

Grado en Periodismo

TRABAJO FINAL DE GRADO

# **Análisis de los contenidos políticos en el infoentretenimiento televisivo y digital. Los casos de *El Intermedio* y *No Te Metas En Política***

*Analysis of political content in television and digital  
infotainment. The cases of El Intermedio and No Te Metas En  
Política*

**Autor del trabajo:** Raúl Comos Camps

**Tutora del trabajo:** Silvia Marcos García

**Modalidad de trabajo:** Línea A. Iniciación a la investigación científica

**Curso:** 2020 - 2021

## Resumen

En los últimos años, la producción y consumo de productos periodísticos por parte de los medios de comunicación y de la sociedad se ha transformado significativamente. A partir del auge de la televisión se generó una redefinición e hibridación de los géneros periodísticos conocidos hasta el momento, formando así lo conocido como infoentretenimiento. El éxito de los programas de infoentretenimiento que abordan informaciones políticas pueden retomar el interés político de la ciudadanía que se había desvinculado del consumo puramente informativo.

Esta investigación pretende analizar y comparar las características propias del infoentretenimiento en el ámbito televisivo y digital. Para ello, se realiza un análisis de dos programas de infoentretenimiento que se emiten en diferentes plataformas, como son *El Intermedio* en televisión y *No Te Metas En Política* en YouTube. El estudio se centra, primeramente, en las características generales de ambas emisiones, como la duración de los programas, sus colaboradores/as y el perfil de estos. Posteriormente, se exponen las principales diferencias y similitudes que existen en los formatos, tratamientos y uso de fuentes. Los resultados revelan que el programa televisivo prioriza principalmente la información y cuenta con una mayor cantidad y diversidad de fuentes. La emisión digital enfoca sus contenidos en entretener a su audiencia antes que informarles. Destaca en ambos programas el peso principal que le dedican a la política, tanto nacional como internacional, así como el predominio de fuentes no oficiales a la hora de informar y entretener.

**Palabras clave:** infoentretenimiento, política, televisión, internet, humor, digital

## Abstract

In recent years, the production and consumption of journalistic products by the media and society has changed significantly. The rise of television has led to a redefinition and hybridisation of the previously known journalistic genres, thus forming what is known as infotainment. The success of infotainment programmes that deal with political information can rekindle the political interest of the public, which had become detached from purely informative consumption.

This research aims to analyse and compare the characteristics of infotainment in the television and digital spheres. For that purpose, an analysis is carried out of two infotainment programmes broadcast on different platforms, such as *El Intermedio* on television and *No Te Metas En Política* on YouTube. Firstly, the study focuses on the general characteristics of both programmes, such as the length of the programmes, their contributors, and their profile. Subsequently, the main differences and similarities in the formats, treatments and use of sources are presented. The results reveal that the television programme mainly prioritises information and has a greater number and diversity of sources. The digital broadcast focuses its content on entertaining its audience rather than informing them. The main weight given to politics, both national and international, stands out in both programmes, as well as the predominance of non-official sources when it comes to informing and entertaining.

**Key words:** Infotainment, politics, television, internet, humour, digital

# ÍNDICE GENERAL

<b>1. Introducción y justificación</b>	<b>5</b>
<b>2. Marco teórico</b>	<b>6</b>
2.1 Una aproximación al concepto de infoentretenimiento	6
2.2 El infoentretenimiento televisivo	8
2.2.1 Orígenes del infoentretenimiento televisivo. Recorrido de Estados Unidos a España	10
2.2.3 Infoentretenimiento político televisivo	13
2.3 El infoentretenimiento político en Internet	16
2.3.1 El auge de YouTube	18
<b>3. Objetivos e hipótesis</b>	<b>19</b>
<b>4. Metodología</b>	<b>21</b>
4.1 Muestra	21
4.2 Técnica	22
4.3 Modelo de análisis	23
<b>5. Resultados</b>	<b>25</b>
5.1 Rasgos característicos de los programas de infoentretenimiento en televisión e Internet	25
5.2 Temas y tratamiento de los contenidos difundidos por <i>El Intermedio</i> y <i>NTMEP</i>	32

5.3 Formatos tratados en los programas de infoentretenimiento de televisión e Internet	36
5.4 Presencia y uso de fuentes en <i>El Intermedio</i> y <i>NTMEP</i>	39
<b>5. Conclusiones</b>	<b>42</b>
<b>6. Bibliografía</b>	<b>47</b>
<b>7. <i>Executive summary</i></b>	<b>56</b>
<b>8. Anexos</b>	<b>62</b>

# 1. Introducción y justificación

En la última década, la producción y consumo de productos periodísticos por parte de medios de comunicación y de la sociedad se ha transformado significativamente. La principal causa que ha comportado este cambio se debe a la aparición de Internet y sus diferentes plataformas, canales, formatos y avances tecnológicos que han propiciado la aparición de nuevos géneros o, incluso, la hibridación de algunos ya existentes.

Uno de estos géneros emergentes es el conocido como infoentretenimiento, el cual se ha convertido en un fenómeno periodístico que combina las características propias y tradicionales de los programas puramente informativos con rasgos típicos del entretenimiento. De esta manera, se establece una nueva lógica informativa en la que se priorizan las temáticas blandas, con un punto de vista humano, relegando a un segundo lugar las temáticas relacionadas con el interés público (Ortells, 2009).

La entrada del infoentretenimiento en televisión provoca el inicio de una serie de cambios relacionados con la elaboración del mensaje informativo, y, como consecuencia, afectan a la práctica tradicional del periodismo político. A causa de que la televisión se haya transformado en una importante fuente de información política (Strombäck, 2010), el conocimiento político y la participación humana en los eventos políticos y democráticos se han visto vinculados a los contenidos mediáticos, donde la hibridación entre información y entretenimiento es inherente.

Diversos autores argumentan que la irrupción del infoentretenimiento ha provocado un acercamiento hacia la información política por parte de la ciudadanía que se mostraba alejada y reacia a consumir este tipo de noticias (Baum, 2003; Adam y Maier, 2010). Esta aproximación por parte de la población genera un descenso de la desafección política, ya que dedican mayor credibilidad e importancia al infoentretenimiento que a los programas informativos tradicionales. El aumento de programas de este tipo, como *El Intermedio* en España o *The Daily Show* en Estados Unidos, indican que existe un cambio a la hora de consumir información política, en la que el infoentretenimiento se convierte en el formato principal para gran parte de la ciudadanía (Baym, 2010).

La consecuencia principal derivada de la creación del infoentretenimiento es la espectacularización de la política. Con la llegada del infoentretenimiento desaparece la línea que separa aquello público y visible de lo privado e invisible. La revelación de datos relacionados con la vida íntima de los actores políticos en las noticias se ha incrementado a nivel global (Holtz-Bacha, 2003; Casero-Ripollés, 2011; Jebril, Albaek y H. de Vreese, 2013). La aparición de la vida privada de la clase política tiene que ver con la humanización de los políticos, que les permite establecer vínculos de proximidad con la ciudadanía que pueden derivar en lazos afectivos de carácter emocional. Algo que, además de contribuir a la construcción de la imagen del líder, puede reducir el alejamiento del ciudadano con la política.

Por otra parte, también encontramos programas de infoentretenimiento en plataformas digitales como YouTube. Actualmente son pocos los trabajos que se centran en el estudio de este fenómeno en el panorama digital y que permitan conocer si el infoentretenimiento digital sigue los rasgos y las características mostradas en la televisión, o, si por el contrario, redefine un nuevo concepto de infoentretenimiento innovador y único.

Por ello, es necesario el análisis de este género en estos dos ámbitos con el objetivo de conocer si las características en ambos casos son las mismas o nos encontramos ante tendencias diferentes.

## **2. Marco teórico**

### **2.1 Una aproximación al concepto de infoentretenimiento**

Los primeros años del siglo XXI han generado un debate sobre cuál puede ser el futuro del periodismo en las sociedades actuales. En este contexto, se originan diversos interrogantes que versan sobre una hipotética desaparición del periodismo tradicional o convencional, pero también sobre la posibilidad de la coexistencia entre el ya citado y el periodismo posmoderno o periodismo digital, que está condicionado por la revolución tecnológica.

Para entender la diferencia entre ambos tipos de periodismo, es preciso acotar y delimitar qué se entiende por periodismo convencional o tradicional. Según

indican autores como Martínez (2002), el paradigma clásico de este concepto fue formulado por Harold D. Laswell, prescrito por primera vez en el año 1932: “Quién / dice qué / en qué canal / a quién / y con qué efecto”. Paralelamente, José Luis Martínez Albertos define el periodismo tradicional como “un acto comunicativo vinculado a los grandes medios de difusión masiva: periódicos, radio, películas cinematográficas, televisión y cintas de vídeo; es decir, los *mass-media* de la industria cultural de nuestro siglo” (Martínez, 2002:4). Centrándose en el mensaje que se traslada desde el periodismo convencional, el género característico y principal es la noticia. Esta se caracteriza por su veracidad, su objetividad y por la actualidad en que han ocurrido sucesos noticiosos dentro de un arco temporal reciente.

No obstante, a partir de la llegada del medio televisivo se generó de manera exponencial una redefinición y transformación de los principales géneros periodísticos del periodismo tradicional o convencional a causa del aumento de la competencia televisiva. Esta proliferación de la competencia comportó el fin del monopolio televisivo, creando un nuevo contexto donde los medios tratan de rediseñar los formatos y los géneros periodísticos, replanteándose modificar las funciones clásicas de la televisión (informar, formar y entretener) por tal de captar a la mayor audiencia posible (Ortells, 2007). Esta competencia desvanece la separación entre los diferentes formatos televisivos, como también acerca más al periodismo hacia el sensacionalismo (García Avilés, 2007).

A causa de estas transiciones en los géneros periodísticos se adopta una hibridación formada por el contenido de los formatos informativos, apoyados en la seriedad y el rigor, y los contenidos y la estética propia del entretenimiento (Ortells, 2007). De esta manera, la hibridación entre los géneros periodísticos ha generado una nueva era informativa que comienza a ser notoria en las parrillas televisivas bajo el nombre de infoentretenimiento (Krüger, 1988). Por tanto, el infoentretenimiento se figura como un fenómeno periodístico que combina las características típicas de los informativos convencionales con las características propias a los géneros de entretenimiento en un mismo espacio (Ortells, 2007). Este nuevo género se caracteriza por enfocarse en temas basados en tramas sociales, eventos inauditos, sucesos, etc. proporcionando una gran variedad de contenidos aptos para todos los gustos (García Avilés, 2007).

La evolución en los géneros periodísticos ha propiciado la desaparición de los límites que delimitan un género de otro, dificultando determinar si es el infoentretenimiento quien se ha visto penetrado por los espacios informativos (Sorrentino, 2006) o si por el contrario es el formato de entretenimiento quien asalta el formato informativo (Buonanno, 1999). El aumento de medios televisivos privados, la capacidad de ver canales internacionales y el proceso de digitalización, entre otros factores, han ampliado significativamente la gama de información disponible (Prado, 2002). Por tanto, si nos centramos en las características puramente estilísticas se observa que el infoentretenimiento propone nuevas formas y técnicas narrativas para contar la actualidad. Fue en el año 1997 cuando Früh y Wirth hicieron una lista donde se enumeraban nuevas fórmulas para elaborar las noticias. Estas investigaciones se focalizaron principalmente en el procedimiento e importancia que se le daba a la imagen, los movimientos de cámara y el ritmo elevado de las piezas principales del infoentretenimiento. Este nuevo género es capaz de involucrar, mediante los reporteros, a la audiencia e invitarlos al entorno del protagonista. Predominan las conexiones en directo, que permiten acercar a la audiencia al centro de noticias, apostando por la rapidez e inmediatez y contactando directamente con el protagonista (Ortells, 2007).

## **2.2 El infoentretenimiento televisivo**

Uno de los medios que mejor se ha adaptado al fenómeno conocido como infoentretenimiento es la televisión. El infoentretenimiento permite a los espectadores conocer todo lo que sucede a su alrededor, ya sea próximo o no, donde se le ofrece una lejana realidad que únicamente es accesible a través de la pantalla. Esta característica predomina en este género, que tiene consecuencias emocionales y empáticas en los telespectadores. El público, una vez observa y escucha las imágenes, es capaz de empatizar, teniendo la posibilidad de contagiarse de la alegría o tristeza que le está transmitiendo el programa de televisión. Es decir, se generan unas emociones a través del televisor que marcan e influyen en las sensaciones y emociones del público, que reciben información de personas anónimas que se encuentran al otro lado de la pantalla. Esta cercanía que refleja el infoentretenimiento ha obligado a los

medios televisivos a crear nuevas pautas de trabajo que deben ser coherentes con las conexiones en directo que aumentan con el paso del tiempo (Más de Xaxàs, 2005). De esta manera, se genera una nueva pauta de comunicación. Esta transforma el lenguaje característico de la información audiovisual y ocasiona una nueva visión, con rasgos y funciones fáciles de reconocer (Ortells, 2012).

Se observa que el ciudadano de a pie, anónimo y desconocido para los telespectadores, toma protagonismo, convirtiéndose en el eje de la información. “El *infoshow* subsume en sus fórmulas elementos de los géneros informativos, de los de ficción y de los de entretenimiento. Representa una nueva forma de presencia de la información que se espectaculariza en sus formas y da cabida como personajes de las historias narradas a gente común, convirtiendo la televisión en el reino de «los cualquiera»” (Prado et al., 1999: 201). Es evidente pues, que existe una transformación del telespectador o público. Durante años se ha considerado un ente pasivo, pero ha evolucionado y se ha convertido en un activo de la información. Los medios de comunicación han comprobado la importancia que tiene la audiencia sobre ellos, especialmente en las parrillas de infoentretenimiento, donde cualquier persona puede ser protagonista. El punto de vista hacia la ciudadanía ha cambiado, siendo vista ahora como un potencial entrevistado y conductor de noticias, utilizando el medio para conseguir beneficios y provechos sociales y políticos relacionados con la convivencia y las mecánicas de la vida rutinaria (Thompson, 1998). Actualmente el telespectador no solo consume la información, sino que también la produce. De esta manera se otorga la palabra a los ciudadanos, que se convierten en activos de las actualidades televisivas, anteponiéndose así a noticias políticas o noticias duras, que quedan relegadas a un segundo plano. (Sorrentino, 2006).

Al producirse este cambio de papel de los telespectadores, que son protagonistas y el eje principal de la información, se generan unas conversiones que no únicamente son estilísticas, sino que las encontramos en todos los niveles. Se crea así un nuevo panorama, que permite, gracias al fenómeno híbrido, un contenido novedoso con un estilo propio y único. Este contenido se caracteriza por la mayor visibilidad y movilidad que encontramos en el periodista como también en el ciudadano anónimo del que trata la noticia (Ortells, 2012).

Para que esto sea posible, son necesarias herramientas como las conexiones en directo, que han aumentado notablemente en este tipo de programas. También se transforma el tratamiento que se le otorga a las noticias políticas, rebajándolas hasta el punto de simplificarlas, disipando la barrera diferencial entre noticias blandas y noticias duras (Dader, 2007). El afianzamiento del infoentretenimiento y la influencia que tiene este género en los medios televisivos ha provocado que actualmente se haya dejado de considerarse el infoentretenimiento como un fenómeno híbrido aislado con una serie de características que encontramos en piezas informativas con unas temáticas propias (Ortells, 2012). Actualmente existen programas de infoentretenimiento puro gracias al uso de formatos que fusionan diferentes géneros periodísticos y que han conseguido un espacio en las parrillas televisivas de la mayoría de las cadenas televisivas nacionales (Rodríguez Pestano, 2008).

### **2.2.1 Orígenes del infoentretenimiento televisivo. Recorrido de Estados Unidos a España**

A mediados de los años cincuenta, en Estados Unidos el sector audiovisual continuaba evolucionando y ya contaba con unos programas innovadores de gran éxito que amplificaron y diferenciaron el significado del término espectáculo, aprovechando los recursos narrativos del nuevo medio. Jerry Lester, famoso comediante e intérprete estadounidense de los años cuarenta, tuvo la convicción de que se debía crear un show televisivo en horario nocturno (Salgado, 2006). A partir de ese momento, la parrilla televisiva norteamericana comenzó a programar una nueva franja horaria, conocida como el *late night*. Esta franja temporal combinaba especialmente recursos como el humor y el entretenimiento, una combinación que, según autores como Salgado (2006) dio paso al nombrado como *late night show*. *Broadway Open House*, emitido por la NBC, fue el primer programa en toda la historia televisiva que utilizó el nuevo horario de *late night* desde el 29 de mayo de 1950 hasta el 24 de agosto del año siguiente. Concretamente, en este programa las pausas y las grabaciones eran prácticamente mínimas. Su duración era de sesenta minutos, incluyendo la publicidad, y su franja de emisión era a las once de la noche.

A raíz de este contenido, la WNBT-TV en 1953 apostó por Steve Allen y el programa *The Steve Allen Show*. Al año siguiente, fue contratado por la NBC e inició *The Tonight Show*, con algunas pequeñas diferencias respecto al primer show y una duración algo mayor. Steve Allen fue el pionero del *late night show*, ya que estableció las principales características identificativas de estos programas. En la actualidad podemos encontrar estas mismas características: emisión en la franja *late night*, introducción inicial mediante un monólogo, un escenario básico con una mesa, un sofá para invitados a su lado, un micrófono y una taza de café o agua.

Steve Allen fue el precursor a la hora de sacar la cámara fuera del estudio televisivo, mediante la aparición de la figura del reportero en la calle e introduciendo en este género las entrevistas con personajes públicos y celebridades (Salgado, 2006). Otro de los elementos distintivos del formato *late night show* es la figura del *announcer* o *sidekick*. Se trata de un colaborador secundario fijo, que se encargaba de dar paso y entrada al presentador al comienzo del programa y que además participaba en los *sketches* y actividades que se realizaban en el plató. El estilo de esta figura era similar al de un locutor o narrador deportivo.

De esta manera Steve Allen logró convertirse en el primer *anchorman* de un *late night*, es decir, el primer anfitrión de un programa, invitando a celebridades. El estilo, la apariencia y la interpretación de estos comunicadores están configurados para generar la mayor credibilidad posible a la audiencia transformándose en importantes celebridades mediáticas.

En España, la llegada de la televisión en 1956 se convertía en un hito histórico. No obstante, es a partir de mediados de los años noventa cuando los medios televisivos comienzan a inclinarse por ofrecer la espectacularización de la información (Cebrián Herreros, 2003) o la llamada "espectacularización de la realidad" (Prado 2003: 185). Por tanto, la televisión comienza a generar piezas empáticas, que exponen el lado más humano de la información con la finalidad de atraer a la audiencia (Brants, 2003). Los medios sucumben a las características del infoentretenimiento ya que este les genera un gran nivel de audiencia en su programación diaria. Este género utiliza información visual y

narrativa, generándole a la audiencia una serie de emociones y sensaciones que dependen de cada espectador (Rodrigo Uribe, 2007).

En España, el año 1993 fue cuando el infoentretenimiento comenzó a aparecer en las pantallas de la mano de Telemadrid, canal autonómico que lanzó un nuevo concepto de programación informativa orientada al entretenimiento del público, bajo el nombre de *Madrid Directo*. Este formato rompedor provocó que las principales televisiones públicas del estado español imitaran este programa, como *Tot es mou* en TV3, *Bona Vesprada* en À Punt, *Andalucía Directo* en Canal Sur y *España Directo* en TVE. En cuanto a las cadenas televisivas privadas también encontramos una proliferación de este tipo de programas. Es el caso de *Aruseros* o *El Intermedio* en La Sexta, *El Hormiguero* en Antena 3, *Todo es mentira* en Cuatro y *Ya es mediodía* en Telecinco.

Las características de esta nueva generación de programas, que tiene la finalidad de entretener al público, coinciden totalmente con las características que anteriormente definían al infoentretenimiento televisivo: la voz de la ciudadanía anónima es el protagonista de la pieza informativa, se alternan las conexiones en directo con los videos montados previamente en la cadena, existe el dinamismo gracias a la mayor apariencia y movilidad del periodista y el ritmo de montaje es elevado, admitiendo cualquier tipo de música en los reportajes.

En cuanto a la temática, los sucesos y las tragedias siempre tienen cabida en este tipo de programas. También se suelen dedicar espacios importantes para ofrecer piezas relacionadas con las fiestas patronales o la gastronomía típica de un lugar determinado. No obstante, pese a estar consolidados y formar parte de la parrilla televisiva de cadenas públicas y privadas, los programas basados totalmente en piezas propias del infoentretenimiento también necesitan readaptarse para diferenciarse de la competencia y retener a un público exigente, que se cansa de ver siempre lo mismo. Por tanto, este tipo de programas también necesitan actualizar su estructura y contenido para no aburrir a los espectadores y desvincularse del resto de programas de la competencia televisiva que comparten el mismo género y formato. El posicionamiento y la diferenciación respecto a los programas competencia son clave para que una cadena mantenga una audiencia elevada y fiel. Para ello, se deben aplicar

nuevas tecnologías, estrategias y técnicas para seguir atrayendo la atención de los espectadores.

### **2.2.3 Infoentretenimiento político televisivo**

El factor humano, que genera empatía y emociones diversas es una característica principal del infoentretenimiento, donde prima el enfoque y la importancia sobre aquellas noticias relacionadas con la ciudadanía. Este fenómeno crea una perspectiva emocional de un tema o problema que sufre una/s persona/s implicada/s y que atrae al telespectador ya que puede verle el rostro (Ortells, 2009). A través de la televisión, esta nueva forma de comunicación ha mezclado información sobre contenido político y no político. Esta espectacularización de la realidad, que mantiene una estrecha relación con el sensacionalismo (Segado Boj, 2015), ha provocado una variación en la selección de temas noticiosos y los procesos productivos de la información, alterando de esta manera los criterios de noticiabilidad (Ortells, 2009).

Algunos autores argumentan que la disminución de las noticias políticas se debe principalmente a la comercialización de la información junto con el predominio de los estándares de negocios televisivos (Brants, 1998; Spark y Tulloch, 2000; Uribe y Gunter, 2007; Thussu, 2007; Rowe, 2010; Boczkowski y Peer, 2011). A su vez, estos autores argumentan que este fenómeno es debido a la proliferación de noticias triviales, que podría causar una crisis de la comunicación política en detrimento al entretenimiento. Esta comunicación política está basada en una potente simplificación del mensaje y de las ideas, llegando a la máxima audiencia de forma eficaz.

Esta nueva tendencia ha rediseñado la comunicación política, ya que se ha originado un cambio en las relaciones establecidas entre los comunicadores y la clase política (Casero-Ripollés, 2008). En el año 2020, según el CIS, la televisión fue elegida el medio de comunicación favorito de los españoles para informarse sobre política (56,5%), seguido muy de lejos por la prensa digital (9,7%), la prensa escrita (6,5%), las redes sociales (6,1%) y la radio (5%). Este predominio televisivo, junto con la consolidación del infoentretenimiento, ha provocado que los partidos políticos y sus líderes hayan adaptado su mensaje, basándose en

los cánones que caracterizan al infoentretenimiento (Rebolledo, 2017). El entorno digital, junto al infoentretenimiento ha propiciado la emergencia de nuevas estrategias de personalización en redes sociales (Kruikemeier et al., 2013), como también la aparición de formatos comunicativos relacionados con la espectacularización y personalización (Casero-Ripollés, 2018). De esta manera, los departamentos de comunicación han creado una presencia en sus líderes políticos mucho más personal y trivial. La banalización y simplificación de la comunicación política puede suponer una decadencia en el debate político (Thussu, 2007).

Las nuevas características contextuales que ha generado la aparición del infoentretenimiento ha comportado una simplificación de los mensajes políticos por tal de poder acoplarse y cohesionarse a la perfección. A causa de esto, el tratamiento político se presenta de manera ligera, trivial y desideologizada (Casero-Ripollés, 2011a). A partir de la aparición del infoentretenimiento la ciudadanía se ha ido alejando de las *hardnews* o noticias de temática dura, pero siguen identificándose hoy en día como noticias de calidad (Harrington, 2008). Por su parte son las *softnews* las que han ganado protagonismo en la sociedad. Diversos autores hablan de una transformación en el proceso de la información (Sparks y Tulloch, 2000), con un punto de vista temático más ligero y *soft*, priorizando el espectáculo. Mediante un estilo que personaliza la información (Sparks, 2000; Casero-Ripollés, 2011b), se generan piezas informativas empáticas y emocionales para la audiencia (Uribe y Gunter, 2007). Esta visión relajada y simple de la actualidad política ha llevado a que lo serio y formal sea reemplazado por anécdotas y entretenimiento, porque estos artículos informativos son los más atractivos para la audiencia (Missika, 2006). Es decir, las temáticas blandas o *softnews* centradas en la vida privada de los líderes políticos ha generado una tendencia en la sociedad, que ha comenzado a preferir este tipo de piezas informativas dejando de lado la política entendida y captada como *hardnews*.

Esta nueva realidad mediática juega a favor de partidos y líderes políticos, que han visto reducida la necesidad de crear un buen discurso político y han aumentado la importancia de lo personal, emotivo y anecdótico. En el nuevo panorama, la política se ha convertido en un espectáculo en el que los conflictos

políticos se reducen a conflictos entre personalidades (Moyá-Ruiz, 2016). Bajo este marco, la vida privada de la clase política se ha integrado a la agenda *setting* para promover candidatos políticos de una manera más íntima y personal y a la vez atraer la atención del público. Los medios televisivos se focalizan en mostrar cómo es el líder político en su día a día, fuera de su trabajo, mostrando sus aficiones, sus gustos, etc. Se consigue así humanizar la figura del político, convirtiéndolo en una persona corriente e incluso a veces recurriendo al humor, transmitiendo una visión divertida y ligera de la política (Ortells, 2012). Esta humanización y personificación de la política ha generado un nuevo formato exclusivo dentro del conocido infoentretenimiento: el *politainment*, es decir, la política como espectáculo. Estos programas se han clasificado en tres grupos: *infoshows* políticos, magazines politizados, y formatos políticos espectacularizados (Berrocal Gonzalo, 2017:62).

En la nueva lógica informativa generada por el infoentretenimiento existe la necesidad de mostrar la vida privada de los líderes políticos (Casero-Ripollés, 2011a y 2011b), ya que este nuevo tratamiento de las piezas periodísticas políticas implica una variación en la confección del mensaje periodístico. No obstante, la aparición de la privacidad de los políticos es beneficioso y buscado por ambas partes. Por parte de los medios, se busca captar a la población y aumentar la audiencia, mientras que por parte de los partidos y líderes políticos se busca dar a conocer el lado más humano y empático de los líderes políticos. La intimidad deja de ser privada y comienza a mercantilizarse en los medios televisivos (Casero-Ripollés, 2011a). De esta manera, el *politainment* permitió a los políticos desempeñar otras funciones en los medios televisivos. Comenzaron a aparecer en formatos informativos no estrictos, hablando de su vida privada, trasladando sus gustos y emociones al telespectador, incluso como personalidades de la industria del infoentretenimiento (Berrocal, 2017).

Esta intrusión en la vida privada de los políticos para realizar piezas relacionadas con el infoentretenimiento ha dado lugar a abundantes investigaciones, donde los investigadores difieren sobre los efectos que genera esta nueva forma de procesar informaciones políticas, ya sea a causa del enfoque o del estilo. De esta manera podemos encontrar tanto valoraciones positivas como negativas sobre la aplicación del infoentretenimiento en el mundo político. Los detractores

rechazan la presencia del infoentretenimiento en las noticias sobre política. Argumentan que el uso de estas nuevas técnicas contribuye a la disminución de la capacidad crítica y objetiva de la audiencia y del votante, así como también consideran que estas noticias contribuyen a la simplificación y a la trivialización de piezas que deberían tener una mayor seriedad (Blumler, 1999). La profundización periodística queda relegada a un segundo plano a causa de la simplificación que ofrece el infoentretenimiento, dándole a conocer a la audiencia únicamente lo anecdótico y superficial (Missaka, 2006). Ramonet (2004) argumenta que el infoentretenimiento solo ha comportado un aumento de la crisis de credibilidad bajo el contexto de inseguridad informacional que ya existía. No obstante, existe una variante positiva donde también encontramos una gran cantidad de autores que ven beneficioso la implantación de las *softsnews* y del *politainment*. El infoentretenimiento ha permitido que temáticas con poco peso e importancia para la audiencia hayan conseguido consagrarse en las diferentes parrillas televisivas, siendo visibles al público y provocando en estos un interés (Bird, 2000; Adam y Maier, 2010). Por último, diversos autores afirman que el binomio política-infoentretenimiento puede tener consecuencias positivas en cuanto a la participación e involucración de la ciudadanía en actos políticos, estimulando así su preocupación y aumentando su voluntad de participación (Graber, 1994; Van Zoonen, 2005).

### **2.3 El infoentretenimiento político en Internet**

La llegada de Internet y sus constantes avances evolutivos y tecnológicos provoca que se considere como un poderoso espacio de almacenamiento de información. La digitalización de los contenidos hace posible albergar y distribuir información de manera sencilla, facilitando el consumo de contenidos en cualquier momento y lugar, permitiéndonos consumirlo a través de diversos dispositivos, como móviles, ordenadores, tabletas e incluso televisiones. Al tratarse de un espacio de inmensa magnitud, en la red podemos encontrar todo tipo de informaciones y opiniones. Por ello, en este espacio virtual podemos hallar desde informaciones políticas hasta anécdotas o hechos frívolos y morbosos que despiertan el interés de los internautas. Por tanto, además de

informar, Internet ofrece al usuario socializar, entretenerse y divertirse (Berrocal, Campos y Redondo, 2012).

La importancia y magnitud que se le concede actualmente a Internet ha provocado que todo tipo de empresas o personas se acerquen a esta red con el objetivo de aproximarse a los colectivos que se encuentran. Las redes sociales también han generado una nueva forma de concebir la información y son consideradas un fenómeno perfecto para conseguir entretenerse e informarse sobre todo tipo de acontecimientos (Gallego, 2016). La interactividad, la capacidad multimedia y la hipertextualidad son tres características principales que definen Internet y las redes sociales y son la base del éxito que ha obtenido desde su creación. La interactividad tiene una gran relación con el infoentretenimiento digital, que lo diferencia del infoentretenimiento televisivo. Internet ha propiciado un potente cambio en las audiencias y usuarios, que ahora, además de consumir contenidos, pueden ser partícipes de ellos, mediante chats, foros, votaciones, encuestas en directo, etc., como también produciendo su propio contenido y publicándolo, ya sean fotografías, videos, podcasts, textos, etc. (Cabrera, 2009). Existe pues una interactividad tanto de manera vertical, donde los creadores de contenido emiten sus piezas y la audiencia actúa como receptores, pero también encontramos una interactividad de manera horizontal, donde los usuarios demandan el producto que quieren consumir, participando así en el proceso comunicativo y creativo.

Se genera así un escenario donde los medios de comunicación tradicionales no pueden existir debido a las características únicas que ofrece Internet y la red. La libre circulación de contenidos, sin ningún tipo de consideración profesional regida por el trabajo periodístico, provoca que sean los propios internautas quienes decidan qué ver (Jenkins, 2006; Castells, 2009). Cuando una noticia o pieza interesa a un usuario, este lo premia con visualizaciones, reproducciones o difundiéndola para hacerla viral. Al ser usuarios de Internet y de redes sociales, el rigor, la diferenciación de información y opinión o la proximidad son factores que no se tienen en cuenta. Como consecuencia, gran parte de los contenidos más populares se materializan dentro del género del infoentretenimiento (Berrocal, Campos y Redondo, 2012).

El auge de Internet y las redes sociales ha provocado que los líderes políticos se vean obligados a comenzar a dominar este nuevo medio de información y entretenimiento (Kreiss, 2012). Junto con la aparición de diversas plataformas y soportes, la participación política en la red es esencial para interactuar con los usuarios para captar votantes y nuevos afiliados. También encontramos un nuevo papel a desarrollar por parte de los periodistas en este nuevo contexto digital. Los comunicadores se entienden como catalizadores de la información que pueden enviar medios digitales o usuarios en redes sociales o foros. Gracias a Internet y a las plataformas digitales, los políticos pueden adaptar el discurso utilizado en campañas y programas de infoentretenimiento televisivo a este nuevo mundo digital.

Por tanto, la espectacularización y la personalización de los líderes políticos es gestionada por ellos mismo en redes sociales y en Internet, ya que, como buenos consumidores o usuarios, ellos mismos son los que producen la información y muestran aquello que desean o que va a tener una repercusión positiva. La minúscula diferencia entre opiniones y hechos, junto con la hibridación de información y entretenimiento y el desconcierto entre esferas públicas y privadas (Casero-Ripollés; Ortells-Badenes; Rosique-Cedillo, 2014), ayuda a confeccionar el estilo espectacular que se observa en los políticos en sus redes (López-Rabadán y Doménech-Fabregat, 2018). Internet y las redes se utilizan como un medio que incorpora un enfoque más espectacular y personal de los políticos, con una gran presencia de lo anecdótico y trivial, de manera que ofrece una oferta audiovisual destinada a entretener y a informar (Berrocal et al. 2012).

### **2.3.1 El auge de YouTube**

En este último lustro, plataformas digitales como YouTube ha emergido como generadora de nuevas ofertas audiovisuales para todo tipo de público. Este portal digital es considerado una fuente de información, donde la variedad y la libertad son sus principales rasgos. Esta plataforma se autodefine como “la comunidad de vídeos online más popular del mundo, permitiendo a millones de usuarios descubrir, visualizar y compartir sus vídeos originales”. La total libertad que gozan los usuarios de YouTube les permite poder participar de manera

activa, generando sus propios contenidos y piezas audiovisuales, o de manera pasiva, como receptor de videos de otras personas, empresas o instituciones. Al poder controlar qué se quiere visualizar, cuándo y cómo, los usuarios de esta plataforma tienen la capacidad de poder ver historias de primera mano sobre eventos actuales, como también volver a visualizar sus momentos favoritos de programas de televisión, reproducir videos relacionados con sus pasatiempos e intereses y encontrar cuestiones excéntricas, insólitas e incluso anecdóticas (Berrocal, Campos y Redondo, 2012).

Si bien es cierto que es la audiencia juvenil la que se encuentra más conectada a esta plataforma, a causa de la facilidad que existe para encontrar contenidos del agrado de un público determinado, muchas personas de diferentes rasgos de edades pueden visualizar un contenido multimedia que sea interesante para ellos o simplemente busquen informarse o entretenerse. A diferencia de los medios convencionales, YouTube se caracteriza por la capacidad que tienen los propios creadores de contenidos. Son ellos mismos los que rigen el estilo, el tono, la forma y las herramientas con las que se va a comunicar información o se pretende entretener a los usuarios, si bien es cierto que existen unas bases legales básicas que se deben cumplir. Esta libertad a la hora de crear las piezas audiovisuales conlleva a que la gran mayoría de ellas reúnan características del infoentretenimiento.

Es tal la importancia de esta plataforma que una gran cantidad de periodistas, medios de comunicación e incluso *celebrities* y famosos han querido dar el salto a esta plataforma digital para poder adaptar y difundir sus contenidos a una nueva audiencia. No obstante, este portal digital ha generado lo que se conoce como *youtubers* o creadores de contenidos, cuya tarea principal es la de generar piezas audiovisuales para informar, entretener o divertir a la audiencia.

### **3. Objetivos e hipótesis**

El objetivo principal de esta investigación es analizar y comparar las características propias del infoentretenimiento en la cobertura de información política en el ámbito televisivo y digital.

De esta forma, los objetivos específicos que se derivan del objetivo principal son los siguientes:

O1: Estudiar y comparar la temática y el enfoque de los diferentes contenidos emitidos por estos programas.

O2: Analizar los diferentes formatos que utilizan *El Intermedio* y *No Te Metas En Política* para tratar la actualidad política.

O3: Conocer la presencia y uso de las fuentes informativas en ambos programas de infoentretenimiento.

De esta manera, se plantean las siguientes hipótesis:

H1: Tanto en *El Intermedio* como en *No Te Metas En Política* predominan las piezas de carácter político, no obstante, no existe una gran diferencia de cuota de parrilla respecto al resto de temáticas.

H2: Al tratarse de programas de infoentretenimiento, en ambos existe un predominio de *sketches*, monólogos, entrevistas informales y videos editados para referirse a los contenidos políticos.

H3: La libertad que ofrece YouTube comporta que el tratamiento de los contenidos políticos en *No Te Metas En Política* se aproxime más al entretenimiento y *soft news* que *El Intermedio*, donde predominan las noticias con un enfoque informativo.

H4: Ambos programas hacen un mayor uso de fuentes en noticias cuyo tratamiento es puramente informativo. De manera concreta, predomina el uso de fuentes oficiales para reafirmar las noticias informativas y las fuentes no oficiales para acompañar a las piezas de entretenimiento.

H5: La participación de los líderes políticos en programas de infoentretenimiento como *El Intermedio* ha aumentado progresivamente. Sin embargo, esta participación continúa siendo muy baja en *NTMEP*, debido a las diferencias en el formato y tratamiento de las piezas.

## 4. Metodología

### 4.1 Muestra

Para lograr el objetivo general, así como los diversos objetivos específicos, se ha seleccionado como muestra para analizar un total de 16 programas, 8 de ellos correspondientes a *El Intermedio*, emitido en La Sexta, y 8 a *No Te Metas En Política (NTMEP)*, emitido a través de YouTube.

Por un lado, la elección de *El Intermedio* se basa en su amplia continuidad en televisión. Este programa comenzó su emisión en el año 2006 y en la actualidad continúa ofreciendo sus contenidos de lunes a jueves en horario *prime time*. Gracias a esta extensa trayectoria, dicho programa se ha postulado como un espacio emblemático de la cadena productora La Sexta, siendo parte de la columna vertebral de la cadena y de su identidad. Además, *El Intermedio* se ajusta a las características y formatos propios del infoentretenimiento expuesto en la revisión de la literatura de esta misma investigación.

Por otro lado, a la hora de escoger *No Te Metas En Política* se ha tenido en cuenta las características propias que detallan este programa. *NTMEP* se autodefine como un *late show* en formato podcast que es subido a la plataforma digital YouTube. Además, *NTMEP* cuenta con 60.000 suscriptores en YouTube y una media superior a 70.000 visualizaciones, factor que convierte a este programa en un referente en cuanto a infoentretenimiento político dentro de esta plataforma digital.

Respecto a *El Intermedio*, los programas escogidos pertenecen a la decimoquinta temporada. Estos corresponden al periodo que engloba los programas emitidos desde septiembre de 2020 hasta abril de 2021. Concretamente, en esta investigación se analizan los programas emitidos los jueves de la primera semana de cada mes, comenzando por septiembre de 2020 y finalizando en abril de 2021. La razón de esta selección es poder analizar de manera lineal y continua el planteamiento de este programa respecto a los contenidos que ofrece.

En cuanto a *NTMEP*, los programas seleccionados pertenecen a la segunda temporada. Al tratarse de un programa que se emite en directo en YouTube, para

que posteriormente sea subido como un video permanente, no aparece la fecha de publicación de cada capítulo. No obstante, esta plataforma sí que informa de cuando se realizó la emisión de manera mensual. Por ese motivo, se analizan ocho programas cuyo mes de emisión es diferente

De esta manera, las emisiones seleccionadas de ambos programas se recogen en la siguiente tabla:

**Tabla 1. Reparto de los programas seleccionados para el análisis**

Programa	Emisión							
<i>El Intermedio</i>	10-9-20	1-10-20	5-11-20	3-12-20	14-1-21	4-2-21	4-3-21	7-4-21
<i>NTMEP</i>	2X01: Emitido en septiembre de 2020	2X05: Emitido en octubre de 2020	2X12: Emitido en noviembre de 2020	2X21: Emitido en diciembre de 2020	2X28: Emitido en enero de 2021	2X34: Emitido en febrero de 2021	2X40: Emitido en marzo de 2021	2X52: Emitido en abril de 2021

Fuente: elaboración propia

## 4.2 Técnica

Para poder responder a los diferentes objetivos planteados anteriormente, se aplica una metodología basada en la técnica del análisis de contenido cuantitativo. Esta técnica se fundamenta mediante la recolección de datos para verificar o refutar hipótesis y establecer patrones de comportamiento con base a la medición numérica (Hernández, Fernández y Baptista, 2010).

El análisis cuantitativo se centra en el estudio de los formatos de la información emitida y las temáticas correspondientes. También mediante esta técnica se analiza el tratamiento que se ofrece a las piezas, el uso de fuentes periodísticas, el tiempo de cada sección y la participación de líderes políticos en este tipo de programas. Esta técnica permite recopilar la información de manera organizada y sistemática, además de ofrecer una concepción clara de los elementos que se han seleccionado para realizar la investigación.

### 4.3 Modelo de análisis

Para llevar a cabo el análisis del contenido, se han establecido dos fases de trabajo. La primera se centra en un análisis general de ambos programas a modo de contextualización. Concretamente, este análisis trata la fecha de emisión, el día de la semana al que corresponde la emisión, la franja horaria, la duración, el/los presentador/es y las secciones que presentan.

**Tabla 2. Modelo de análisis de las características generales del programa**

Programa:
Fecha de emisión:
Día de emisión:
Franja horaria:
Duración total:
Presentador/es:
Sección/es:

Fuente: elaboración propia

La segunda fase del análisis se centra en el estudio y comparación de los contenidos emitidos por estos programas. Concretamente, se plantea el estudio del formato, de la temática, del tratamiento, de las fuentes y de la participación política. Para ello, se plantea el siguiente modelo de análisis:

**Tabla 3. Modelo de análisis de los contenidos emitidos por El *Intermedio* y *NTMEP***

FORMATO DEL CONTENIDO	
<b>Sketch o vídeo editado</b>	Vídeo editado a modo de parodia con finalidad humorística de corta duración (1'-5').
<b>Monólogo</b>	Discurso unipersonal en tono humorístico de corta duración (1'-5').
<b>Noticia</b>	Relato de un acontecimiento de actualidad, que despierta el interés del público con la mayor objetividad y veracidad posible.

<b>Reportaje</b>	Profundización de una pieza periodística acerca de un hecho, un personaje o sobre cualquier otro tema. Suele ir acompañado de imágenes, declaraciones y entrevistas.
<b>Entrevista</b>	Conversación que un periodista mantiene con una/s persona/s y que está basada en una serie de preguntas o afirmaciones que plantea el entrevistador y sobre las que la persona entrevistada da su respuesta o su opinión.
<b>Diálogo</b>	Discurso bipersonal con un tono humorístico de corta duración (1-5')
<b>TEMÁTICA</b>	
<b>Política nacional</b>	Relacionada con la actualidad política española.
<b>Política internacional</b>	Noticias de carácter político a nivel internacional.
<b>Economía nacional</b>	Información relacionada con la economía española.
<b>Sanidad</b>	Hechos relacionados con la salud pública, privada y la situación de la pandemia.
<b>Monarquía española</b>	Información destinada hacia la Casa Real.
<b>Cultura</b>	Cualquier noticia relacionada con actos culturales.
<b>Inmigración</b>	Relacionado con la situación de inmigración en España.
<b>Corrupción</b>	Asuntos relacionados con la estafa y el fraude.
<b>Deporte</b>	Hechos donde el deporte sea protagonista.
<b>Justicia</b>	Noticias de carácter jurídico, tribunales, sentencias, etc.
<b>Sucesos</b>	Acontecimientos trágicos o amarillistas.
<b>Modelo territorial</b>	Informaciones relacionadas con el modelo territorial de España.
<b>TRATAMIENTO</b>	
<b>Informativo</b>	Contenidos trabajados y emitidos desde la objetividad, veracidad, mayor profundidad sobre los hechos, etc.
<b>Entretenimiento</b>	Contenidos que incluyen un tono generalmente satírico y humorístico, ironía, uso de música, interacción del público, tratamiento superficial de la noticia, etc.
<b>FUENTES</b>	
<b>Oficiales</b>	Pertenece a la administración o a una institución pública.

<b>No oficiales</b>	Expertas	Sociedad civil
	Económicas	Alternativas
	Culturales	Otras
	Mediáticas	

Fuente: elaboración propia

## 5. Resultados

El análisis de los resultados nos permite identificar diversas tendencias relevantes en cuanto a las características del infoentretenimiento en los contenidos televisivos y digitales.

### 5.1. Rasgos característicos de los programas de infoentretenimiento en televisión e Internet

Para conocer detalladamente los programas de *El Intermedio* y de *No Te Metas En Política*, se ha realizado un análisis de los rasgos generales de ambos programas de infoentretenimiento. En él, se trata la fecha de emisión, el día de la semana al que corresponde la emisión, la franja horaria, la duración, el perfil del/los presentador/es y colaboradores/as y las secciones que presentan.

En primer lugar, respecto a la franja de emisión, el programa de *El Intermedio* es emitido de lunes a jueves a las 21:35 horas y suele finalizar en torno a las 22:45 horas. La duración aproximada es de una hora, no obstante, al ser un programa televisivo en *prime time* existen pausas publicitarias. Respecto a la emisión de *No Te Metas En Política*, este programa se realiza los sábados y domingos a las 12:00 horas, finalizando a las 13:00 horas. Tiene una duración muy similar a la de *El Intermedio*, pero a diferencia de este último, *NTMEP* no cuenta con anuncios publicitarios, únicamente descansos de corta duración entre secciones.

Respecto a la estructura y equipo de presentadores/as y colaboradores/as, *El Intermedio*, al ser un programa de infoentretenimiento televisivo consolidado desde 2006, cuenta con una plantilla extensa. Actualmente intervienen once colaboradores, con el Gran Wyoming como presentador principal y Sandra Sabatés como copresentadora del programa. *El Intermedio* se caracteriza por

tener una organización simple. Al comienzo de este, el Gran Wyoming pronuncia la frase de apertura: *Ya conocen las noticias. Ahora, les contaremos la verdad.* Tras esta frase, aparece la cabecera del programa. Sandra Sabatés comienza con la actualidad del día. Durante esta sección, el Gran Wyoming suele hacer un *sketch* o monólogo relacionado con alguna temática importante de la que haya informado Sabatés.

En el caso de los colaboradores, normalmente aparece el cómico Dani Mateo en primer lugar, interrumpiendo a Wyoming y Sandra Sabatés para hacer un sketch, también relacionado con la actualidad del día. Posteriormente aparece la periodista Andrea Roperó, con un reportaje o entrevista puramente informativo. El cierre del programa suele realizarlo la periodista Thais Villas, mediante entrevistas personales a pie de calle o el humorista Pablo Ibarburu, si bien es cierto que el orden no siempre se repite en las emisiones analizadas. Tras esto, Wyoming pronuncia la frase de despedida *Mañana más, pero no mejor, porque es imposible. Aquí, en El intermedio.*

El Intermedio (5-11-20). Sketch Páginas Salmonete



Fuente: *El Intermedio*

Por otro lado, la estructura de *No Te Metas En Política* cuenta con diversas diferencias y similitudes respecto a *El Intermedio*. *NTMEP* es un programa de infoentretenimiento digital, disponible en la plataforma de YouTube, con una trayectoria de cuatro años, mucho menor que *El Intermedio* y que no dispone de patrocinadores ni anuncios publicitarios. Está formado por los presentadores y humoristas Facu Díaz y Miguel Maldonado, junto con la colaboradora Queralt Castillo, periodista del diario *La Marea*. Esta emisión se caracteriza por tener una estructura y una organización simple, ya que *NTMEP* comienza sus emisiones con música de cabecera, seguido de un diálogo entre los dos presentadores, que

tratan de hilar su vida personal con la actualidad política y sanitaria a nivel nacional e internacional. Es usual que durante esta conversación entre los presentadores intervenga el ayudante de realización. También en ocasiones leen algún comentario de la audiencia, ya que es un programa realizado en directo. Tras esto, Queralt Castillo explica la actualidad semanal. Mientras la periodista informa, ambos humoristas permanecen callados y añaden su opinión al finalizar la noticia. Por último, el cómico Miguel Maldonado cierra el programa con un monólogo relacionado con lo tratado durante el programa.

NTMEP 2X40. Sketch La Vida Cisterna



Fuente: NTMEP

En lo que se refiere al perfil de los participantes, se observan más similitudes que diferencias. En el programa de televisión se encuentra como presentador el Gran Wyoming, famoso humorista español, mientras que en el programa digital son los cómicos Miguel Maldonado y Facu Díaz quienes realizan unas funciones muy similares a las del presentador televisivo: monólogos, comentarios satíricos e irónicos, cierre del programa, etc. Por otra parte, las periodistas Sandra Sabatés y Queralt Castillo desempeñan tareas similares, ya que aportan el sentido informativo a ambos programas, con datos, fuentes y objetividad. A excepción de la periodista Andrea Roperó, que también comparte funciones informativas en *El Intermedio*, el resto de los colaboradores que pertenecen a *El Intermedio* tienen un perfil cómico que busca entretener a la audiencia mediante entrevistas personales, *sketches* y monólogos.

**Tabla 1. Miembros y perfil de los colaboradores/as en *El Intermedio* y *No Te Metas En Política***

Colaboradores/as	Perfil	Profesión/es
<b><i>El Intermedio</i></b>		
Wyoming	Humorístico e informativo	Humorista, actor, músico, médico, escritor y columnista
Sandra Sabatés	Informativo	Periodista y escritora
Dani Mateo	Humorístico	Periodista, cómico y actor
Thais Villas	Humorístico e informativo	Periodista
Andrea Roperó	Informativo	Periodista
Pablo Ibarburu	Humorístico	Cómico
<b><i>NTMEP</i></b>		
Facu Díaz	Humorístico e informativo	Humorista y streamer
Miguel Maldonado	Humorístico	Realizador y humorista
Queralt Castillo	Informativo	Periodista

Fuente: elaboración propia

En cuanto a las secciones, *El Intermedio*, al contar actualmente con once colaboradores, dispone de más componentes que *NTMEP*, que únicamente cuenta con tres. Mientras que el programa presentado por Wyoming no siempre utiliza las mismas secciones, en todas las emisiones analizadas de *NTMEP* se repite la estructura con las secciones correspondientes.

Las que aparecen en los programas analizados de *El Intermedio* son las siguientes:

- *Actualidad del día*: la periodista Sandra Sabatés explica desde un enfoque informativo la actualidad del día, mientras que Wyoming añade comentarios irónicos y satíricos.
- *Olé presidente*: el cómico Wyoming y Sandra Sabatés informan de la actualidad política del gobierno español a favor de la propia administración de manera satírica.
- *Siempre la misma historia*: el humorista Dani Mateo repasa conflictos territoriales con un tono humorístico y los compara con conflagraciones del pasado.
- *A lo Roperero*: la periodista Andrea Roperero se encarga de ampliar el contenido informativo a modo de reportaje de un tema ya tratado por Sandra Sabatés, principalmente político o relacionado, en el periodo analizado, con el coronavirus como principal tema de actualidad del momento.
- *Páginas Salmonete*: Wyoming y Sandra Sabatés presentan un espacio de actualidad financiera, en el que aparecen en la parte inferior empresas ficticias con nombres cómicos.
- *Centro Ibarburu de Sociología*: el monologuista Pablo Ibarburu llama a ciudadanos anónimos preguntando, en tono irónico y humorístico, sus inquietudes políticas, sanitarias, sociales, etc.
- *Mujer tenía que ser*: Sandra Sabatés entrevista a una mujer que ha sido o es motivo de superación.
- *Lo de Thais Villas*: la periodista Thais Villas realiza entrevistas con invitados variados, ya sean famosos o transeúntes; generalmente en la calle o en un sitio relacionado con la vida del entrevistado.
- *Videos editados desde un punto de vista humorístico*: aunque no sea una sección en sí, entre sección y sección o al cambiar de tema, se introducen vídeos manipulados con una finalidad satírica. Principalmente este recurso es utilizado con políticos españoles, jugando con sus movimientos, posturas y añadiendo música de fondo o sonidos enlatados. Se trata de un humor simple que aparece con bastante frecuencia en el programa.

Respecto a *No Te Metas En Política* se distinguen las siguientes secciones:

- *Opening*: Presentado por Facu Díaz y Miguel Maldonado, ambos cómicos hilan sus vivencias y anécdotas con la actualidad política nacional e internacional con un tomo humorístico e irónico.
- *Que tal Queralt*: La periodista Queralt Castillo repasa la actualidad nacional e internacional de manera puramente informativa, aportando datos, declaraciones, etc. En algunas ocasiones la periodista únicamente se centra en un aspecto concreto y ofrece un reportaje. Facu Díaz y Miguel Maldonado comentan brevemente respecto a los temas tratados.
- *Cierre*: Miguel Maldonado realiza un monólogo relacionado con los diversos temas de actualidad que más relevancia han tenido en el programa. También se leen comentarios de los espectadores que se encuentran visualizando el programa en directo.

**Tabla 2. Clasificación y duración de las secciones de *El Intermedio* y *NTMEP***

Programa al que pertenece	Nombre de la sección	Duración media
<i>El Intermedio</i>	Actualidad del día	28'33''
<i>El Intermedio</i>	Olé presidente	4'11''
<i>El Intermedio</i>	Siempre la misma historia	6'49''
<i>El Intermedio</i>	A lo Roperó	11'26''
<i>El Intermedio</i>	Páginas Salmonete	5'10''
<i>El Intermedio</i>	Centro Ibarburu de Sociología	4'57''
<i>El Intermedio</i>	Mujer tenía que ser	10'51''
<i>El Intermedio</i>	Lo de Thais Villas	9'06''
<i>El Intermedio</i>	Videos editados	2'15''
<i>NTMEP</i>	Opening	27'42''
<i>NTMEP</i>	Que tal Queralt	24'36''
<i>NTMEP</i>	Cierre	8'4''

Fuente: elaboración propia

Por tanto, se observa que, a pesar de la diferencia en cuanto al número de secciones, se aprecian similitudes entre algunos de los contenidos difundidos por ambos programas. En primer lugar, mientras que en *El Intermedio* existe la

sección de *Actualidad del día*, en *NTMEP* se encuentra *Que tal Queralt*. Ambas secciones son puramente informativas y cuentan con un pequeño comentario satírico por parte de los presentadores de dichos programas. Además, el tiempo destinado a estas secciones es similar en los dos programas de infoentretenimiento. Por otro lado, secciones que buscan entretener como las protagonizadas por Dani Mateo o Pablo Ibarburu pueden relacionarse con el *Opening* del programa digital, ya que en ambas es habitual recurrir a las vidas personales, redes sociales y el uso de sketches. Mientras que *NTMEP* destina una gran parte de su programación humorística al *Opening*, el programa presentado por Wyoming divide el entretenimiento en diversas secciones con una duración menor.

La gran mayoría de las secciones del programa televisivo y del digital tienen como foco principal la política, ya sea de manera puramente informativa, como se realiza en *A lo Ropero* del *El Intermedio* y en *Que tal Queralt* de *NTMEP*, o con la finalidad de entretener, como en la sección *Centro Ibarburu de Sociología* de la emisión televisiva y el *Opening* de la digital.

Analizando *Lo de Thais Villas* y *Siempre la misma historia* (ambas secciones pertenecientes al programa televisivo), se observa que relacionan el objetivo principal de la propia sección con la actualidad política española. En el caso de la primera, suelen entrevistarse de manera personal e informal a políticos en la puerta del Congreso de los Diputados. En la sección de Dani Mateo, se discuten temas territoriales como la independencia de Cataluña o la supresión de las autonomías y se relaciona con la actualidad política de partidos como Esquerra Republicana de Cataluña o VOX.

Por parte de *No Te Metas En Política*, la sección de *Que Tal Queralt* es puramente informativa, donde se tratan especialmente conflictos de política internacional. No obstante, los comentarios humorísticos que hacen tanto Facu Díaz como Miguel Maldonado en esta sección van relacionados con la política española, relacionando casos de corrupción extranjeros con los nacionales, comparando políticas sociales, etc.

## 5.2 Temas y tratamiento de los contenidos difundidos por *El Intermedio* y *NTMEP*

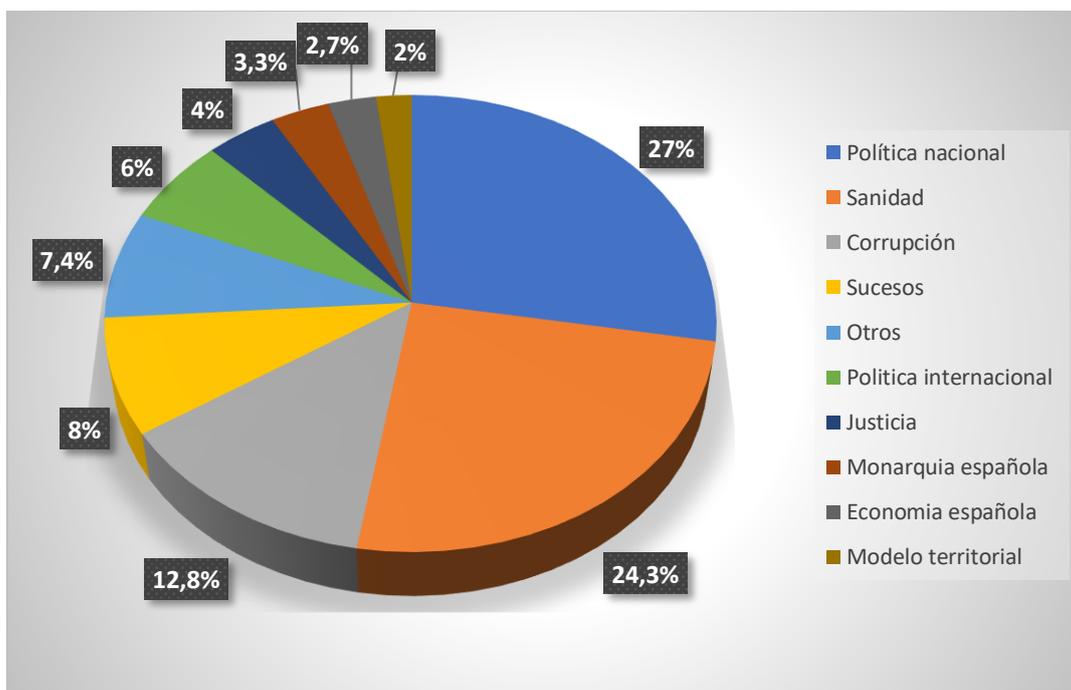
En cuanto a la temática de las distintas emisiones de *El Intermedio* y *NTMEP*, los contenidos sobre política nacional son los que lideran la parrilla en ambos programas, con un 27% (Gráfico 1) y un 23,5% (Gráfico 2) respectivamente. Concretamente, cuando se emiten contenidos relacionados con esta temática, estos habitualmente se centran en subtemas como las discusiones en el Congreso, aprobación de leyes y de las actuaciones del Gobierno y/o de la oposición. En las dos emisiones se da voz a la actualidad política española, ya sea para informar como para entretener. La temática de política internacional se distancia notablemente en ambos programas, ya que mientras que en *El Intermedio* representa el 6% del total (Gráfico 1), en *NTMEP* se encuentra con un 22% (Gráfico 2), siendo en ambos los temas más concurrentes aquellos relacionados con Estados Unidos y su presidente, Joe Biden. De esta manera, la política, de manera general, ocupa un porcentaje mayor en el programa digital que en el televisivo. Estos resultados plantean la importancia y el peso que tiene la política en el infoentretenimiento, tanto a nivel informativo como para entretener al espectador, ya que ambos programas plantean los contenidos políticos para informar como también para entretener. Como se ha observado anteriormente, que la política sea el tema más tratado en ambos programas se debe principalmente a que la mayoría de las secciones de las emisiones televisivas y digitales relacionan directa o indirectamente las temáticas con la actualidad política.

Por otro lado, los resultados señalan que una temática que ha adquirido una presencia significativa en la parrilla de *El Intermedio* es la de sanidad, debido principalmente a la situación actual causada por el coronavirus. Este tema ocupa el 24,3% (Gráfico 1), casi el doble que en *NTMEP*, donde el porcentaje se encuentra en un 13,2% del total (Gráfico 2). Esto puede deberse al peso informativo que le da el programa presentado por Wyoming a la situación de la pandemia en España, cosa que *NTMEP* no efectúa con tanta frecuencia al centrarse más en el entretenimiento. No obstante, destaca que ambas emisiones informan o entretienen con esta temática para posteriormente relacionarla con la

gestión política española de esta crisis. Tanto en *El Intermedio* como *NTMEP* politizan la temática de sanidad.

Ocurre algo similar con la categoría de corrupción. Ambos programas se centran en el 'caso Kitchen'. *El Intermedio* destina el 12,8% de sus contenidos (Gráfico 1), mientras que *NTMEP* dedica el 5,8% (Gráfico 2). Sin embargo, aquellos temas relacionados con la monarquía española, principalmente con el rey emérito Juan Carlos I, aparecen el doble de veces en el programa de YouTube que en el emitido en La Sexta, con un 7,3% (Gráfico 2) y un 3,3% (Gráfico 1) respectivamente, utilizando un tono especialmente irónico en ambos programas, donde la salida del rey emérito de España es el tema principal.

**Gráfico 1. Temáticas abordadas en *El Intermedio* (septiembre 2020-abril 2021)**  
(Total contenidos temáticos=148)



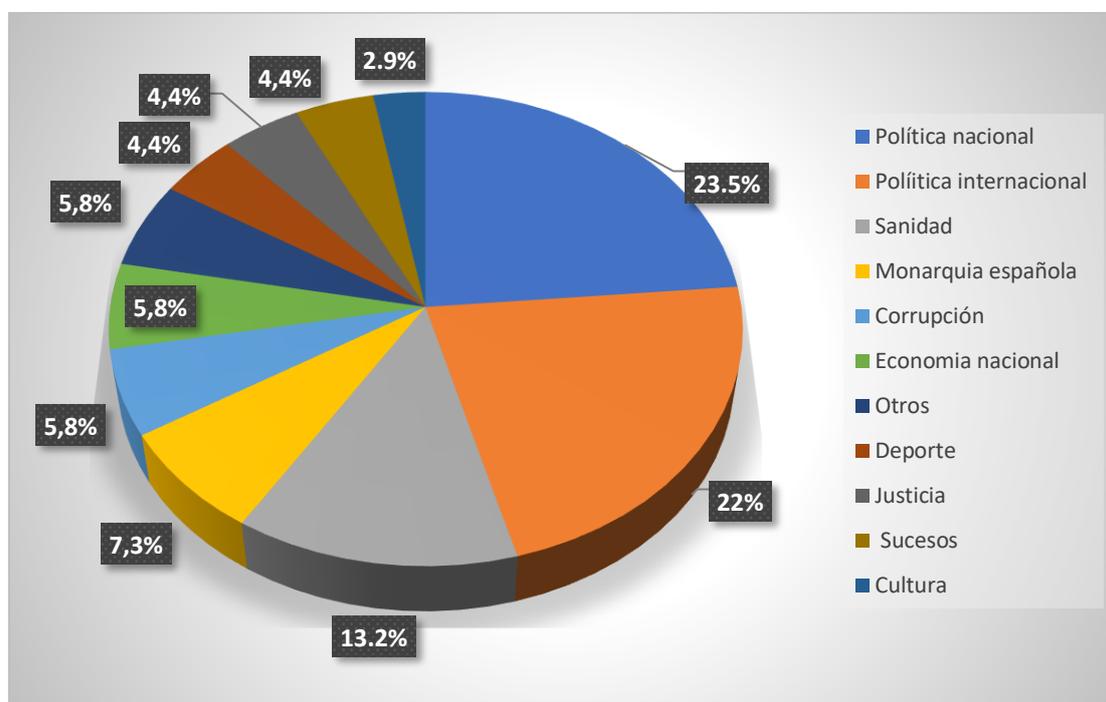
Fuente: elaboración propia

La categoría de otros, donde se agrupa la música, la iglesia, el narcotráfico y los videojuegos se sitúa ligeramente por encima en *El Intermedio*, con un 7,4% de los casos (Gráfico 1), mientras que *NTMEP* cuenta con un 5,8% (Gráfico 2) respecto del total. Esto se debe principalmente a la variedad de contenidos que ofrece el programa de televisión, consolidado en la parrilla televisiva de La Sexta y que cuenta con una plantilla mucho más amplia que permite tratar todo tipo de temas. Las temáticas agrupadas en este bloque cuentan con un tratamiento

informativo por parte de *El Intermedio*, mientras que en *NTMEP* van conjuntamente relacionadas con comentarios humorísticos.

Algo similar ocurre con la temática de sucesos, donde se agrupan los acontecimientos climatológicos, como la borrasca Filomena, asesinatos, accidentes de tráfico, etc. ya que *El Intermedio* destina el 8% de su contenido total (Gráfico 1). Por su parte, *NTMEP* lo reduce prácticamente a la mitad, con el 4,4% del total (Gráfico 2). En el aspecto de la economía nacional resalta el pequeño espacio que le dedica *El Intermedio* en su parrilla, con un 2,7% de los casos totales (Gráfico 1), apareciendo exclusivamente en la sección de *Páginas Salmonete*. *NTMEP* supera el porcentaje del programa televisivo, con un 5,8% del total (Gráfico 2). En cuanto a la justicia, los porcentajes en ambas emisiones son semejantes, con un 4% por parte de *El Intermedio* (Gráfico 1) y un 4,4% por parte de *NTMEP* (Gráfico 2).

**Gráfico 2. Temáticas abordadas en *NTMEP* (septiembre 2020-abril 2021)**  
(Total contenidos temáticos=68)



Fuente: elaboración propia

Por último, destaca la disparidad de algunos temas, los cuales son tratados en un programa, mientras que en el otro son prácticamente inexistentes. Por

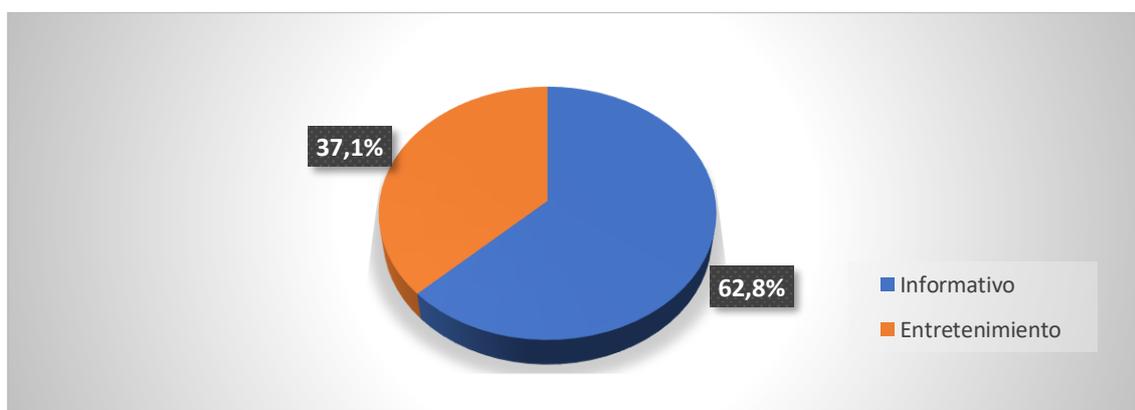
ejemplo, el equipo de Wyoming dedica el 2% (Gráfico 1) de sus contenidos a tratar la temática del modelo territorial, centrándose en el conflicto de la supresión de las autonomías, una propuesta liderada en el Congreso por el partido político VOX. En cambio, *NTMEP* no incluye este tema como parte de sus contenidos en ninguna de las emisiones visualizadas. Por otro lado, lo mismo sucede con las categorías de deporte y cultura. *El Intermedio* no dedica espacio a estas categorías y *NTMEP* ocupa, respectivamente, el 4,4% (Gráfico 2) y el 2,9% (Gráfico 2) de sus contenidos.

A nivel general, gran parte de las temáticas con un gran peso informativo, como por ejemplo la política, economía, sanidad, etc. generan mayores apariciones en el programa televisivo, mientras que las temáticas blandas como deporte y cultura aparecen en mayor cantidad en *NTMEP* que en *El Intermedio*.

Respecto al tratamiento que *El Intermedio* y *NTMEP* dan a sus contenidos, los resultados permiten observar una gran diferencia entre ambas emisiones, ya que en el programa televisivo predomina la información sobre el entretenimiento, con el 62,8% de sus contenidos enfocados puramente a informar (Gráfico 3). Sin embargo, *NTMEP* apuesta por tratar la mayoría de sus contenidos con la finalidad de entretener, con un 58,8% de los contenidos totales (Gráfico 4).

**Gráfico 3. Tratamiento de los contenidos emitidos en *El Intermedio* (septiembre 2020-abril 2021)**

(Total contenidos emitidos=148)

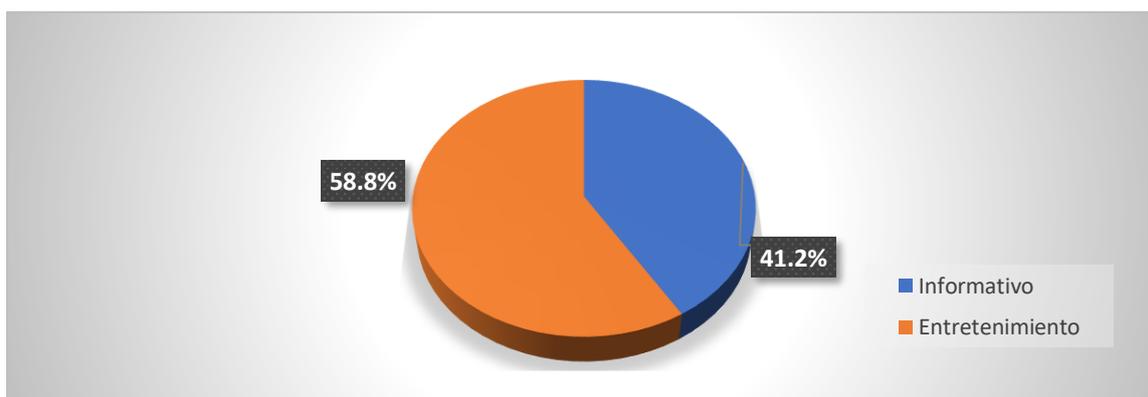


Fuente: elaboración propia

*El Intermedio*, al ser un programa televisivo emitido en La Sexta con mayor trayectoria que *NTMEP*, hace que la información supere el entretenimiento. Sucede lo contrario en el programa de YouTube de Facu Díaz y Miguel Maldonado. Esta emisión tiene mayor libertad respecto al programa de televisión, por lo que el humor, comentarios irónicos y la sátira tienen mayor cabida en un programa que no depende de anuncios publicitarios, líneas editoriales, reputación, etc. Esto también genera una mayor profesionalidad y rigurosidad hacia *El Intermedio*, pudiéndose considerar un programa donde la ciudadanía puede informarse con mayor objetividad y rigor, mientras que *NTMEP* se consideraría un programa destinado a entretener a la ciudadanía e informar de manera superficial y sencilla.

**Gráfico 4. Tratamiento de los contenidos emitidos en *NTMEP* (septiembre 2020-abril 2021)**

(Total contenidos emitidos=68)



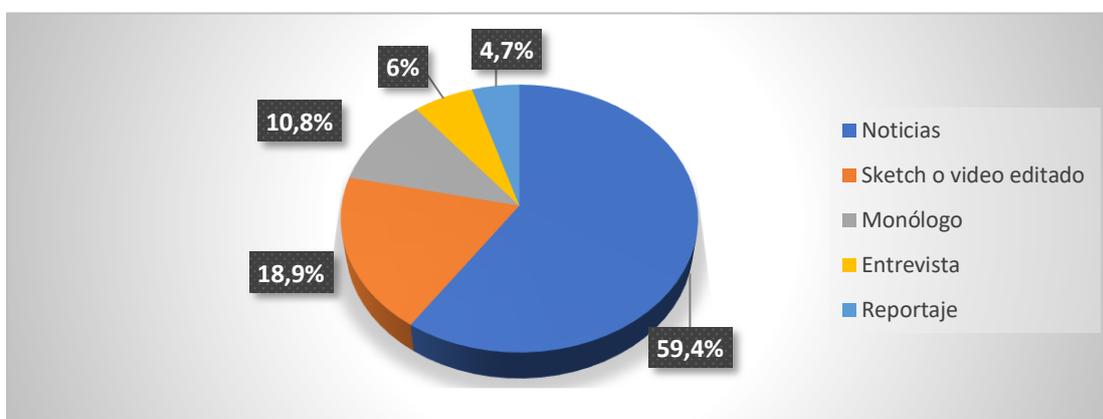
Fuente: elaboración propia

### **5.3. Formatos tratados en los programas de infoentretenimiento de televisión e Internet**

Respecto al formato de las piezas emitidas en *El Intermedio* y *No Te Metas En Política*, los resultados indican que existe un predominio del uso de la noticia. Concretamente, mientras que en el programa televisivo este formato aparece en el 59,8% de los casos (Gráfico 5), en *No Te Metas en Política* asciende al 63,2% (Gráfico 6). Siguiendo con los formatos informativos, existe una gran diferencia en relación con las entrevistas, ya que este género pasa de ocupar en el

programa televisivo el 6% (Gráfico 5) a no aparecer en las emisiones de Facu Díaz y Miguel Maldonado. Otro formato principalmente informativo que ocupa mayor cuota de pantalla en *El Intermedio* que en *NTMEP* es el reportaje, con casi el doble de peso 4,7% (Gráfico 5) del total y 2,9% (Gráfico 6) respectivamente. Teniendo en cuenta los porcentajes de los géneros puramente informativos que aparecen en los diferentes programas, *El Intermedio* se puede considerar más informativo que *No Te Metas En Política*.

**Gráfico 5. Formatos del contenido emitido en *El Intermedio* (septiembre 2020-abril 2021)  
(total formatos utilizados=148)**



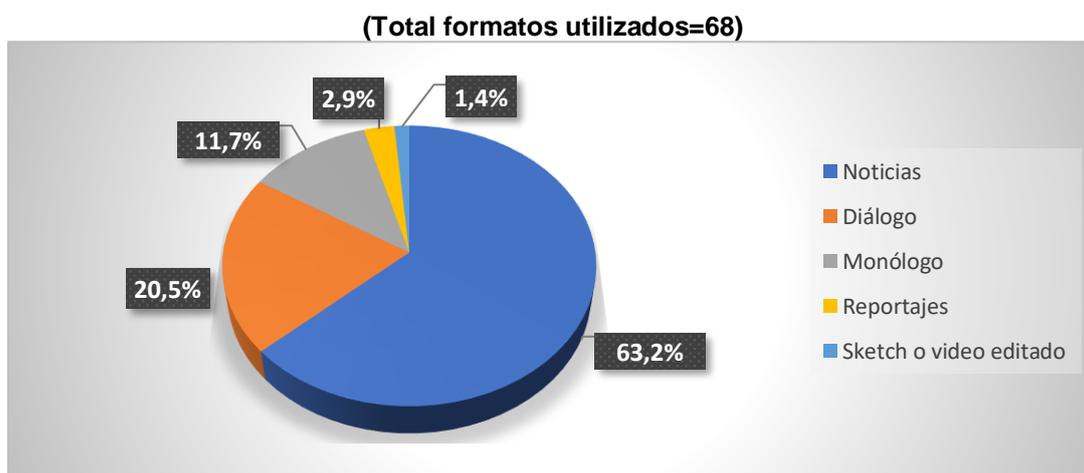
Fuente: elaboración propia

En cuanto a los formatos relacionados con el entretenimiento, cabe destacar la diferencia de usos que le dan ambos programas al *sketch*, ya que este formato en el programa de televisión obtiene un 18,9% (Gráfico 5) mientras que en el programa digital este porcentaje se ve reducido al 1,4% (Gráfico 6). Por otro lado, el uso del monólogo demuestra la importancia del rol del presentador en ambos programas. Así, mientras que en *El Intermedio* el porcentaje se sitúa en el 10,8% de los casos (Gráfico 5), en *No Te Metas En Política* el porcentaje se eleva levemente al 11,7% (Gráfico 6).

Ahora bien, el uso del diálogo entre presentadores es inexistente en el programa televisivo, mientras que Facu Díaz y Miguel Maldonado elevan este formato hasta el 20,5% (Gráfico 6) respecto al total. Esto permite conocer la forma de entretener y usar el humor en ambos casos, ya que mientras que en el programa

de Wyoming se apuesta por un humor más individual mediante el monólogo, en *NTMEP* se hibrida tanto el monólogo como el diálogo entre ambos presentadores.

**Gráfico 6. Formatos del contenido emitido en *NTMEP* (septiembre 2020-abril 2021)**



Fuente: elaboración propia

Estos resultados dejan entrever que el peso informativo es mayor en el programa presentado por Wyoming, mientras que el dirigido por Facu Díaz y Miguel Maldonado se caracteriza por tener más presente el humor y el entretenimiento. Se observa que *El Intermedio* dispone de una mayor variedad en sus formatos a la hora de emitir las piezas correspondientes, mientras que *No Te Metas En Política* suprime algunos formatos que están relacionados con el tratamiento informativo, como son las entrevistas. También el uso de los reportajes deja entrever que *El Intermedio* utiliza un enfoque más informativo respecto a *No Te Metas En Política*. Este último, pese a obtener un porcentaje mayor en el uso de las noticias, tiene como finalidad principal entretener a su público. Además, si se comparan ambos programas, se observa que el uso de *sketches* es muy superior en el televisivo que en digital, lo que muestra un humor más elaborado y complejo en *El Intermedio* y uno más sencillo y directo por parte de *No Te Metas En Política*.

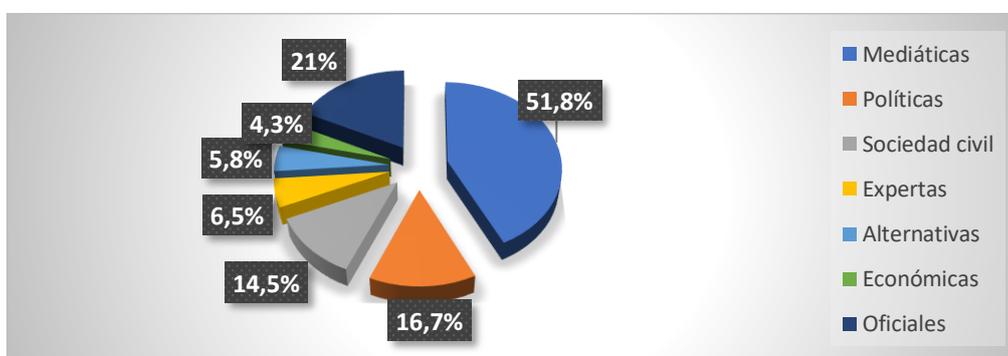
#### 5.4 Presencia y uso de fuentes en *El Intermedio* y *NTMEP*

Los resultados sobre el uso de las fuentes en los contenidos emitidos por *El Intermedio* y *NTMEP* ponen de manifiesto el predominio de las fuentes no oficiales en ambos programas respecto a las oficiales, con porcentajes muy similares. En *El Intermedio* el porcentaje se eleva al 65,1% del total y *NTMEP* al 61,2%, si bien es cierto que las fuentes utilizadas en el programa de televisión prácticamente doblan las empleadas por *NTMEP*, con un total de 175 en contra de 98. Esta diferencia está relacionada directamente con el tratamiento que les dan ambos programas a sus contenidos, ya que *El Intermedio*, al tener una mayor presencia de contenidos informativos, utiliza más fuentes en su programa.

Especificando en las fuentes no oficiales, las fuentes mediáticas son las más utilizadas tanto en el programa televisivo como en el digital. *El Intermedio* obtiene un porcentaje menor en el uso de estas fuentes con un 51,8% (Gráfico 7) que *NTMEP*, con un 68,4% (Gráfico 8). En ambos programas se comparten noticias extraídas de medios de comunicación, utilizándolos como un instrumento a través del cual informar a la audiencia. En *El Intermedio* se encuentran referencias a medios de comunicación con diferentes líneas editoriales como *El País*, *eldiario.es*, *El Mundo* o *Público.es*. Por su parte, *NTMEP* tiende a utilizar únicamente medios con afinidad hacia la izquierda española.

**Gráfico 7. Uso de las fuentes en los contenidos emitidos por *El Intermedio* (septiembre 2020-abril 2021)**

(Fuentes totales utilizadas=175)



Fuente: elaboración propia

Una de las principales diferencias en cuanto al uso de las fuentes en ambos programas la encontramos en las agrupadas bajo la categoría de sociedad civil, donde se engloban a los ciudadanos individuales, sindicatos, asociaciones y ONG, ya que *El Intermedio* destina un 14,6% del total (Gráfico 7), porcentaje muy superior al 2,6% que se encuentra en *NTMEP* (Gráfico 8). Una de las posibles causas principales de esta diferencia es la capacidad que tiene el programa de televisión de abarcar diferentes fuentes gracias a su trayectoria en la parrilla televisiva. Además, cuenta con varias secciones que se centran en preguntar, o bien a la ciudadanía, o bien a asociaciones como la Plataforma de Afectados por la Hipoteca (PAH). Por su parte, *NTMEP* apenas recoge este tipo de fuentes a causa principalmente de su reducida plantilla, su escasa trayectoria y su falta de secciones que faciliten a este bloque aportar informaciones, opiniones, testimonios, etc.

Algo similar ocurre con las fuentes catalogadas como expertas, ya que en *El Intermedio* aparecen en un 6,5% de sus contenidos (Gráfico 7), por encima del 3,9% del total de *NTMEP* (Gráfico 8). Esto se debe principalmente a las secciones de 'A lo Ropero' y 'Mujer tenías que ser', emitidas en *El Intermedio*, donde se realizan reportajes o entrevistas a personas expertas. En el caso del programa digital, únicamente se observa la aparición de una experta en la situación migratoria de Grecia. El uso mayoritario de este tipo de fuentes en el programa de televisión genera una mayor sensación de credibilidad para la audiencia. Por último, destaca la manera residual en que ambos programas utilizan fuentes económicas, como entidades bancarias o el Banco de España. *El Intermedio* destina el 4,6% del total (Gráfico 7) y *NTMEP* el 1,3% (Gráfico 8).

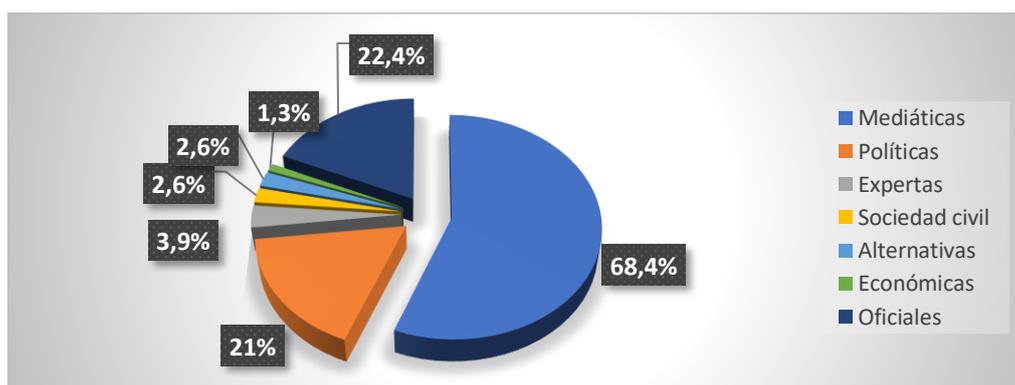
A modo general, estos resultados muestran de manera clara que *El Intermedio* expone en sus emisiones una mayor cantidad y diversidad de fuentes respecto a *NTMEP*. Esto se debe principalmente al tratamiento que destina el programa televisivo a sus contenidos, ya que, como se ha comentado anteriormente, en el programa de Wyoming predomina la información sobre el entretenimiento. La aparición de secciones puramente informativas respalda la idea de la variedad de fuentes, dándole cabida a las fuentes expertas o a la sociedad civil. Por tanto, el uso en cantidad de distintas fuentes viene a subrayar la presencia de indicadores de calidad, relacionados con la verificación y la relevancia. Lo

contrario sucede en el programa de Facu Díaz y Miguel Maldonado, donde el entretenimiento supera a la información y, por tanto, los contenidos informativos se ven relegados a un segundo plano, explicados de manera mucho más superficial y principalmente mediante publicaciones extraídas de los medios de comunicación. Además, al contar únicamente con una sección destinada a la información, la aparición de personas expertas, altos cargos de ONG o de entidades bancarias queda relegada a una posición casi inexistente.

Ahora bien, cabe destacar que, dentro de las fuentes oficiales, aquellas que tienen una mayor presencia en ambos programas son las políticas, con porcentajes similares (16,7% en televisión y 21% y en el digital), mediante declaraciones de miembros del gobierno como José Luis Ábalos, Carolina Darias o María Jesús Montero y presidentes de comunidades autónomas como Isabel Díaz Ayuso, Ximo Puig o Emiliano Garcia-Page. En el caso de *El Intermedio* estas declaraciones son utilizadas principalmente para complementar la información tratada, mientras que en *NTMEP* los testimonios suelen ir acompañados de comentarios irónicos por parte de los presentadores.

**Gráfico 8. Uso de las fuentes en los contenidos emitidos por NTMEP (septiembre 2020-abril 2021)**

(Fuentes totales utilizadas=98)



Fuente: elaboración propia

Pese a que la presencia de fuentes políticas es habitual, no ocurre lo mismo cuando se trata de su aparición directa en el programa. Es decir, ya sea presencialmente acudiendo como invitado o telemáticamente concediendo una

entrevista, no se observa a ningún miembro de cualquier partido político español. Las únicas participaciones políticas que se observan es mediante declaraciones, entrevistas concedidas a medios de comunicación o mensajes en redes sociales. En el caso del programa televisivo, estas participaciones son utilizadas para añadir riqueza y diversidad a sus contenidos informativos, si bien es cierto que existe una excepción con los líderes políticos de los partidos de derechas, ya que en los programas visionados aparecen imágenes, videos editados y declaraciones de miembros del Partido Popular como Isabel Díaz Ayuso, Pablo Casado o Alberto Núñez Feijóo, entre otros, con una finalidad puramente humorística. Por el contrario, *NTMEP* toma las declaraciones de los principales líderes de la oposición como Santiago Abascal, Iván Espinosa de los Monteros, Pablo Casado o Isabel Díaz Ayuso entre otros, para añadir un comentario crítico con una fuerte presencia de ironía y sátira. Únicamente la colaboradora de *NTMEP*, Queralt Castillo, ofrece, en escasas ocasiones, testimonios de los líderes políticos para reforzar la información tratada.

## 5. Conclusiones

Los resultados obtenidos en esta investigación permiten detectar diversas similitudes y diferencias entre la cobertura de la información política que ofrece el infoentretenimiento televisivo y el digital, dando respuesta, así, a los objetivos tanto generales como específicos que pretenden analizar y comparar las características propias del infoentretenimiento en el ámbito televisivo y digital.

El primer hallazgo de esta investigación deja entrever la similitud en cuanto a la estructura que existe entre las emisiones televisivas y las digitales. La organización del programa es muy similar, con una duración de una hora en ambos casos. Tanto en *El Intermedio* como en *NTMEP* se alterna la información con el entretenimiento. Además, ambas plantillas cuentan con perfiles similares de los diferentes colaboradores/as, con un predominio de humoristas y cómicos tanto en *El Intermedio* como en *No Te Metas En Política*. Destaca que ambas emisiones confían en perfiles más enfocados hacia el entretenimiento para desempeñar funciones periodísticas.

Las principales diferencias se observan en el número de secciones que aparecen en cada programa como en el número de colaboradores/as. *El Intermedio*, al ser un programa de infoentretenimiento consolidado en la parrilla televisiva, cuenta con un mayor presupuesto y por tanto con una plantilla más amplia, que permite realizar un mayor número de secciones. *NTMEP* lleva únicamente cuatro años en la escena digital, hecho que comporta que tanto su plantilla como las secciones que aparecen sean menores.

Ahora bien, cabe destacar que la gran mayoría de las secciones de *El Intermedio* y de *No Te Metas En Política* están relacionadas, directa o indirectamente, con la política ya sea nacional o internacional. Esto genera una politización de temas independientes como la sanidad o la justicia, aumentando el peso y la importancia de la política en estas emisiones televisivas y digitales.

Este resultado ratifica la primera hipótesis expuesta en esta investigación; que afirma que tanto en *El Intermedio* como en *NTMEP* predominan las piezas de carácter político (H1). En contraposición a Sorrentino (2006), esta investigación demuestra que la política se mantiene como eje principal, tanto en la parrilla televisiva como en el programa digital, y no es relegada a un segundo plano para cederle el protagonismo a los ciudadanos de a pie. No obstante, a causa de la situación sanitaria actual ocasionada por el coronavirus, los contenidos relacionados con la sanidad han aumentado notablemente, manteniendo siempre una fuerte politización respecto a la pandemia. Estos hallazgos confirman lo expuesto en la literatura estudiada, donde Ortells (2007) afirma que los sucesos y las tragedias siempre tienen cabida en este tipo de programas.

Por otro lado, los resultados de esta investigación permiten afirmar que en ambos programas la noticia es el género más utilizado en sus contenidos para informar o entretener. Los géneros informativos, como pueden ser la entrevista o el reportaje, ocupan un mayor espacio en el programa televisivo. Por el contrario, los formatos de entretenimiento como el monólogo o el diálogo tienen mayor cabida en el programa digital. Este resultado refuta la segunda hipótesis planteada, en la que se exponía que, al tratarse de programas de infoentretenimiento, en ambos existiría un predominio de *sketches*, monólogos, entrevistas informales y videos editados para referirse a los contenidos políticos (H2). A pesar de que se encuentran este tipo de formatos, en ninguno de los dos

programas se observa la importancia o el peso que se afirmaba en la hipótesis. De esta forma, estos resultados permiten entrever que *El Intermedio* opta por enfocar sus contenidos de una forma más informativa, mientras que *No Te Metas En Política* escoge el entretenimiento por encima de la información. La escasa presencia de entrevistas en el programa televisivo y la nula aparición de este género en el programa digital difieren de lo aportado por autores Salgado (2006), que afirma que las entrevistas a personajes públicos, políticos o celebridades ocupan un importante espacio en el infoentretenimiento televisivo y digital. Estos resultados permiten confirmar que las conexiones en directo, una característica importante para autores como Más de Xaxàs (2005), existen en ambas emisiones. En el caso del televisivo, a excepción de secciones grabadas como *Lo de Thais Villas* o *A lo Roperó*, el resto de las piezas se realizan en directo. Por otro lado, toda la programación de *NTMEP* es en directo, sin apariciones de secciones grabadas con anterioridad.

Otro hallazgo importante que demuestran los resultados obtenidos es la diferencia que existe en el tratamiento de los contenidos en ambos programas. *El Intermedio* enfoca la mayoría de sus contenidos de manera informativa, mientras que *NTMEP* se centra más en el entretenimiento que en la información. El infoentretenimiento televisivo ofrece una información política sencilla y ligera, intercalando actualidad informativa con argumentos y comentarios humorísticos, satíricos o irónicos que entretienen al público. El programa digital prefiere entretener a su audiencia, ofreciéndole de manera secundaria noticias informativas. Esto provoca que la tercera hipótesis formulada se confirme. Esta postulaba que en *El Intermedio* predominan las noticias con un enfoque informativo, mientras que *NTMEP* se aproxima más al entretenimiento y a las *soft news* (H3). Estos resultados coinciden con lo expuesto por autores como Missaka (2006), el cual argumenta que la visión ligera y simple de las noticias de carácter político han provocado que se sustituya la seriedad y la formalidad por aquello anecdótico y entretenido, ya que este tipo de piezas informativas son las que más atraen a los espectadores. En relación con esta tendencia, los hallazgos también se postulan a favor de aportaciones de autores como Casero-Ripollés (2011a y 2011b) que afirma que la nueva lógica informativa generada por el infoentretenimiento confecciona el mensaje periodístico.

Un hallazgo relevante es el que se relaciona directamente con la cuarta hipótesis (H4), que hace referencia al mayor uso de fuentes en contenidos de carácter informativo. De manera concreta, la hipótesis plantea que las fuentes oficiales son utilizadas para los tratamientos informativos y las fuentes no oficiales para los tratamientos de entretenimiento. Los resultados expuestos indican que las fuentes no oficiales (mediáticas, expertas, sociedad civil, económicas, culturales y alternativas) son más utilizadas en *El Intermedio* y *NTMEP*, si bien es cierto que las fuentes oficiales más utilizadas en ambas emisiones son las fuentes políticas. Estos resultados reafirman la primera parte que plantea la hipótesis, ya que, en ambas emisiones, los contenidos informativos van acompañados de una fuente, ya sea oficial o no, que verifica la información. No obstante, estos datos refutan la segunda parte de la hipótesis, ya que las fuentes no oficiales superan a las oficiales tanto en el programa encabezado por Wyoming como el presentado por Facu Díaz y Miguel Maldonado.

Por último, los datos relacionados con la presencia de los líderes políticos en estos programas de infoentretenimiento refutan la quinta y última hipótesis planteada, que argumenta que la participación de los líderes políticos en programas de infoentretenimiento como *El Intermedio* ha aumentado progresivamente, mientras que es inexistente en *NTMEP*, debido a las diferencias en el formato y tratamiento de las piezas (H5). La presencia directa de los líderes políticos es nula, ya que en ningún programa analizado se invita, de manera telemática o presencial a algún/a líder político español o extranjero. Únicamente aparecen a modo de fuentes informativas, con extractos de voz o declaraciones publicadas en medios de comunicación. Este hallazgo contradice a autores como Berrocal (2016), que defiende que el *politainment* ha permitido a la clase política desempeñar otras funciones en los medios televisivos. La autora argumenta que los líderes políticos han comenzado a aparecer en formatos informativos no estrictos, hablando de su vida privada, trasladando sus gustos y emociones al telespectador, incluso como personalidades de la industria del infoentretenimiento. Sin embargo, los resultados de esta investigación demuestran que los líderes políticos no participan de forma activa en este tipo de contenidos, ni siquiera como una vía para autopromocionar o dar a conocer su programa u otros aspectos relacionados con su faceta profesional.

Aunque existen ciertas similitudes entre el infoentretenimiento televisivo y el infoentretenimiento digital, las diferencias son bastante significativas. Se concluye que en *El Intermedio* se emplea un tratamiento más informativo que *No Te Metas En Política*, que se centra en entretener al espectador. El infoentretenimiento en televisión se encuentra consolidado con una estructura definida y que, hasta el momento, ha tenido éxito entre la audiencia, mientras que el infoentretenimiento digital continua actualmente perfilando y explotando sus características y estructuras por tal de atraer a la mayor audiencia posible. La capacidad económica y logística es muy diferente entre los dos programas, haciendo que cada uno de ellos se adapte a sus posibilidades.

Las distintas semejanzas expuestas en esta investigación entre los dos programas de infoentretenimiento permiten afirmar, además, que la política es el tema principal del cual versa el transcurso de las emisiones. Sin embargo, lejos de hacer un tratamiento basado en las declaraciones o participación de los propios actores políticos, ambos programas plantean una cobertura informativa centrada en la participación de otras voces no oficiales, las cuales muestran su punto de vista respecto a las medidas y acciones llevadas a cabo por la clase política. Este hallazgo constituye una aportación novedosa que actualiza lo aportado previamente por la literatura estudiada.

Finalmente, a pesar de que el objetivo principal de esta investigación pretende conocer las características tanto de *El Intermedio* como de *No Te Metas en Política*, resultaría necesario conocer de forma más detallada el tipo de tratamiento, especialmente en relación con la sátira y el humor que utiliza cada programa en sus contenidos para conocer con mayor claridad la finalidad de cada programa. Por ello, como futura línea de investigación, se propone la realización de un estudio cuantitativo donde se refleje el tipo de humor o sátira utilizado en cada programa por tal de poder diferenciar su tipología, estructura, enfoque o personaje principal al que se dirige, entre otras variables de análisis.

## 6. Bibliografía

Adam, S., & Maier, M. (2010). Personalization of Politics: A Critical Review and Agenda for Research. In C. Salmon (Ed.), *Communication Yearbook 34* (pp. 213–257). New York, NY: Routledge.

Aguilera García, I. (2019). La cultura del humor televisivo: El infoentretenimiento español desde su utilidad para las audiencias. *ZER. Revista De Estudios De Comunicación*, 24 (47), 31-50. <https://doi.org/10.1387/zer.20705>

Baum, M. (2003). Soft News and Political Knowledge: Evidence of Absence or Absence of Evidence? *Political Communication*, 20, 173-190

Baym, G. (2010). *From Cronkite to Colbert: The Evolution of Broadcast News*. Boulder: Paradigm.

Berrocal Gonzalo, S. (2017). *Politainment: la política espectáculo en los medios de comunicación*. Valencia: Tirant Humanidades.

Berrocal Gonzalo, S., Campos Domínguez, E., & Redondo García, M. (2012). Comunicación Política en Internet: La tendencia al “infoentretenimiento” político en “YouTube”. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 18(2), 643-659. [https://doi.org/10.5209/rev\\_ESMP.2012.v18.n2.41037](https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2012.v18.n2.41037)

Bird, S. E. (2000). “Audience Demands in a Murderous Market, Tabloidization in U. S. Television News”. En Sparks, C. y Tulloch, J. (eds). *Tabloid Tales Global Debates over Media Standards* Nueva York y Oxford: Rowman & Littlefield.

Blumler, J. G. (1999). Political Communication Systems All Change: A Response to Kees Brants. *European Journal of Communication*, 14(2), 241–249. <https://doi.org/10.1177/0267323199014002006>

Boczkowski, P. J. & Peer, L. (2011). The choice gap: The divergent online news preferences of journalists and consumers. *Journal of Communication*, 61(5), 857-876. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2011.01582.x>

Brants, K. (1998). Who's afraid of infotainment? *European Journal of Communication*, 13(3), 315-335.

Brants, K. (1999). A Rejoinder to Jay G. Blumler. *European Journal of Communication*: 14(3): 411–415.

Buonanno, M. (1999). *El Drama televisivo: identidad y contenidos sociales*. Barcelona: Ed. Gedisa

Casero Ripollés, A. (2008). *Modelos de relación entre periodistas y políticos: La perspectiva de la negociación constante*. Estudios sobre el mensaje periodístico, 14, 111 - 128. Recuperado a partir de: <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0808110111A>

Casero-Ripollés, A. (2011a). La miopía periodística: cómo informan los periodistas sobre la política y sus escenarios de futuro. En Campos Freire, F. (coord.): *Comunicación y gobernanza en Europa*. Editorial Universitat.

Casero-Ripollés, A. (2011b). Vida privada en la esfera pública: la intimidad de los actores políticos españoles en televisión. En Casero-Ripollés, A. y Marzal, J. (eds.): *Periodismo en televisión. Nuevos horizontes, nuevas tendencias*. Zamora, Comunicación social ediciones y publicaciones.

Casero-Repollés, A., Ortells Badenes, S., & Rosique Cedillo, G. (2014). Consecuencias democráticas de la disolución de las fronteras entre información, entretenimiento y privacidad en la era digital. *TELOS: Cuadernos de*

*comunicación e innovación*, 99, 45-54. Recuperado de <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/127530/65874.pdf?sequence=1>

Casero-Ripollés, A. (2018). Research on political information and social media: Key points and challenges for the future. *El profesional de la información*, 27(5) 964-974. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.sep.01>

Castells, M. (2009). *Communication Power*. Oxford: Oxford University Press

Cebrián, M. (2003). La nueva frontera de los realities shows y de las estrategias multimedia. *Palabra Clave*, 9.

Chibnall, S. (1997). *Law-and-order news: an analysis of crime reporting in the British press*. Londres: Tavistock.

Dader, J.L. (2007). Del periodista pasible, la obviedad informativa y otras confusiones en el Estanco de noticias. En *Estudios sobre el mensaje periodístico*, vol. 13, pp. 3153. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense.

Gallego, S. (2016). *Redes sociales digitales: información, comunicación y sociedad en el siglo XXI (2000-2010)* (Tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España. Recuperado de: <https://eprints.ucm.es/id/eprint/44233/1/T39077.pdf>

García Redondo, M. & Campos-Domínguez, E (2015). Implicaciones éticas del infoentretenimiento televisivo. *Comunicació: Revista de Recerca i d'Anàlisi*, 32 (1), pp. 73-89. <https://doi.org10.2436/20.3008.01.130>

Gordillo, I., Guarinos, V., Checa, A. Ramírez Alvarado, M. M., Jiménez-Varez, J., López-Rodríguez, F. J., De los Santos, F. & Pérez-Gómez, M. A. (2011). Hibridaciones de la hipertelevisión: información y entretenimiento en los modelos de infoentertainment. *Revista Comunicación*, 9, 93-106.

Graber, D. (1994). The infotainment Quotient in Routine Television News: a Director's Perspective, *Discourse & Society*, 5(4), 483-508.

Gutiérrez Lozano, J.F. y Cuartero Naranjo, A. (2020). El auge de Twitch: nuevas ofertas audiovisuales y cambios del consumo televisivo entre la audiencia juvenil. *Ámbitos: Revista internacional de comunicación*, 50, 159-175.

Harrington, S. (2008). Popular news in the 21 century: Time for a new critical approach? *Journalism*, 9(3), 266-284.

Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. Madrid, España: McGraw Hill

Holtz-Bacha, C. (2003). Comunicación política: entre la privatización y la espectacularización. *Diálogo Político*, 2003, (1), 137-154.

J. A. García Avilés (2007). El infoentretenimiento en los informativos líderes de audiencia en la Unión Europea. *Anàlisi*, 35, 47-63.

Jebri, N., Albaek, E. & H. de Vreese, C. (2013). Infotainment, Cynicism and Democracy: The Effects of Privatization vs Personalization in the News. *European Journal of Communication*, 28(2), 105-121.  
<https://doi.org/10.1177/0267323112468683>

Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. Nueva York: NYU Press.

Kreiss, D. (2012a). *Tacking our Country Back: The Crafting of Networked Politics from Howard Dean to Barack Obama*. Oxford (Reino Unido): Oxford University Press.

Kruikemeier, Sanne; Van-Noort, Guda; Vliegenthart, Rens & De-Vreese, Claes H. (2013). Getting closer: The effects of personalized and interactive online political communication. *European journal of communication*, 28(1), 53-66.  
<https://doi.org/10.1177/0267323112464837>

Marín Lladó, C. M. (2012). La pérdida de objetividad en las noticias de los programas de infoentretenimiento en televisión. *AdComunica*, (4), 81-98.  
<http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2012.4.6>

Martín Jiménez, V., & Berrocal Gonzalo, S. (2017). Innovación y consolidación del «infoentretenimiento» político: una perspectiva histórica. *Historia y Comunicación social*, 22 (1), 207-219. <https://doi.org/10.5209/HICS.55908>

Martínez, J.L. (2002). Retos y amenazas para el periodismo tradicional, comunicación presentada al VII Congreso y Asamblea de la Sociedad Española de Periodística (SEP) celebrada en Sevilla, del 7 al 9 marzo de 2002, en SEP (2005): *Las tecnologías periodísticas: desde el ayer al mañana*. Sevilla, pp. 348-369.

Más de Xaxàs, X. (2005): *Mentiras. Viaje de un periodista a la desinformación*. Barcelona: Destino.

Missika, J.L. (2006): *La fin de la télévision*. París: Éditions du Seuil et La République des Idées.

Móya Ruiz, M. (2016). Habilidades comunicativas y comunicación política (Tesis doctoral). Universidad Miguel Hernández, Elche, España. Recuperado de <http://dspace.umh.es/bitstream/11000/3208/1/TD%20Moya%20Ruiz%2C%20M%20aria%20Teresa.pdf>

Ortells, S. (2008). La redefinición de los géneros periodísticos, el infoentretenimiento como punto de partida del cambio. *Fòrum De Recerca*, (13), 403-409. Recuperado de: <http://www.uji.es/bin/publ/edicions/jfi13/38.pdf>

Ortells, S. (2009). El infoentretenimiento en televisión: el caso de Noticias Cuatro. *Actas del II Congreso Internacional de Teoría y Técnica de los Medios Audiovisuales*. Castellón: Universitat Jaume I, 356 – 368

Ortells, S. (2011). Información política e infoentretenimiento en televisión: visiones contrapuestas de un problema complejo. EN Mateos Martín, C., Ardèvol Abreu, A. I., Toledano Buendía, S. (coord.), *La comunicación pública, secuestrada por el mercado*, 115-129.

Ortells, S. (2012). Infoentretenimiento y periodismo político en televisión. Periodismo político en España: concepciones, tensiones y elecciones. *La Laguna: Sociedad Latina de Comunicación Social*, 99-115.

Ortells, S. (2015). Los nuevos actores de la información televisiva: ciudadanos y periodistas como protagonistas del infoentretenimiento. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 21(1), 491-508. [https://doi.org/10.5209/rev\\_ESMP.2015.v21.n1.49107](https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2015.v21.n1.49107)

Pellisser Rossell, Nel-lo & Pineda, Antonio (2014). Información política televisiva y espectacularización: un análisis comparativo de programas informativos y de

infoentretenimiento. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. Vol. 20, Núm. 2 (julio diciembre), págs.: 821-839. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense. [https://doi.org/10.5209/rev\\_esmp.2014.v20.n2.47036](https://doi.org/10.5209/rev_esmp.2014.v20.n2.47036)

Pestano Rodríguez, J. (2008): "Tendencias actuales en la estructura y contenidos de los informativos de televisión", publicado en *Revista Latina de Comunicación Social*, 63, páginas 453 a 462. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, recuperado el 29 de junio de 2021, de [http://www.revistalatinacs.org/08/38\\_795\\_60\\_TV/Jose\\_Pestano\\_Rodriguez.html](http://www.revistalatinacs.org/08/38_795_60_TV/Jose_Pestano_Rodriguez.html)

Prado, E. (2002). Televisión en la era digital: homogeneización versus diversidad. *TELOS*, nº 51. Madrid: Fundación Telefónica, pp. 45-53.

Prado, E. (2003). La espectacularización de la realidad, *El anuario de la televisión*. Madrid: GECA

Rabadán, P & Fabregat, H. (2018). Instagram y la espectacularización de las crisis políticas. Las 5W de la imagen digital en el proceso independentista de Cataluña. *El Profesional de la Información*, 27(5), 1013-1029. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.sep.06>

Ramonet, I. (2004). Información, comunicación y globalización. El quinto poder. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 88, pp. 26-31

Rapp Ragel, P. (2018). El humor en la comunicación política: El caso de El Intermedio y No Te Metas En Política durante las Elecciones Catalanas de 2017. (Trabajo Fin de Grado). Universidad de Sevilla, Sevilla. Recuperado de <https://idus.us.es/handle/11441/79340>

Rebolledo, M. (2017). La personalización de la política: una propuesta de definición para su estudio sistemático. *Revista de comunicación*, 16(2), 147–176.

<https://doi.org/10.26441/RC16.2-2017-A7>

R. Uribe & B. Gunter (2007). Are 'Sensational' News Stories More Likely to Trigger Viewers' Emotions than Non-Sensational News Stories? A Content Analysis of British TV News, *European Journal of Communication*: 22(2), 207–228.

Rowe, D. (2010). *Tabloidization of news*. En Allan, S. (ed.): *The Routledge companion to news and journalism*. Oxon, UK, Routledge.

Salgado, A. (2006). Orígenes y evolución histórica del late night show en Estados Unidos, como principal formato de entretenimiento televisivo. *Comunicación y pluralismo*, 2, 99-118.

Segado-Boj, F., Díaz-Campo, J., & Lloves-Sobrado, B. (2015). Líderes latinoamericanos en Twitter. Viejas costumbres para nuevos medios en tiempos de crisis políticas. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, 156 a 173.

<http://dx.doi.org/10.4185/RLCS-2015-1040>

Sparks, C. y Tulloch, J. (eds). (2000). *Tabloid tales: global debates over media standards*. Nueva York y Oxford: Rowman and Littlefield.

Sorrentino, C. (2006). I newsmaking, en Mancini, Paolo y Marini, Rolando (eds.): *Le comunicazioni di massa*, Carocci, Roma.

Sorrentino, C. (2006). *Il campo giornalistico. I nuovi orizzonti dell'informazione*, Carocci, Roma.

Strömbäck, J. (2011). Mediatization of Politics: Towards a Conceptual Framework for Comparative Research. En E. P. Bucy & R. L. (Eds.), *Sourcebook for Political Communication Research: Methods, Measures, and Analytical Techniques* (pp. 367- 382). New York: Routledge

Thussu, D. K. (2007). *News as entertainment*. London: Sage.

Thompson, D. F. (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós

U. M. Krüger (1988). Infos-Infotainment-Entertainment. *Media Perspektiven*. V. 10, p. 637-664.

Van Zoonen, L. (2005). *Entertaining the Citizen: When Politics and Popular Culture Converge*. Nueva York: Rowman & Littlefield SBN: 978 0 742529076

## Executive summary

# **Analysis of political content in television and digital infotainment. The cases of *El Intermedio* and *No Te Metas En Política*.**

Author: Raúl Comos Camps

Tutor: Silvia Marcos García

Research Work: Line A

Academic course: 2020-2021

In the last decade, the production and consumption of journalistic products by the media and society has changed significantly. The main cause of this change is the emergence of the Internet and its different platforms, channels, formats, and technological advances, which have led to the emergence of new genres or even the hybridisation of some existing ones.

One of these emerging genres is known as infotainment, which has become a journalistic phenomenon that combines the traditional characteristics of purely informative programmes with typical entertainment features. As a result of these transitions in journalistic genres, a hybridisation is adopted between the content of news formats, based on seriousness and rigour, and the content and aesthetics of entertainment (Ortells, 2007). In this way, the hybridisation of journalistic genres has generated a new information era that is beginning to be noticeable in television schedules under the name of infotainment (Krüger, 1988). Therefore, infotainment is a journalistic phenomenon that combines the typical characteristics of conventional news with the characteristics of entertainment genres in the same space (Ortells, 2007). This new genre is characterised by its focus on topics based on social plots, unprecedented events, happenings, etc., providing a wide variety of content suitable for all tastes (García Avilés, 2007).

One of the mediums that has best adapted to the phenomenon known as infotainment is television. Infotainment allows viewers to know everything that is going on around them, whether close or not, where they are offered a distant reality that is only accessible through the screen. This characteristic predominates in this genre, which has emotional and empathic consequences for viewers. This closeness reflected in infotainment has forced the television media to create new working guidelines that must be coherent with the live connections that increase with the passage of time (Más de Xaxàs, 2005). The entry of infotainment on television has brought about a series of changes related to the elaboration of the news message and, consequently, has affected the traditional practice of political journalism. Some authors argue that the irruption of infotainment has provoked a rapprochement towards political information on the part of citizens who were previously distant and reluctant to consume this type of news (Baum, 2003; Adam and Maier, 2010).

Through television, this new form of communication has mixed information on political and non-political content. This spectacularisation of reality, which is closely related to sensationalism (Segado Boj, 2015), has caused a variation in the selection of news topics and the productive processes of information, thus altering the criteria of newsworthiness (Ortells, 2009). Some authors argue that the decline of political news is mainly due to the commercialisation of information along with the dominance of television business standards (Brants, 1998; Spark and Tulloch, 2000; Uribe and Gunter, 2007; Thussu, 2007; Rowe, 2010; Boczkowski and Peer, 2011).

The new contextual characteristics generated by the emergence of infotainment have led to a simplification of political messages to be able to fit together and cohere perfectly. As a result, political treatment is presented in a light, trivial and de-ideologised way (Casero-Ripollés, 2011a). Since the appearance of infotainment, citizens have been moving away from hardnews or hard news, but they continue to be identified today as quality news (Harrington, 2008). On the other hand, it is the softnews that have gained prominence in society. This relaxed and simple vision of political news has led to the serious and formal being replaced by anecdotes and entertainment, because these informative articles are the most attractive to the audience (Missika, 2006).

On the other hand, the advent of the Internet and its constant evolutionary and technological advances means that it is considered a powerful information storage space. The digitisation of content makes it possible to host and distribute information in a simple way, facilitating the consumption of content at any time and place, allowing us to consume it through various devices, such as mobiles, computers, tablets and even televisions. As it is a space of immense magnitude, we can find all kinds of information and opinions on the web. Therefore, in this virtual space we can find everything from political information to anecdotes or frivolous and morbid facts that arouse the interest of Internet users. Interactivity, multimedia capacity and hypertextuality are three main characteristics that define the Internet and social networks and are the basis of their success since their creation.

The miniscule difference between opinions and facts, together with the hybridisation of information and entertainment and the confusion between public

and private spheres (Casero-Ripollés, Ortells-Badenes and Rosique-Cedillo, 2014), helps to make up the spectacular style observed in politicians on their networks (López-Rabadán and Doménech-Fabregat, 2018). The Internet and the networks are used as a medium that incorporates a more spectacular and personal approach to politicians, with a large presence of the anecdotal and trivial, in such a way that it offers an audiovisual offer aimed at entertaining and informing (Berrocal et al. 2012).

In terms of the main objective, this research aims to analyse and compare the characteristics of infotainment in the coverage of political information in the television and digital sphere.

Therefore, the specific objectives derived from the main objective are the following:

O1: To study and compare the subject matter and approach of the different contents broadcast by these programmes.

O2: To analyse the different formats used by *El Intermedio* and *No Te Metas En Política* to deal with current political affairs.

O3: To find out the presence and use of information sources in both infotainment programmes.

In this way, the following hypotheses are derived from the specific objectives:

H1: Both *El Intermedio* and *No Te Metas En Política* are dominated by political programmes; however, there is not a great difference in terms of the share of the grid with respect to the rest of the topics.

H2: As they are infotainment programmes, in both there is a predominance of sketches, monologues, informal interviews and videos edited to refer to political content.

H3: The freedom offered by YouTube means that the treatment of political content in *No Te Metas En Política* is closer to entertainment and soft news than in *El Intermedio*, where news with an informative approach predominates.

H4: Both programmes make greater use of sources in news whose treatment is purely informative. Specifically, the use of official sources predominates to

reinforce the informative news and unofficial sources to accompany the entertainment pieces.

H5: The participation of political leaders in infotainment programmes such as *El Intermedio* has progressively increased. However, this participation continues to be minimal and even non-existent in *NTMEP*, due to the differences in the format and treatment of the pieces.

Regarding the methodology used, a total of 16 programmes were selected as a sample for analysis, 8 of them corresponding to *El Intermedio*, broadcast on La Sexta, and 8 to *No Te Metas En Política (NTMEP)* broadcast on YouTube.

A methodology based on the technique of quantitative content analysis was applied. To carry out the content analysis, two work phases have been established, with their corresponding analysis models. On the one hand, the first phase focuses on a general analysis of both programmes by way of contextualisation. The second phase of the analysis focuses on the study and comparison of the content broadcast by these programmes. Specifically, the study of the format, subject matter, treatment, sources, and political participation is considered.

About the results of this research, national political content is the leading content in both programmes. Also, the results show a big difference between both broadcasts, as the television programme is dominated by information over entertainment, in contrast to the digital programme. Finally, it is observed that news is the most used journalistic genre in both programmes.

In conclusion, *El Intermedio* uses a more informative treatment than *No Te Metas En Política*, which focuses on entertaining the viewer. TV infotainment is consolidated with a defined structure that has been successful with the audience so far, while digital infotainment is currently continuing to refine and exploit its characteristics and structures to attract the widest possible audience.

The various similarities between the two infotainment programmes in this research also allow us to affirm that politics is the main theme of the broadcasts. The scarce or non-existent use of political sources to deal with current political events is relevant. It is worth noting that both programmes give space to other

voices that show their point of view regarding the measures and actions carried out by the political class.

As future lines of research, it is proposed to know in greater detail the type of humour used by each programme in its content to understand more clearly the purpose of each programme. This would be done by means of a quantitative study reflecting the type of humour or satire used in each programme to be able to differentiate its depth, simplicity, or object of mockery, among others.

## 8. Anexos

### Anexo 1. *El Intermedio*

Tabla 2. Modelo de análisis de las características generales

<b>Programa:</b> <i>El Intermedio</i>
<b>Fecha de emisión:</b> 10/09/2020
<b>Día de emisión:</b> jueves
<b>Franja horaria:</b> 21:35 – 22:30
<b>Duración total:</b> 52'16"
<b>Presentador/es:</b> Wyoming, Sandra Sabatés, Dani Mateo, Andrea Roperó y Pablo Ibarburu.
<b>Sección/es:</b> <i>Olé Presidente, Centro Ibarburu de Sociología y A lo Roperó</i>

Tabla 3. Modelo de análisis de los contenidos emitidos

FORMATO DEL CONTENIDO	
<b>Sketch o vídeo editado</b>	6
<b>Monólogo</b>	4
<b>Noticia</b>	13
<b>Reportaje</b>	1
<b>Entrevista</b>	
<b>Diálogo</b>	
TEMÁTICA	
<b>Política nacional</b>	7
<b>Política internacional</b>	
<b>Economía nacional</b>	
<b>Sanidad</b>	5
<b>Monarquía española</b>	1
<b>Cultura</b>	
<b>Inmigración</b>	1
<b>Corrupción</b>	9

<b>Deporte</b>		
<b>Justicia</b>		
<b>Sucesos</b>	1	
<b>Modelo territorial</b>		
<b>Otros</b>		
<b>TRATAMIENTO</b>		
<b>Informativo</b>	14	
<b>Entretenimiento</b>	10	
<b>FUENTES</b>		
<b>Oficiales</b>	5	
<b>No oficiales</b>	1	3
		1
	5	

<b>Programa:</b> <i>El Intermedio</i>
<b>Fecha de emisión:</b> 1/10/2020
<b>Día de emisión:</b> jueves
<b>Franja horaria:</b> 21:35 – 22:30
<b>Duración total:</b> 55'16"
<b>Presentador/es:</b> Wyoming, Sandra Sabatés, Dani Mateo, Andrea Roperó y Pablo Ibarburu.
<b>Sección/es:</b> <i>Siempre la misma historia, Centro Ibarburu de Sociología y A lo Roperó</i>

<b>FORMATO DEL CONTENIDO</b>	
<b>Sketch o vídeo editado</b>	6
<b>Monólogo</b>	2
<b>Noticia</b>	10
<b>Reportaje</b>	
<b>Entrevista</b>	1

<b>Diálogo</b>	
<b>TEMÁTICA</b>	
<b>Política nacional</b>	7
<b>Política internacional</b>	
<b>Economía nacional</b>	
<b>Sanidad</b>	4
<b>Monarquía española</b>	
<b>Cultura</b>	
<b>Inmigración</b>	
<b>Corrupción</b>	
<b>Deporte</b>	
<b>Justicia</b>	4
<b>Sucesos</b>	
<b>Modelo territorial</b>	2
<b>Otros</b>	
<b>TRATAMIENTO</b>	
<b>Informativo</b>	10
<b>Entretenimiento</b>	8
<b>FUENTES</b>	
<b>Oficiales</b>	10
<b>No oficiales</b>	1
	1
	5

**Programa:** *El Intermedio*

**Fecha de emisión:** 5/11/2020

**Día de emisión:** jueves

**Franja horaria:** 21:35 – 22:30

**Duración total:** 52'52"

**Presentador/es:** Wyoming, Sandra Sabatés, Dani Mateo, Fernando González "Gonzo" y Pablo Ibarburu.

**Sección/es:** *Siempre la misma historia, Centro Ibarburu de Sociología y Páginas Salmonete*

<b>FORMATO DEL CONTENIDO</b>	
<b>Sketch o vídeo editado</b>	2
<b>Monólogo</b>	1
<b>Noticia</b>	11
<b>Reportaje</b>	1
<b>Entrevista</b>	2
<b>Diálogo</b>	
<b>TEMÁTICA</b>	
<b>Política nacional</b>	3
<b>Política internacional</b>	3
<b>Economía nacional</b>	4
<b>Sanidad</b>	3
<b>Monarquía española</b>	
<b>Cultura</b>	
<b>Inmigración</b>	
<b>Corrupción</b>	
<b>Deporte</b>	
<b>Justicia</b>	
<b>Sucesos</b>	
<b>Modelo territorial</b>	
<b>Otros</b>	2
<b>TRATAMIENTO</b>	
<b>Informativo</b>	11
<b>Entretenimiento</b>	6
<b>FUENTES</b>	

<b>Oficiales</b>	8	
<b>No oficiales</b>		
	1	
	9	

<b>Programa:</b> <i>El Intermedio</i>
<b>Fecha de emisión:</b> 3/12/2020
<b>Día de emisión:</b> jueves
<b>Franja horaria:</b> 21:35 – 22:30
<b>Duración total:</b> 52'40"
<b>Presentador/es:</b> Wyoming, Sandra Sabatés, Dani Mateo y Andrea Roperó
<b>Sección/es:</b> <i>Ha llegado el allegado</i> y <i>A Lo Roperó</i>

<b>FORMATO DEL CONTENIDO</b>	
<b>Sketch o vídeo editado</b>	2
<b>Monólogo</b>	1
<b>Noticia</b>	8
<b>Reportaje</b>	1
<b>Entrevista</b>	1
<b>Diálogo</b>	
<b>TEMÁTICA</b>	
<b>Política nacional</b>	2
<b>Política internacional</b>	3
<b>Economía nacional</b>	
<b>Sanidad</b>	3
<b>Monarquía española</b>	
<b>Cultura</b>	
<b>Inmigración</b>	

<b>Corrupción</b>		
<b>Deporte</b>		
<b>Justicia</b>		
<b>Sucesos</b>	1	
<b>Modelo territorial</b>		
<b>Otros</b>	1	
<b>TRATAMIENTO</b>		
<b>Informativo</b>	8	
<b>Entretenimiento</b>	4	
<b>FUENTES</b>		
<b>Oficiales</b>	8	
<b>No oficiales</b>		4
	1	1
	8	

<b>Programa:</b> <i>El Intermedio</i>
<b>Fecha de emisión:</b> 14/01/2021
<b>Día de emisión:</b> jueves
<b>Franja horaria:</b> 21:35 – 22:30
<b>Duración total:</b> 53'42"
<b>Presentador/es:</b> Wyoming, Sandra Sabatés, y Andrea Roperó
<b>Sección/es:</b> <i>Minuto y vacunado</i> y <i>Mujer tenías que ser</i>

<b>FORMATO DEL CONTENIDO</b>	
<b>Sketch o vídeo editado</b>	5
<b>Monólogo</b>	1
<b>Noticia</b>	9
<b>Reportaje</b>	
<b>Entrevista</b>	2

<b>Diálogo</b>		
<b>TEMÁTICA</b>		
<b>Política nacional</b>	5	
<b>Política internacional</b>		
<b>Economía nacional</b>		
<b>Sanidad</b>	4	
<b>Monarquía española</b>	1	
<b>Cultura</b>		
<b>Inmigración</b>		
<b>Corrupción</b>	2	
<b>Deporte</b>		
<b>Justicia</b>		
<b>Sucesos</b>	4	
<b>Modelo territorial</b>		
<b>Otros</b>	1	
<b>TRATAMIENTO</b>		
<b>Informativo</b>	11	
<b>Entretenimiento</b>	6	
<b>FUENTES</b>		
<b>Oficiales</b>	8	
<b>No oficiales</b>	1	3
	1	
	9	

**Programa:** *El Intermedio*

**Fecha de emisión:** 4/02/2021

**Día de emisión:** jueves

**Franja horaria:** 21:36 – 22:30

**Duración total:** 52'35"

**Presentador/es:** Wyoming, Sandra Sabatés, Dani Mateo, Cristina Gallego y Thais Villas

**Sección/es:** Siempre la misma historia y Lo de Thais Villas

<b>FORMATO DEL CONTENIDO</b>		
<b>Sketch o vídeo editado</b>	2	
<b>Monólogo</b>	2	
<b>Noticia</b>	9	
<b>Reportaje</b>	1	
<b>Entrevista</b>	2	
<b>Diálogo</b>		
<b>TEMÁTICA</b>		
<b>Política nacional</b>	1	
<b>Política internacional</b>	1	
<b>Economía nacional</b>		
<b>Sanidad</b>	4	
<b>Monarquía española</b>		
<b>Cultura</b>		
<b>Inmigración</b>	1	
<b>Corrupción</b>	4	
<b>Deporte</b>		
<b>Justicia</b>	1	
<b>Sucesos</b>		
<b>Modelo territorial</b>	1	
<b>Otros</b>	3	
<b>TRATAMIENTO</b>		
<b>Informativo</b>	8	
<b>Entretenimiento</b>	7	
<b>FUENTES</b>		
<b>Oficiales</b>	10	
<b>No oficiales</b>	1	5
	1	1

	10	

**Programa:** *El Intermedio*

**Fecha de emisión:** 4/03/2021

**Día de emisión:** jueves

**Franja horaria:** 21:37 – 22:30

**Duración total:** 53'40"

**Presentador/es:** Wyoming, Sandra Sabatés, Dani Mateo y Andrea Roperó

**Sección/es:** *Breaking Good News, El precio justo y A lo Roperó*

FORMATO DEL CONTENIDO	
<b>Sketch o vídeo editado</b>	4
<b>Monólogo</b>	2
<b>Noticia</b>	14
<b>Reportaje</b>	2
<b>Entrevista</b>	
<b>Diálogo</b>	
TEMÁTICA	
<b>Política nacional</b>	6
<b>Política internacional</b>	
<b>Economía nacional</b>	
<b>Sanidad</b>	4
<b>Monarquía española</b>	3
<b>Cultura</b>	
<b>Inmigración</b>	
<b>Corrupción</b>	5
<b>Deporte</b>	
<b>Justicia</b>	1

<b>Sucesos</b>	1	
<b>Modelo territorial</b>		
<b>Otros</b>	2	
<b>TRATAMIENTO</b>		
<b>Informativo</b>	15	
<b>Entretenimiento</b>	9	
<b>FUENTES</b>		
<b>Oficiales</b>	8	
<b>No oficiales</b>	1	2
	14	

<b>Programa:</b> <i>El Intermedio</i>
<b>Fecha de emisión:</b> 7/04/2021
<b>Día de emisión:</b> jueves
<b>Franja horaria:</b> 21:33 – 22:30
<b>Duración total:</b> 53'36"
<b>Presentador/es:</b> Wyoming, Sandra Sabatés, Dani Mateo, Andrea Roperó, Thais Villas y Cristina Gallego
<b>Sección/es:</b> <i>Siempre la misma historia, A lo Roperó y Lo de Thais Villas</i>

<b>FORMATO DEL CONTENIDO</b>	
<b>Sketch o vídeo editado</b>	1
<b>Monólogo</b>	3
<b>Noticia</b>	14
<b>Reportaje</b>	1
<b>Entrevista</b>	1
<b>Diálogo</b>	

<b>TEMÁTICA</b>	
<b>Política nacional</b>	9
<b>Política internacional</b>	2
<b>Economía nacional</b>	
<b>Sanidad</b>	9
<b>Monarquía española</b>	
<b>Cultura</b>	
<b>Inmigración</b>	
<b>Corrupción</b>	4
<b>Deporte</b>	
<b>Justicia</b>	
<b>Sucesos</b>	5
<b>Modelo territorial</b>	
<b>Otros</b>	2
<b>TRATAMIENTO</b>	
<b>Informativo</b>	16
<b>Entretenimiento</b>	5
<b>FUENTES</b>	
<b>Oficiales</b>	4
<b>No oficiales</b>	3
	11

## Anexo 2. No Te Metas En Política

Tabla 2. Modelo de análisis de las características generales

<b>Programa:</b> <i>NTMEP</i>
<b>Fecha de emisión:</b> septiembre 2020
<b>Día de emisión:</b> sábado
<b>Franja horaria:</b> 12:00 – 13:00
<b>Duración total:</b> 57'12"
<b>Presentador/es:</b> Facu Díaz, Miguel Maldonado y Queralt Castillo
<b>Sección/es:</b> <i>Opening, Que tal Queralt y Cierre</i>

Tabla 3. Modelo de análisis de los contenidos emitidos

FORMATO DEL CONTENIDO	
<b>Sketch o vídeo editado</b>	
<b>Monólogo</b>	1
<b>Noticia</b>	7
<b>Reportaje</b>	1
<b>Entrevista</b>	
<b>Diálogo</b>	2
TEMÁTICA	
<b>Política nacional</b>	3
<b>Política internacional</b>	1
<b>Economía nacional</b>	1
<b>Sanidad</b>	1
<b>Monarquía española</b>	1
<b>Cultura</b>	
<b>Inmigración</b>	
<b>Corrupción</b>	1
<b>Deporte</b>	
<b>Justicia</b>	

<b>Sucesos</b>	
<b>Modelo territorial</b>	
<b>Otros</b>	2
<b>TRATAMIENTO</b>	
<b>Informativo</b>	7
<b>Entretenimiento</b>	9
<b>FUENTES</b>	
<b>Oficiales</b>	4
<b>No oficiales</b>	
	8

<b>Programa:</b> <i>NTMEP 2x05</i>
<b>Fecha de emisión:</b> octubre 2020
<b>Día de emisión:</b> sábado
<b>Franja horaria:</b> 12:00 – 13:00
<b>Duración total:</b> 59'25"
<b>Presentador/es:</b> Facu Díaz, Miguel Maldonado y Queralt Castillo
<b>Sección/es:</b> <i>Opening, Que tal Queralt y Cierre</i>

<b>FORMATO DEL CONTENIDO</b>	
<b>Sketch o vídeo editado</b>	
<b>Monólogo</b>	1
<b>Noticia</b>	4
<b>Reportaje</b>	
<b>Entrevista</b>	
<b>Diálogo</b>	2
<b>TEMÁTICA</b>	
<b>Política nacional</b>	3

<b>Política internacional</b>	2	
<b>Economía nacional</b>		
<b>Sanidad</b>	1	
<b>Monarquía española</b>		
<b>Cultura</b>	1	
<b>Inmigración</b>		
<b>Corrupción</b>		
<b>Deporte</b>		
<b>Justicia</b>	1	
<b>Sucesos</b>		
<b>Modelo territorial</b>		
<b>Otros</b>		
<b>TRATAMIENTO</b>		
<b>Informativo</b>	3	
<b>Entretenimiento</b>	4	
<b>FUENTES</b>		
<b>Oficiales</b>	6	
<b>No oficiales</b>		
		1
	3	

<b>Programa:</b> <i>NTMEP 2x12</i>
<b>Fecha de emisión:</b> noviembre 2020
<b>Día de emisión:</b> sábado
<b>Franja horaria:</b> 12:00 – 13:00
<b>Duración total:</b> 58'26"
<b>Presentador/es:</b> Facu Díaz, Miguel Maldonado y Queralt Castillo
<b>Sección/es:</b> <i>Opening, Que tal Queralt y Cierre</i>

<b>FORMATO DEL CONTENIDO</b>	
<i>Sketch</i> o vídeo editado	
Monólogo	1
Noticia	4
Reportaje	
Entrevista	
Diálogo	2
<b>TEMÁTICA</b>	
Política nacional	2
Política internacional	2
Economía nacional	
Sanidad	
Monarquía española	
Cultura	
Inmigración	
Corrupción	
Deporte	
Justicia	
Sucesos	
Modelo territorial	
Otros	
<b>TRATAMIENTO</b>	
Informativo	1
Entretenimiento	4
<b>FUENTES</b>	
Oficiales	4
No oficiales	
	3

<b>Programa:</b> <i>NTMEP 2x21</i>
<b>Fecha de emisión:</b> diciembre 2020
<b>Día de emisión:</b> sábado
<b>Franja horaria:</b> 12:00 – 13:00
<b>Duración total:</b> 61'22"
<b>Presentador/es:</b> Facu Díaz, Miguel Maldonado y Queralt Castillo
<b>Sección/es:</b> <i>Opening, Que tal Queralt y Cierre</i>

<b>FORMATO DEL CONTENIDO</b>	
<b>Sketch o vídeo editado</b>	
<b>Monólogo</b>	1
<b>Noticia</b>	7
<b>Reportaje</b>	
<b>Entrevista</b>	
<b>Diálogo</b>	2
<b>TEMÁTICA</b>	
<b>Política nacional</b>	2
<b>Política internacional</b>	2
<b>Economía nacional</b>	
<b>Sanidad</b>	3
<b>Monarquía española</b>	1
<b>Cultura</b>	
<b>Inmigración</b>	
<b>Corrupción</b>	
<b>Deporte</b>	1
<b>Justicia</b>	1
<b>Sucesos</b>	
<b>Modelo territorial</b>	
<b>Otros</b>	1
<b>TRATAMIENTO</b>	

<b>Informativo</b>	2
<b>Entretenimiento</b>	7
<b>FUENTES</b>	
<b>Oficiales</b>	4
<b>No oficiales</b>	
	7

<b>Programa:</b> <i>NTMEP 2x28</i>
<b>Fecha de emisión:</b> enero 2021
<b>Día de emisión:</b> sábado
<b>Franja horaria:</b> 12:00 – 13:00
<b>Duración total:</b> 63'34"
<b>Presentador/es:</b> Facu Díaz, Miguel Maldonado y Queralt Castillo
<b>Sección/es:</b> <i>Opening, Que tal Queralt y Cierre</i>

<b>FORMATO DEL CONTENIDO</b>	
<b>Sketch o vídeo editado</b>	
<b>Monólogo</b>	1
<b>Noticia</b>	7
<b>Reportaje</b>	
<b>Entrevista</b>	
<b>Diálogo</b>	1
<b>TEMÁTICA</b>	
<b>Política nacional</b>	1
<b>Política internacional</b>	3
<b>Economía nacional</b>	2
<b>Sanidad</b>	1
<b>Monarquía española</b>	

<b>Cultura</b>	
<b>Inmigración</b>	
<b>Corrupción</b>	
<b>Deporte</b>	1
<b>Justicia</b>	
<b>Sucesos</b>	3
<b>Modelo territorial</b>	
<b>Otros</b>	1
<b>TRATAMIENTO</b>	
<b>Informativo</b>	9
<b>Entretenimiento</b>	4
<b>FUENTES</b>	
<b>Oficiales</b>	5
<b>No oficiales</b>	
	12

<b>Programa:</b> <i>NTMEP 2x34</i>
<b>Fecha de emisión:</b> febrero 2021
<b>Día de emisión:</b> sábado
<b>Franja horaria:</b> 12:00 – 13:00
<b>Duración total:</b> 58' 8"
<b>Presentador/es:</b> Facu Díaz, Miguel Maldonado y Queralt Castillo
<b>Sección/es:</b> <i>Opening, Que tal Queralt y Cierre</i>

<b>FORMATO DEL CONTENIDO</b>	
<b>Sketch o vídeo editado</b>	
<b>Monólogo</b>	1
<b>Noticia</b>	6

<b>Reportaje</b>	1	
<b>Entrevista</b>		
<b>Diálogo</b>	1	
<b>TEMÁTICA</b>		
<b>Política nacional</b>	1	
<b>Política internacional</b>	2	
<b>Economía nacional</b>		
<b>Sanidad</b>	1	
<b>Monarquía española</b>		
<b>Cultura</b>		
<b>Inmigración</b>		
<b>Corrupción</b>	1	
<b>Deporte</b>	1	
<b>Justicia</b>		
<b>Sucesos</b>		
<b>Modelo territorial</b>		
<b>Otros</b>		
<b>TRATAMIENTO</b>		
<b>Informativo</b>	1	
<b>Entretenimiento</b>	5	
<b>FUENTES</b>		
<b>Oficiales</b>	5	
<b>No oficiales</b>		
	5	

**Programa:** NTMEP 2x40

**Fecha de emisión:** marzo 2021

**Día de emisión:** sábado

**Franja horaria:** 12:00 – 13:00

**Duración total:** 63' 56''

**Presentador/es:** Facu Díaz, Miguel Maldonado y Queralt Castillo

**Sección/es:** *Opening, Que tal Queralt y Cierre*

<b>FORMATO DEL CONTENIDO</b>	
<b>Sketch o vídeo editado</b>	1
<b>Monólogo</b>	1
<b>Noticia</b>	5
<b>Reportaje</b>	
<b>Entrevista</b>	
<b>Diálogo</b>	2
<b>TEMÁTICA</b>	
<b>Política nacional</b>	2
<b>Política internacional</b>	1
<b>Economía nacional</b>	1
<b>Sanidad</b>	1
<b>Monarquía española</b>	2
<b>Cultura</b>	1
<b>Inmigración</b>	
<b>Corrupción</b>	1
<b>Deporte</b>	
<b>Justicia</b>	
<b>Sucesos</b>	
<b>Modelo territorial</b>	
<b>Otros</b>	
<b>TRATAMIENTO</b>	
<b>Informativo</b>	2
<b>Entretenimiento</b>	4
<b>FUENTES</b>	

<b>Oficiales</b>	5	
<b>No oficiales</b>		
	6	

<b>Programa:</b> <i>NTMEP 2x52</i>
<b>Fecha de emisión:</b> abril 2021
<b>Día de emisión:</b> sábado
<b>Franja horaria:</b> 12:00 – 13:00
<b>Duración total:</b> 62' 14''
<b>Presentador/es:</b> Facu Díaz, Miguel Maldonado y Queralt Castillo
<b>Sección/es:</b> <i>Opening, Que tal Queralt y Cierre</i>

<b>FORMATO DEL CONTENIDO</b>	
<b>Sketch o vídeo editado</b>	
<b>Monólogo</b>	1
<b>Noticia</b>	3
<b>Reportaje</b>	
<b>Entrevista</b>	
<b>Diálogo</b>	2
<b>TEMÁTICA</b>	
<b>Política nacional</b>	2
<b>Política internacional</b>	2
<b>Economía nacional</b>	
<b>Sanidad</b>	1
<b>Monarquía española</b>	1
<b>Cultura</b>	
<b>Inmigración</b>	
<b>Corrupción</b>	1

<b>Deporte</b>	
<b>Justicia</b>	1
<b>Sucesos</b>	
<b>Modelo territorial</b>	
<b>Otros</b>	
<b>TRATAMIENTO</b>	
<b>Informativo</b>	3
<b>Entretenimiento</b>	3
<b>FUENTES</b>	
<b>Oficiales</b>	5
<b>No oficiales</b>	
	8