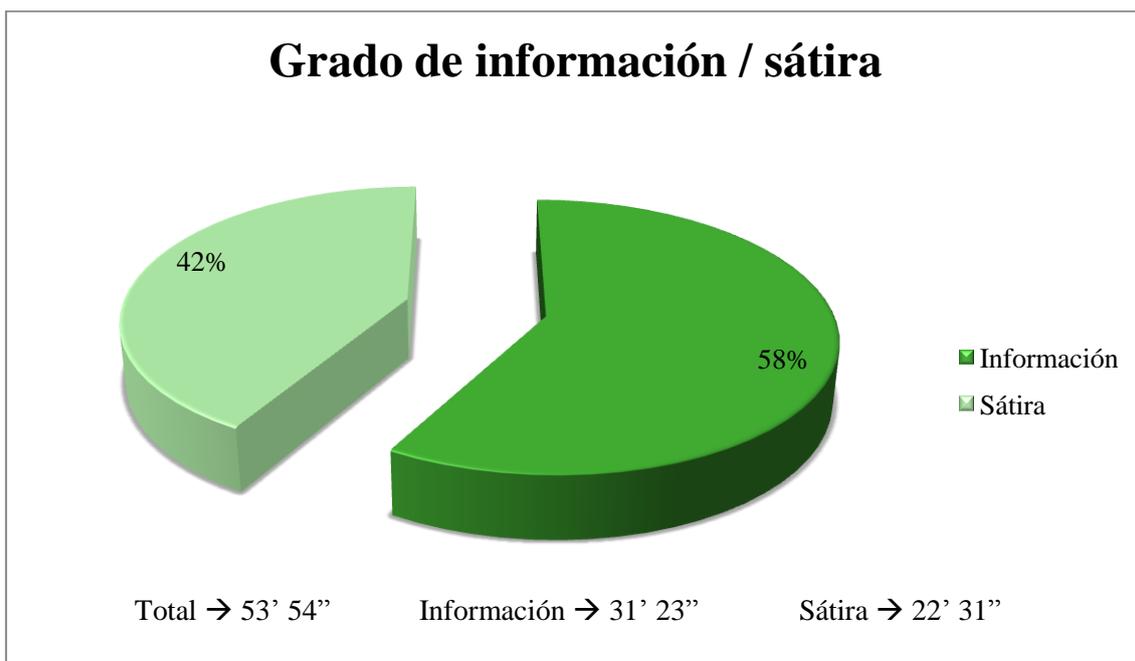
De todos los programas analizados, éste es el de mayor audiencia con 3.066.000 espectadores.

El tema principal del programa fue la política nacional. Uno de los hechos significativos fue la entrevista de Gonzo a Josefina Lamberto, familiar de una víctima del franquismo.

Destacó también el tratamiento en los medios que se le dio a *Operación Palace* de Jordi Évole y el análisis que hizo *El Intermedio* de dicho documental. Para complementar la información, se le realizó una entrevista telefónica a Évole, que afirmó esperar tal repercusión en los medios y la ciudadanía.

Al finalizar el programa, el cómico Joaquín Reyes hizo su debut como nuevo colaborador.

Cabe destacar la espontaneidad de El Gran Wyoming al improvisar el cierre del programa al recibir una orden en la cual le informaban de que iban sobrados de tiempo. Este hecho originó un eco mediático en los días posteriores.



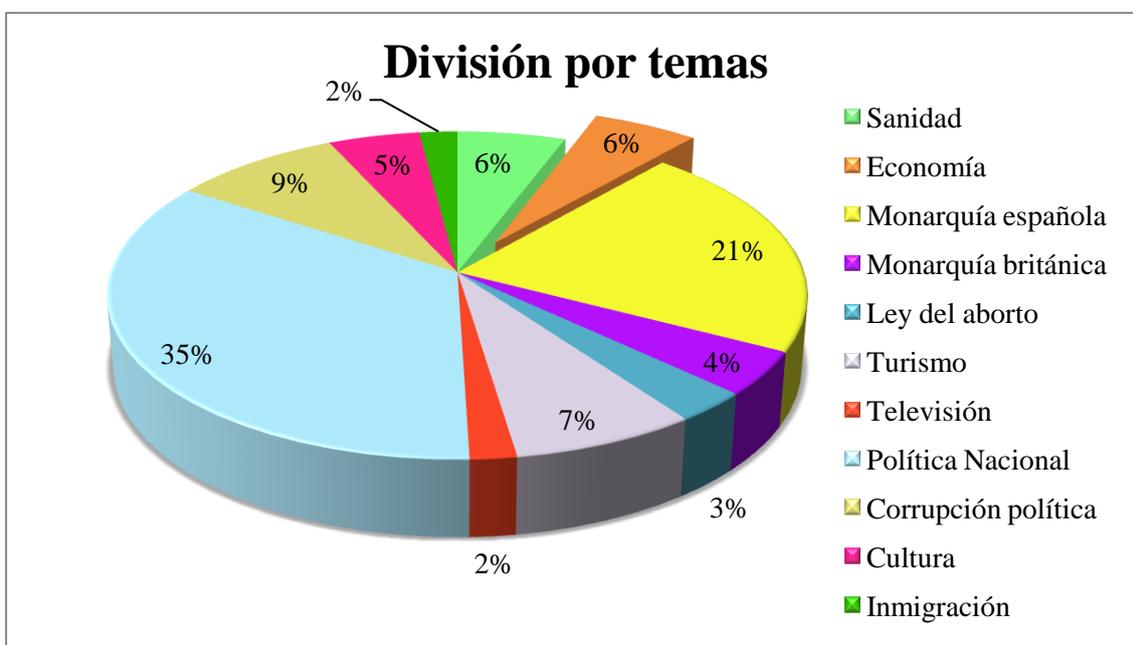
Contenido de información y sátira (Gráfico 8)

En este programa, la información vuelve a superar al contenido satírico, con un 58% frente a un 42% respectivamente.

En cuanto a información, cabe destacar la sección *A lo Gonzo* con una duración de más de siete minutos, además de la entrevista telefónica realizada a Jordi Évole por parte de Sandra Sabatés y El Gran Wyoming, que sumó cinco minutos al total de la duración del contenido informativo.

3.2. Análisis general

A continuación, hacemos un cómputo general sobre todos los temas tratados en los cuatro programas analizados y el porcentaje total de tiempo dedicado a cada uno de ellos.



Contenido general por temas (Gráfico 9)

El cómputo total dedicado a cada tema es el siguiente:

- Sanidad → 12' 30"
- Economía → 12' 21"
- Monarquía española → 46' 11"
- Monarquía británica → 9' 35"
- Ley del aborto → 6' 58"
- Turismo → 16' 33"

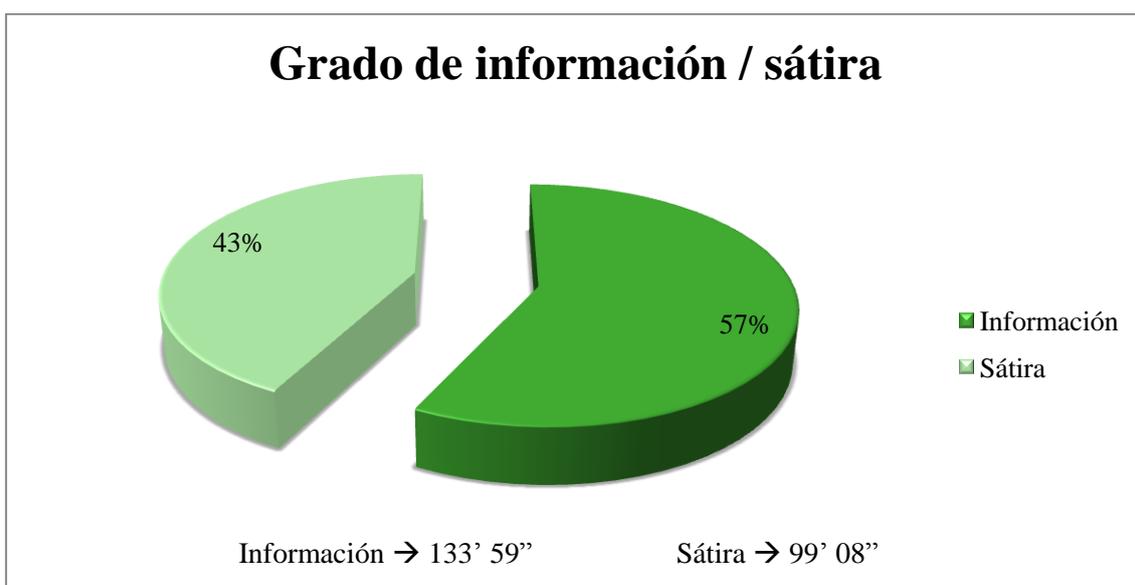
- Televisión → 4' 10"
- Política Nacional → 75' 01"
- Corrupción política → 19' 28"
- Cultura → 10' 43"
- Inmigración → 4' 34"

Como se puede apreciar, el tema predominante es la Política Nacional con un 35% del contenido total (75 minutos). A continuación, le sigue la Monarquía española con un porcentaje menor, suponiendo un 21% del total (46 minutos y 11 segundos). Cuando hablamos de Monarquía española, no lo hacemos sólo como forma de gobierno, sino que también incluimos dentro de este apartado asuntos que puedan afectar a la Familia Real de manera directa, como es la imputación de la Infanta Cristina e Iñaki Urdangarin en el Caso Nóos. También es destacable el contenido de Corrupción política con un 9% del total (19 minutos y 28 segundos).

Hay que tener en cuenta que los temas de Política Nacional, Monarquía española y Corrupción política se tratan en varios programas. En cambio, todos los demás son tratados en una sola emisión. Aunque el tema del Turismo haya sido examinado en una única emisión, su 7% es considerable (16 minutos y 33 segundos) con respecto a los demás contenidos de las mismas características, ya que se trató de un modo muy exhaustivo al incluir un reportaje realizado por Gonzo de algo más de 15 minutos de duración.

Hay que señalar que esta división se ha realizado atendiendo a la temática de los programas, sin hacer diferencia entre la información y la sátira en cada uno de ellos.

Por otro lado, y también de forma general, incluimos la gráfica con los resultados totales de la división entre el contenido satírico y el informativo.



Contenido general de información y sátira (Gráfico 10)

Aunque se asocie *El Intermedio* con contenido humorístico, en este gráfico se aprecia que el porcentaje de información supera al satírico.

También hemos observado que dentro de cada programa tratan a una gran variedad de personajes públicos y que éstos no coinciden en las emisiones analizadas. Es decir, se habla de la Infanta Cristina, por ejemplo, en dos de los cuatro programas escogidos. En cambio, no es una figura elegida de forma habitual para satirizarla. En los Vídeos Manipulados y las aportaciones humorísticas, no existe un personaje concreto al que satiricen o del que hagan burla de forma constante.

3.3. Contexto de la parrilla televisiva

Conoceremos ahora la división de las audiencias por franja horaria y el *Prime time* de cada uno de los días en los que se emitieron los cuatro programas correspondientes a nuestro corpus de análisis.

Lunes, 27 de enero de 2014

AUDIENCIAS POR FRANJAS							
Cadena	Total día	Madrugada (02:30-07:00)	Mañana (07:00-14:00)	Sobremesa (14:00-17:00)	Tarde (17:00-20:30)	Prime time (20:30-00:00)	Late night (00:00-02:30)
	27,2%	43,1%	25,8%	25,9%	30,7%	25,0%	27,9%
	15,8%	6,1%	17,3%	12,7%	17,6%	16,4%	16,3%
	14,7%	2,6%	16,5%	12,8%	17,0%	14,7%	13,9%
	11,3%	3,6%	11,5%	12,6%	7,7%	12,7%	12,7%
	8,6%	10,5%	6,9%	6,2%	5,9%	11,1%	12,4%
	7,4%	3,7%	7,7%	10,2%	6,5%	7,3%	4,2%
	5,2%	14,4%	5,9%	7,8%	4,9%	3,9%	2,5%
	4,6%	6,8%	4,7%	4,2%	4,7%	4,4%	5,1%
	2,2%	1,8%	0,9%	4,7%	2,0%	1,5%	1,8%
	0,9%	0,2%	0,3%	1,3%	0,6%	1,2%	0,4%

Audiencias por franja horaria –FórmulaTV (Tabla I)

Se observa que La Sexta ocupa el quinto lugar de la clasificación de audiencias por franja horaria, siendo el *Late night* el que mayor porcentaje posee con un 12,4%. Se puede apreciar que Telecinco supera en todas las franjas a las demás, a excepción de la madrugada que queda desbancada por la cadena Cuatro y el horario de sobremesa en la que Antena 3 se hace con un mayor número de espectadores.

5 Telecinco
"La que se avecina: Making Of": 2.066.000 y 9,6%
"La que se avecina" "Dos juicios, un reality-show y una masajista tántrica": 3.989.000 y 19,9%
1 La 1
"Mira quién baila" (Estreno): 2.941.000 y 15,3%
Antena 3
"El Hormiguero": 3.076.000 y 14,4%
"El corazón del océano" "El Viejo Mundo" (Estreno): 3.427.000 y 17,3%
Cuatro
"La noche del fútbol": 854.000 y 4,1%
Incluye:
- "Fútbol: Liga española" "R. Sociedad - Elche": 955.000 y 4,5%
laSexta
"El intermedio": 2.864.000 y 13,7%
"Pesadilla en la cocina" (Estreno T3): 2.751.000 y 12,8%
"Pesadilla en la cocina": 2.121.000 y 13,6%
2 La 2
"Docufilia": 229.000 y 1,2%
Incluye:
- "National Geographic: Specials" "Vietnam: La guerra nunca vista": 229.000 y 1,2%
"Cinefilia" "Cyrano de Bergerac": 340.000 y 1,7%

Contenido de las cadenas en el horario de *Prime time* –FórmulaTV (Listado I)

En la parrilla televisiva del lunes 27 de enero, la primera parte del *Prime Time* estuvo liderada por Antena 3 con *El Hormiguero* y, la segunda, *La que se avecina* de Telecinco consiguió la máxima audiencia con aproximadamente 4 millones de espectadores y un 19,9% de share. Por su parte, *El Intermedio* (con un 13,7% de share) únicamente fue superado por *El Hormiguero* en su horario de emisión.

Lunes, 3 de febrero de 2014

AUDIENCIAS POR FRANJAS							
Cadena	Total día	Madrugada (02:30-07:00)	Mañana (07:00-14:00)	Sobremesa (14:00-17:00)	Tarde (17:00-20:30)	Prime time (20:30-00:00)	Late night (00:00-02:30)
	27,0%	51,3%	25,9%	25,2%	28,9%	24,9%	30,0%
	16,5%	6,7%	15,8%	12,7%	17,9%	17,4%	21,3%
	13,5%	4,3%	16,3%	12,6%	16,2%	13,3%	8,0%
	11,8%	4,5%	12,9%	12,3%	8,8%	12,6%	14,9%
	7,9%	0,9%	6,7%	6,5%	6,2%	10,6%	7,6%
	7,2%	4,3%	7,6%	10,4%	7,3%	6,2%	3,9%
	5,3%	11,1%	6,3%	8,1%	4,0%	4,0%	4,2%
	4,7%	7,7%	4,6%	3,7%	4,8%	4,9%	5,5%
	2,7%	2,4%	1,0%	5,2%	2,5%	2,3%	1,3%
	1,2%	0,5%	0,8%	1,3%	0,9%	1,6%	0,8%

Audiencias por franja horaria –FórmulaTV (Tabla II)

A pesar de que *El Intermedio* obtuvo en este día uno de sus máximos históricos de audiencia, la cadena no consiguió un lugar relevante en ninguna de las franjas horarias. Telecinco vuelve a destacar en la mayor parte del horario televisivo, superada de nuevo por Cuatro en el horario de la madrugada. Esta vez, Antena 3 consiguió en la mañana el máximo de espectadores de ese día.

<p> Telecinco</p> <p>'La que se avecina: Making Of': 2.372.000 y 10,9%</p> <p>'La que se avecina' 'Un video beta, una madrastra y un salto al vacío': 4.043.000 y 20,6%</p>
<p> La 1</p> <p>'Mira quién baila': 2.733.000 y 15,5%</p>
<p> Antena 3</p> <p>'El hormiguero': 2.991.000 y 13,9%</p> <p>'El corazón del océano' 'El corazón de la tormenta': 2.896.000 y 14,2%</p>
<p> Cuatro</p> <p>'La noche del fútbol': 846.000 y 4%</p> <p>Incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 'Previo fútbol: liga española' 'Villarreal-Osasuna': 544.000 y 2,7% - 'Fútbol: liga española' 'Villarreal-Osasuna': 937.000 y 4,4%
<p> laSexta</p> <p>'El intermedio': 2.865.000 y 13,5%</p> <p>'Pesadilla en la cocina': 2.498.000 y 12,1%</p> <p>'Cocineros españoles por el mundo' 'Dubai' (Estreno): 1.034.000 y 7,1%</p>
<p> La 2</p> <p>'Docufilia': 247.000 y 1,3%</p> <p>Incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 'Refugios nazis en el Mediterráneo: Don Juan de la Carlina' 'La cara oculta de León Degrelle': 247.000 y 1,3% - 'Cinefilia' 'The Visitor': 714.000 y 3,3%

Contenido de las cadenas en el horario de *Prime time* –FórmulaTV (Listado II)

De nuevo, se puede observar que *La que se acerca* de Telecinco y *El Hormiguero* de Antena 3 superan en audiencia a *El Intermedio*, que consiguió un 13,5% de share.

Lunes, 10 de febrero de 2014

AUDIENCIAS POR FRANJAS							
Cadena	Total día	Madrugada (02:30-07:00)	Mañana (07:00-14:00)	Sobremesa (14:00-17:00)	Tarde (17:00-20:30)	Prime time (20:30-00:00)	Late night (00:00-02:30)
	27,1%	50,4%	25,6%	25,6%	29,9%	24,7%	29,2%
	16,6%	3,6%	16,6%	12,2%	17,5%	17,5%	23,4%
	13,8%	8,3%	18,6%	12,5%	16,8%	12,0%	10,7%
	11,4%	6,6%	12,5%	13,0%	8,3%	12,1%	12,6%
	7,8%	2,7%	6,0%	10,7%	7,7%	7,9%	4,6%
	7,8%	2,1%	6,6%	6,8%	5,9%	10,7%	6,0%
	6,0%	12,0%	6,1%	8,0%	4,7%	5,9%	3,5%
	4,2%	8,0%	4,3%	3,5%	4,3%	4,3%	4,6%
	2,4%	1,3%	0,9%	4,8%	2,2%	1,9%	2,0%
	0,9%	0,3%	0,5%	1,2%	0,7%	1,2%	0,6%

Audiencias por franja horaria –FórmulaTV (Tabla III)

De nuevo, la cadena Cuatro consigue la mayoría de audiencia en la franja de madrugada. En cuanto a la mañana y la sobremesa, son Antena 3 y la 1 de TVE respectivamente las que se adueñan de la audiencia. El resto del día, Telecinco vuelve a ser la más vista.

5 Telecinco
'La que se avecina: Making Of': 2.435.000 y 10,9%
'La que se avecina' "Un topo, un torero león y un espetero a la fuga": 4.162.000 y 22,2%
1 La 1
'Mira quién baila': 2.411.000 y 13,7%
Antena 3
'El hormiguero': 2.661.000 y 12%
'El corazón del océano' "La travesía de la mar oceána" (Cap. 3): 2.643.000 y 13,2%
laSexta
'El intermedio': 2.982.000 y 13,7%
'Pesadilla en la cocina': 2.479.000 y 11,8%
'Cocineros españoles por el mundo' "Londres": 1.031.000 y 6,5%
Cuatro
'La noche del fútbol': 1.431.000 y 6,7%
Incluye:
- 'Fútbol: liga española' "Celta Vigo-Athletic de Bilbao": 1.663.000 y 7,7%
2 La 2
'Docufilia': 250.000 y 1,3%
Incluye:
- 'National Geographic: Specials' "El misterio del Leonardo perdido": 250.000 y 1,3%
'Cinefilia' "Good": 576.000 y 2,6%

Contenido de las cadenas en el horario de *Prime time* –FórmulaTV (Listado III)

En este listado, a diferencia de los anteriores, se aprecia que con casi 3 millones de espectadores y un 13,7% de share, *El Intermedio* supera a Antena 3 y Telecinco, sus competidores más directos, en la primera parte del *Prime Time*.

Lunes, 24 de febrero de 2014

AUDIENCIAS POR FRANJAS							
Cadena	Total día	Madrugada (02:30-07:00)	Mañana (07:00-14:00)	Sobremesa (14:00-17:00)	Tarde (17:00-20:30)	Prime time (20:30-00:00)	Late night (00:00-02:30)
	27,1%	52,5%	27,2%	24,8%	27,3%	24,9%	33,8%
	15,6%	3,8%	16,1%	12,4%	16,6%	16,9%	16,8%
	14,4%	5,1%	16,7%	12,9%	18,2%	13,5%	11,4%
	10,1%	4,8%	10,3%	11,7%	7,9%	10,0%	12,9%
	8,5%	3,1%	6,5%	11,5%	8,1%	8,8%	5,6%
	8,2%	0,8%	7,4%	7,6%	6,4%	10,7%	6,3%
	5,4%	12,0%	5,6%	7,3%	4,8%	4,7%	3,3%
	5,1%	9,9%	5,7%	4,1%	4,9%	5,3%	4,8%
	2,7%	0,3%	1,1%	4,8%	2,6%	2,3%	2,2%
	0,8%	0,2%	0,5%	1,2%	0,6%	1,0%	0,4%

Audiencias por franja horaria –FórmulaTV (Tabla IV)

Antena 3 se coloca como la cadena más vista en este día, superando así a Telecinco, que destaca desde la mañana hasta la tarde. La Sexta, con un 10,7% se sitúa como la tercera más vista en el horario de *Prime Time* gracias a *El Intermedio*. Es destacable esta tercera posición en dicha franja horaria puesto que, a diferencia de las tablas anteriores, La Sexta se coloca en el lugar más alto de los programas hasta ahora analizados.

Antena 3
'El hormiguero': 3.135.000 y 14,9%
'Velvet' "Y llegó ella": 4.378.000 y 22,8%
Telecinco
'La Voz Kids': 2.008.000 y 9,2%
'B&b, de boca en boca' "Las últimas 24 horas de Charlie Gómez": 2.649.000 y 13,1%
La 1
'¡Mira quién baila!': 1.840.000 y 11%
Cuatro
'La noche del fútbol': 1.069.000 y 5,2%
Incluye: - 'Fútbol: liga española' "Espanyol-Villarreal": 1.227.000 y 5,8%
laSexta
'El intermedio': 3.066.000 y 14,6%
'Pesadilla en la cocina': 2.466.000 y 11,8%
'Cocineros españoles por el mundo' "Delhi": 1.006.000 y 6,2% [23:42-00:16]
La 2
'Docufilia': 249.000 y 1,3%
Incluye: - 'Cuando el mundo se tambalea' "11 de septiembre de 2001: el 11-S": 251.000 y 1,3%
'Cinefilia' "Un franco, 14 pesetas": 648.000 y 3%

Contenido de las cadenas en el horario de *Prime time* –FórmulaTV (Listado IV)

Antena 3 se sitúa como la primera cadena de televisión en el *Prime Time*, con Velvet como la emisión más vista del día (22,8% de share), seguida de *El Hormiguero* (14,9% de share). No obstante, *El Intermedio* obtiene un 14,6% de cuota de pantalla y un máximo histórico de 3.066.000 espectadores, superando así a *La Voz Kids* de Telecinco.

3.4. Relación entre *Salvados* y la audiencia de *El Intermedio*

Consideramos de gran relevancia el aporte de audiencia que el programa *Salvados* ofrece a *El Intermedio*. Como ya hemos señalado, muchos de los contenidos del programa de Wyoming se nutren de este otro, tanto en el caso del falso documental titulado *Operación Palace* como en el debate entre Artur Mas y Felipe González sobre la independencia de Cataluña. Tanto es así, que el propio Wyoming realizó una broma interna con su compañera Sandra Sabatés en el programa del lunes, 3 de febrero, en la que comentó:

“Hay una duda que lleva un rato rondándome la cabeza. Sandra, ¿tú crees que poniendo el programa entero de Jordi Évole vamos a conseguir su audiencia? Porque ya puestos a elegir, yo prefiero conseguir su horario”.

Por este motivo, indicamos a continuación el porcentaje de audiencia de las dos emisiones de *Salvados* anteriormente mencionadas:

Domingo, 2 de febrero de 2014

LOS 25 MÁS VISTOS				
Programa	Inicio	Duración	Espectadores	Share
 Salvados Consultando a Más y González	21:30	55 min.	4.095.000	19,4%
 Aída	21:54	79 min.	2.783.000	13,1%
 El pelicolón El ladrón de palabras	22:16	105 min.	2.778.000	14,2%

Listado de los 25 programas más vistos –FórmulaTV (Listado V)

Domingo, 23 de febrero de 2014

LOS 25 MÁS VISTOS				
Programa	Inicio	Duración	Espectadores	Share
 Operación Palace	21:36	53 min.	5.229.000	23,9%
 Noche 23F: El debate	22:29	55 min.	3.991.000	18,8%
 La película de la semana La Jungla 4.0	22:02	119 min.	3.078.000	15,2%

Listado de los 25 programas más vistos –FórmulaTV (Listado VI)

Estos dos listados corresponden a los 25 programas más vistos de los domingos 2 y 23 de febrero de 2014, en los cuales señalamos únicamente los tres más relevantes para destacar que *Salvados* prácticamente dobla en número de audiencia a series de televisión tan reconocidas y seguidas como *Aída*, emitida por Telecinco.

Ya que el programa de Jordi Évole concitó interés y *El Intermedio* se nutre de las imágenes de este espacio, consideramos que la destacada cifra de espectadores de estas emisiones de *Salvados*, está proporcionalmente relacionada con el aumento en la audiencia de *El Intermedio*. De hecho, la emisión de este programa perteneciente al lunes 24 de febrero obtuvo la mayor audiencia de su historia, al igual que *Salvados* consiguió un número de espectadores muy superior a la cifra media del programa. Cabe destacar que, al igual que *El Intermedio*, el programa presentado por Jordi Évole ha sufrido una metamorfosis en cuanto al contenido, centrándose más en asuntos político-sociales y dejando a un lado el toque humorístico de los inicios. Asimismo, es preciso recordar que de los cuatro programas seleccionados, todos emitidos en lunes, tres de ellos coinciden con la emisión de una edición de *Salvados* el día anterior.

4. CONCLUSIONES

A lo largo de sus ocho años de emisión *El Intermedio* ha evolucionado incorporando un mayor contenido informativo. A pesar de ser considerado un programa de humor y sátira, la información está a la par que éstos, llegando incluso a superarlos ampliamente en algunas de sus emisiones.

Sus nuevos fichajes y la inclusión de entrevistas en plató han contribuido a que su audiencia aumente. Asimismo, el programa *Salvados* también ha fomentado que las cifras de espectadores de *El Intermedio* sean las más elevadas de su historia.

Por tanto, debido a estos motivos, las hipótesis iniciales se han visto confirmadas. La primera, al afirmar que el programa ha obtenido más audiencia al prestar atención al contexto actual adaptándose a la necesidad de una visión más crítica de los ciudadanos; la segunda, que enuncia que la adopción de un perfil más informativo en *El Intermedio* ha ayudado a mejorar sus índices de audiencia.

A lo largo de los ocho años de *El Intermedio* hemos visto que ha ido evolucionando no sólo en emisión –antes se televisaba de manera semanal y en la actualidad ha pasado a ser de lunes a jueves- sino en contenido. En sus inicios, se caracterizaba por tener un contenido mayoritariamente humorístico; hoy en día, aún se sigue considerando así. No obstante, tras el análisis realizado hemos podido comprobar que, a pesar de tratar los temas de una forma satírica, el contenido informativo es muy alto. De hecho, tres de los cuatro programas analizados, poseen más información que sátira. Además, la incorporación de entrevistas en el propio plató de televisión de forma habitual, ha proporcionado un perfil más informativo al programa. De hecho, los espacios de parodia cada vez tienen menos presencia y su uso se limita a separar nuevas secciones y temas. También hay que señalar que estos han sido relegados por contenidos más serios y estrictamente informativos. Gracias a estos factores, la temática de *El Intermedio* ha ido evolucionando con los años a manos de este cambio de contenidos y consiguiendo de forma paralela un mayor número de audiencia. El hecho de que batiera su máximo histórico al superar los tres millones de espectadores, deja constancia de ello.

No obstante, no descuidan el tratamiento humorístico. Una de las razones por las cuales *El Intermedio* está obteniendo mayor audiencia en las últimas emisiones, se debe a que se han incorporado nuevas colaboraciones, como sucede con Joaquín Reyes. Gracias a este humorista y al número de personas que le siguen desde sus inicios, el programa ha ganado seguidores y una visión más humorística.

La causa por la que esta fórmula no decae después de ocho años, entre otras razones, es que el contexto sociopolítico que predomina en la actualidad, favorece al contenido del programa, ofreciéndole más atractivo al conjunto. La situación política actual en España, como son los casos de corrupción política en el Partido Popular con el Caso Bárcenas o el escándalo de los ERE vinculados a la Junta de Andalucía que gobierna el Partido Socialista; la valoración tan negativa que últimamente está teniendo la Monarquía debido, entre otras razones, a la imputación de la Infanta Cristina e Iñaki Urdangarin por el caso Nóos o las indebidas acciones del Rey con la caza de elefantes en Botsuana; y la actual crisis económica que se viene experimentando desde 2008 y que en el caso concreto de España se tradujo en el surgimiento de

movimientos sociales encaminados a cambiar el modelo económico y productivo así como cuestionar el sistema político exigiendo una renovación democrática, ha propiciado que los ciudadanos posean una visión más crítica y posiblemente mayor interés por estar al tanto de la actualidad desde un prisma diferente.

Por otro lado, *El Intermedio* es de forma clara un programa ‘de guión’, por lo que si éste está correctamente elaborado, la fórmula no tiene por qué decaer. El trabajo de los guionistas, después de ocho años, sigue siendo fundamental de cara al éxito de este espacio. Según Miguel Sánchez-Romero, “los encargados de la elaboración del programa (guionistas y colaboradores) no han de ser necesariamente periodistas, pero sí gozar de los conocimientos relativos a la agenda informativa diaria. Los guionistas no tenían por qué saber redactar con precisión periodística el contenido de una noticia, pero tras largas jornadas de trabajo se logró que bregados guionistas de humor llegaran a escribir una entradilla con encomiable rigor periodístico, pero sin ninguna gracia. Fue entonces cuando nos dimos cuenta de que no había por qué hacerlo de esa manera. A partir de ese momento, gran parte de nuestros esfuerzos iniciales fueron destinados a trabajar con los guionistas en la creación de un estilo propio capaz de satisfacer nuestros objetivos. Un estilo que, en la medida de lo posible, tratara de evitar el uso del lenguaje habitual de los informativos en aras del buen hacer periodístico, porque ello daría al programa una densidad y una densidad poco recomendables para nuestro segundo objetivo: hacer reír a la audiencia. El ejercicio resultante valió la pena pues finalmente conseguimos que la parte periodística del guión sí fuera, al menos, expresada con rigor” (Sánchez-Romero, 2008: 226).

5. BIBLIOGRAFÍA

- BASTEIRO, D. (2014). “‘El Intermedio’, por dentro: De revista de prensa a contrapoder televisivo”, en El Huffington Post, 24 de febrero de 2014. Disponible en:
http://www.huffingtonpost.es/2013/06/27/el-intermedio-la-sexta-por-dentro-revista-prensa-poder-televisivo_n_3506345.html

- BAYM, G. (2009). *From Cronkite to Colbert: the evolution of broadcast news*. Cary, NC: Paradigm Publishers.

- BERROCAL GONZALO, S., ABAD, L., CEBRIÁN, E., y PEDREIRA, E. (2001). *La imagen de los partidos políticos en El Informal, CQC y Las Noticias del Guiñol en las elecciones legislativas de 2001*. Zer: Revista de estudios de comunicación, nº11.

- BERROCAL GONZALO, S., REDONDO GARCÍA, M., MARTÍN JIMÉNEZ, V. y CAMPOS DOMÍNGUEZ, E. (2014). *La presencia del infoentretenimiento en los canales generalistas de la TDT española*. Revista Latina de Comunicación Social, nº69, pp. 85-103.

- BORDERÍA ORTIZ, E., MARTÍNEZ GALLEGO, F.A. y GÓMEZ MOMPART, J.LL. (2010). *La risa periodística. Teoría, metodología e investigación en comunicación satírica*. Valencia: Tirant lo Blanch.

- CONTRERAS, J. M. (2008). “Prólogo”, en *El entretenimiento en TV: Guión y creación de formatos de humor en España*, pp. 19-22.

- EL PERIÓDICO (2013). “Miguel Ángel Rodríguez acusa de ‘cocainómano’ al Gran Wyoming”, en el Periódico, 8 de octubre de 2013. Disponible en:
<http://www.elperiodico.com/es/noticias/tele/miguel-angel-rodriguez-tacha-cocainomano-gran-wyoming-2729251>

- EL SEMANAL DIGITAL (2014). “Wyoming saca petróleo de una metedura de pata y Alberto patea a Jaime”, en Elsemanaldigital.com, 25 de febrero de 2014. Disponible en:
<http://www.elsemanaldigital.com/wyoming-saca-petroleo-de-una-metedura-de-pata-y-alberto-patea-a-jaime-133933.htm>

- GARCÍA AVILÉS, J. A. (2007). *El infoentretenimiento en los informativos líderes de audiencia en la Unión Europea*. Anàlisi, nº35, pp. 47-63.

- GORDILLO, I., GUARINOS, V., CHECA, A., RAMÍREZ, M.M., JIMÉNEZ-VAREA, J., LÓPEZ-RODRÍGUEZ, F.J., DE LOS SANTOS, F. y PÉREZ-GÓMEZ, M.A. (2011). *Hibridaciones de la hipertelevisión: información y entretenimiento en los modelos de infoentertainment*. Revista Comunicación, nº9, pp. 93-106.

- JABONERO, D. (2014). “Un día en la trinchera de Wyoming”, en El Confidencial, 9 de marzo de 2014. Disponible en:
http://www.vanitatis.elconfidencial.com/cine-tv/2014-03-09/un-dia-en-la-trinchera-de-wyoming_98710/

- MELÉNDEZ MALAVÉ, N. (2005). *El humor gráfico en el diario El País durante la Transición Política Española (1976-1978)*. Tesis doctoral. Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga, 2005. Disponible en:
<http://hdl.handle.net/10630/5170#sthash.NxxIDQ9V.dpuf>

- MINGO, A. (2014). “Un día en ‘El intermedio’: así funciona esta “caótica máquina perfecta”, en *Teleprograma.tv*, 23 de enero de 2014. Disponible en:
<http://teleprograma.fotogramas.es/teleprograma/2014/enero/asi-se-hace-el-intermedio-el-informativo-de-humor-de-wyoming-y-sandra-sabates-en-su-temporada-mas-exitosa>

- MORENO, C. (2014). “Sátira política en televisión, ¿género informativo?”, en *Eldiario.es*, 10 de mayo de 2014. Disponible en:
http://www.eldiario.es/agendapublica/nueva-politica/Satira-politica-television-genero-informativo_0_258274415.html

- MUÑOZ, R. (2009). “Wyoming desvela que el vídeo de vejación a una becaria era un montaje”, en *El País*, 2 de febrero de 2009. Disponible en:
http://elpais.com/elpais/2009/02/02/actualidad/1233560929_850215.html

- QUÍLMEZ, R. (2007). “Ya conocen el programa, ahora les contaremos la verdad”, en *El Mundo*, 24 de septiembre de 2007. Disponible en:
<http://www.elmundo.es/elmundo/2007/09/21/television/1190366014.html>

- QUINTANA, N. y PLAZA, J. F. (2011). *El humor que no da risa. El sexismo en los programas de entretenimiento televisivo*. III Jornadas Mujer y Medios de Comunicación, pp. 87-105.

- SÁNCHEZ-ROMERO, M. (2008). “El Intermedio. Ya conocen el programa, ahora les contaremos la verdad”, en *El entretenimiento en TV: Guión y creación de formatos de humor en España*, pp. 225-228.

- SANGRO, P. y SALGADO, A. (2008). *El entretenimiento en TV: Guión y creación de formatos de humor en España*. Barcelona: Laertes.

- VALHONDO CREGO, J. L. (2004). *Discursos satíricos políticos en televisión durante la campaña electoral 2004*. Comunicación Política, Universidad de Extremadura, 2004.

- VALHONDO CREGO, J. L. (2007). *Infosátira y democratización del espacio televisivo*. Quaderns del CAC, nº27, pp. 63-71.

- VALHONDO CREGO, J.L. (2011). *Sátira televisiva y democracia en España: la popularización de la información política a través de la sátira*. Barcelona: UOC.

Fuentes digitales especializadas en televisión

- Atresplayer

27 de enero de 2014, 3 de febrero de 2014, 10 de febrero de 2014 y 24 de enero de 2014.

<http://www.atresplayer.com/>

- ConTalentoTV

<http://www.contalentotv.com/ficha-programa-el-intermedio/>

- FórmulaTV

27 de enero de 2014, 3 de febrero de 2014, 10 de febrero de 2014 y 24 de enero de 2014.

<http://www.formulatv.com/>

- laSexta.com

<http://www.lasexta.com/programas/el-intermedio/>

- vertele

27 de enero de 2014, 3 de febrero de 2014, 10 de febrero de 2014 y 24 de enero de 2014.

<http://www.vertele.com/>

Organización del trabajo por las componentes de la investigación

Tratar de dividir el trabajo realizado por cada una de las integrantes en la investigación es imposible, ya que todas y cada una de las partes han sido llevadas a cabo por ambas.

Al elegir la línea de trabajo que más nos gustó, fijar el tema a analizar e investigar sobre él, establecimos unos objetivos. Uno de ellos era comprobar qué programas habían tenido mayor audiencia para así poder examinarlos de manera más exhaustiva e intentar explicar las razones de tan alto índice de espectadores.

Una vez elegido los cuatro programas con tales características, decidimos esperar un tiempo por si en ese período se emitía otro espacio que superara en audiencia a los que ya habíamos seleccionado, pero no fue el caso. Mientras tanto, acumulamos bibliografía, leímos y seleccionamos artículos y libros que se adecuaban a nuestra investigación.

Cuando consideramos que ya habíamos dejado pasar el tiempo oportuno para ver si algún programa de *El Intermedio* durante esos meses había sido más visto que los iniciales elegidos, surgió un inconveniente: Atresplayer, la web a la que accedíamos para visionar online –con un coste de 72 céntimos- los programas que componían nuestro corpus, los había eliminado de la página, por lo que su visionado fue imposible por más que buscamos en otras plataformas de Internet, como en *Series.ly*, para dar con ellos.

Procedimos pues a enviar mensajes a través de Facebook y Twitter tanto al director como a los colaboradores, explicándoles nuestra situación, siendo el primero, Miguel Sánchez-Romero, el único en darnos respuesta. Nos facilitó el número de teléfono de Atresmedia y nos dijo que nos pusiésemos en contacto con Claudia Sánchez, trabajadora a la cual ya había puesto en antecedentes sobre la situación. Ella tomó nuestros datos y las fechas de los programas, asegurándonos que durante esa misma semana nos enviaría el material. Tras un margen de cinco días, decidimos volver a llamar al no recibir los programas. La misma Claudia nos explicó que habían perdido nuestros datos y las señas de los espacios que quedaron en enviarnos. Una vez aclarada la situación los recibimos esa misma tarde.

A partir de ese día, seguimos trabajando juntas para realizar el análisis de cada uno de ellos. Mientras una se encargaba de pausar y reproducir el programa, controlando el tiempo de las distintas secciones y las intervenciones que tenían lugar dentro de ellas por parte de los colaboradores, la otra iba transcribiendo en un documento de Word todo su contenido, destacando los comentarios y anécdotas de mayor relevancia. La hora que dura un programa se convertía en tres al momento de analizarlo. Una vez terminado este proceso, el más laborioso del trabajo, comenzamos a volcar los datos obtenidos en las fichas de análisis previamente diseñadas, para a posteriori realizar gráficas con los correspondientes resultados, los cuales explicamos con detalle a lo largo del trabajo.

Como señalamos al principio, todas las tareas han sido realizadas por las dos componentes de este Trabajo Fin de Grado. Tanto, que no hay un contenido bibliográfico que no haya sido leído por ambas, ya que consideramos que la investigación no tendría sentido si se hubiera llevado a cabo de otra forma.

Ángela María Romero Guerrero / Gloria Villanueva Rengel