

Estructura y escenografía de los formatos periodísticos de humor del *access prime time* 2018-2019. Estudio comparativo entre *Lo Siguiente*, *Ese programa del que usted me habla*, *El Hormiguero* y *El Intermedio*

Structure and scenography of journalistic humor formats of access prime time in 2018-2019. Comparative study between *Lo Siguiente*, *Ese programa del que usted me habla*, *El Hormiguero* and *El Intermedio*

Patricia Gascón-Vera
[patriciagascon@unizar.es]
Personal Docente Investigador
Universidad de Zaragoza.

Carmen Marta-Lazo
[cmarta@unizar.es]
Doctora y profesora titular
Universidad de Zaragoza. IP GICID.

Recibido: 18/06/2019

Aceptado: 23/09/2019

Resumen

Desde el estudio comparativo de los contenidos y la escenografía, gracias al visionado y a las entrevistas de los formatos *El Hormiguero* y *El Intermedio* y de las nuevas apuestas televisivas, *Lo Siguiente* y *Ese programa del que usted me habla*, se determina que todos utilizan la actualidad y que los contenidos de estos proyectos incluyen entrevistas y humor. Para ello, se sirven de herramientas como la sátira, los recursos visuales o los monólogos resultando para el espectador cuatro alternativas audiovisuales cuyas escenografías novedosas y dispares entre sí, varían entre plató de entrevistas de estilo informativo a alternativas preparadas para todo tipo de pruebas. Con la investigación se ha constatado la multiplicación de ofertas programáticas de espacios de periodismo de humor en el *access prime time* en la temporada 2018-2019, aunque, las dos nuevas apuestas de la televisión pública no hayan perdurado frente a los proyectos longevos.

Palabras clave: *Access prime time*, escenografía, programas de televisión, TVE, periodismo de humor.

Abstract

From the comparative study of the contents and the scenery, thanks to the viewing and interviews of the formats *El Hormiguero* and *El Intermedio* and of the new television bets, *Lo Siguiente* and *Ese programa del que usted me habla*, it is determined that everyone uses the news and that the contents of these projects include interviews and humor. For this purpose, tools such as satire, visual resources or monologues to give the viewer four audiovisual options whose set design vary taking into consideration the bases of interviews with references to format, informative style or prepared alternatives for all kinds of tests. With the investigation, the multiplication of programmatic offers of humor journalism spaces in the access prime time in the 2018-2019 season has been confirmed, although the two new bets of public television have not resisted long-term projects.

Keywords: Access prime time, scenography, television programs, TVE, humor journalism.

Sumario: 1. Introducción. 2. Metodología. 3. Marco teórico. 3.1 *Access prime time* y periodismo de humor. 3.2 Escenografía. 4. Estudio comparativo: Formatos longevos y nuevos formatos. 4.1 Características, contenidos y estructura. 4.2 Puesta en escena: escenografía e iluminación. 5. Resultados. 6. Discusión. 7. Conclusiones y líneas prospectivas.

1. Introducción

La franja de programación denominada *access prime time*, que se inicia después de los informativos y se extiende antes del *prime time*, generalmente, de 21:30 a 22:30 horas, ha supuesto una nueva apuesta para la cadena pública en la temporada 2018-2019. TVE estrenó dos nuevos espacios *Lo Siguiente*, que se canceló a finales de marzo de 2019, y *Ese programa del que usted me habla*, que finalizó el 17 de junio de 2019. Formatos de humor que, durante meses, compitieron con *El Hormiguero* y *El Intermedio*, que llevan más de una década en antena. En este escenario se han conocido las características de las nuevas apuestas televisivas frente a los proyectos longevos, con especial mención al estudio de sus contenidos y su escenografía, desde una investigación comparativa, basada en el visionado y en las entrevistas en profundidad.

Entre los resultados obtenidos, se concluye que los nuevos formatos tienen una duración de treinta minutos frente a la hora de los longevos, que están conducidos por mujeres y que sus colaboradores comparten espacio con los presentadores. Cuentan con un elenco prácticamente fijo cada emisión y, entre sus temas, incluyen la actualidad y las noticias virales. Por su parte, el desarrollo de los formatos con más experiencia gira en torno a un presentador reconocido sobre el que se conciben las secciones y colaboradores. Rostros conocidos junto con otros perfiles televisivos diferentes guían estos proyectos audiovisuales en los que las entrevistas, el humor y la actualidad se transmiten gracias a recursos humorísticos como la sátira, los monólogos o los juegos. Cuatro alternativas audiovisuales para los espectadores españoles cuyas escenografías varían entre platós de entrevistas, escenografías preparadas para pruebas de todo tipo o las similares a un informativo.

De este modo, el *access prime time* español ha doblado en la temporada 2018-2019 su número de jugadores en el tablero audiovisual gracias al periodismo de humor. Un contenido en alza, pese a que alguna reina y rey -metáfora de los programas longevos-, en el juego de la competencia televisiva, ya se haya comido a los alfiles -formatos de TVE-.

2. Metodología

El objetivo principal ha sido conocer las apuestas televisivas que mezclan humor y actualidad en la franja del *access prime time*, desde el punto de vista de los contenidos y de la escenografía en la temporada 2018-2019, comparando dos formatos con gran experiencia en pantalla con las nuevas apuestas de TVE. Se considera un aporte novedoso y actual, ya que se abordan proyectos recientes, al mismo tiempo que se detallan los cambios de formatos con más éxito.

Asimismo, la hipótesis ha sido comprobar que las cadenas generalistas, sobre todo el ente público, están apostando por esta franja con nuevas propuestas. Para abordar estos cometidos se ha realizado un estudio comparativo desde un acercamiento metodológico múltiple que combina la investigación cuantitativa, análisis de contenido a través del visionado; y la cualitativa, con entrevistas en profundidad. Para conocer las características en el análisis de contenido se han estudiado variables como tema, recursos humorísticos o público, tal y como refleja la ficha de codificación:

Tabla 1. Hoja de codificación.

1. Temática principal.	1. Política 2. Economía 3. Sociedad 4. Televisión 5. Cultura 6. Deporte 7. Combinación de más de dos o más temas 8. Otros	2. Temas concretos tratados en la emisión.
3. Uso de recursos humorísticos			
Sketches 1 Sí – 2 No	Imitaciones 1 Sí – 2 No	Monólogos 1 Sí – 2 No	Juegos 1 Sí – 2 No
Chistes 1 Sí – 2 No	Gags 1 Sí – 2 No	Ironía o Sátira 1 Sí – 2 No	Parodia o ridiculización 1 Sí – 2 No
Otros.....			
4. Recursos visuales e iluminación.	5. Uso de atrezzo.
6. Escenografía.	1. Mesa sillas o sofás 2. Zona de entrevistas y zona de pruebas 3. Escenario 4. Otros	7. Música y público.	1 Sí – 2 No 1 Sí – 2 No

Fuente: Elaboración propia.

Este análisis se ha aplicado a la muestra seleccionada para el visionado, la cual ha sido seleccionada de forma aleatoria simple para aumentar la validez. Así se han seleccionado un total de dieciséis emisiones, dos en diciembre de 2018 y dos en enero de 2019 por cada formato¹. Concretamente el 4 y 6 de diciembre y 17 y 28 de enero. Asimismo, las entrevistas en profundidad se han realizado a Ana Aladro, directora de *Lo Siguierte*, el realizador de *El Intermedio* Diego Santos, Miguel Anómalo, guionista de *Ese programa* y Eneko Obieta su realizador. El resto de las aportaciones se ha completado con investigaciones previas (Gascón-Vera, 2016; Gascón-Vera y Marta-Lazo, 2016).

¹ Entre diciembre de 2018 y enero de 2019 se han considerado 28 jornadas de emisión para todos los formatos. Se ha excluido del 21 de diciembre al 6 de enero por programación navideña y si no ha habido emisión se ha elegido la más cercana.

3. Marco teórico

3.1 Access prime time y periodismo de humor

El estudio el *access prime time* ha sido tratado por autores como Contreras y Palacio (2003, p. 26) que determinan la programación televisiva “es un fenómeno complejo, unido a una cultura, a unas costumbres y a unos hábitos sociales”. En este sentido, se puede definir como “ese espacio de media hora o una hora que hay antes del *prime time*. En él se suelen emitir formatos sin mucha complicación, pero que puedan lograr enganchar al espectador para así lograr la mayor audiencia posible” (Manuls, 2008).

De tal forma que esta franja se extiende desde las 21:30 horas, tras finalizar la tercera edición informativa de la mayoría de las cadenas, hasta las 22:30 con el comienzo del *prime time*. Esta banda programática se ha convertido en estratégica para los canales de televisión por dos razones: la primera porque ayuda a fidelizar a los espectadores y que éstos permanezcan visionando la oferta del canal en el *prime time* y, la segunda porque es una franja donde se consiguen gratas cifras de audiencia, puesto que es uno de los momentos donde más público se concentra frente al televisor.

El intento de esta franja no es otro que “llegar bien posicionados al horario estelar de la jornada”, añaden Contreras y Palacio (2003, p. 139), y, para ello, se suele contar con un programa de amplio espectro (variedades) que además sea un strip -tira diaria- y que, entre otras estrategias de programación, responda, a la punta de lanza, que consiste en colocar los espacios de buen rendimiento en el arranque de bandas.

De forma histórica esta banda de programación se ha empleado por múltiples formatos de humor, siendo *El Informal* (Telecinco, 1998-2000) el pionero en su uso en España (Gascón-Vera, 2019, p. 142). Empezó con una duración de quince minutos y siendo “el único programa situado entre las noticias y el programa estrella”, aquel que “con una breve duración y dirigido a todos los públicos, encontró una audiencia fiel”, añade Ponce (2017, p. 18). Como señala GECA (2019, p. 5), en su informe sobre el retraso sistemático del *prime time*, la oferta estelar se ha retrasado debido al *access*:

Concebido históricamente como una gran sala de espera, su función original era aguardar a que el informativo líder acabara, para proteger el arranque de la oferta estelar que iba a continuación. Espacios como ‘El informal’, ‘Camera Café’, ‘El Club del Chiste’, ‘Escenas de matrimonio’, ‘El hormiguero’ o ‘El intermedio’ nacieron con este propósito. Con el paso de los años estos programas se han hecho fuertes y ahora son ellos los que marcan los tiempos de espera.

Hasta que no finalizan no comienza el *prime time*, lo que también ha conseguido limitar el *late night*. Y es que como señala Taboada (2018) muchos de los *access* “superan en audiencia al propio *prime time*, o incluso duran más que el programa estrella”. En este escenario se han mantenido en antena desde 2006 *El Intermedio* en La Sexta y *El Hormiguero*, primero en Cuatro y ahora en Antena 3. Ambos nacieron como competidores, pero tras los procesos de fusión de grandes grupos de comunicación ahora comparten grupo matriz, Atresmedia. Por su parte, a finales de 2018, la cadena pública Televisión Española TVE, desde su doble oferta de canales La 1 y La 2, apostó por *Lo Siguiente* y *Ese programa del que usted me habla*.

Todos comparten, además de su programación, el género del infoentretenimiento el cual es resultado de la evolución del periodismo televisión, tal y como apuntan Soler y Marzal (2011, p. 84), siendo un término que comienza a utilizarse a finales de los años 80, vinculado a la televisión, con la finalidad de atender la evolución de los contenidos hasta la fusión de géneros (Berrocal et al, 2014, p. 88). Según Ferré, Sintés y Gayá (2013, p. 386), el *infotainment* incluye la información como hechos noticiables de actualidad, y el entretenimiento, desde el uso del humor o de la sátira para explicarlos.

Contenidos que nacieron en España gracias al proceso de privatización de la televisión que derivó en el aumento de la competencia y la lucha por las audiencias. Un auge de la infosátira que Valhondo (2011a, p. 36) señala “desde finales de la década de los 1990”. Comprendidos en el infoentretenimiento se incluyen dentro de la tipología periodismo de humor, que determinó, Acevedo (1971) y desarrolla Gascón-Vera (2016, p. 64) para poner en valor la labor periodística ligada a la actualidad y al humor.

3.2 Escenografía

Según la RAE, la escenografía es el “conjunto de decorados” de una representación teatral, película o programa de televisión. Aportando una percepción propia, creemos que a está compuesta por aquellos elementos que ayudan a crear el mensaje audiovisual relativo al decorado de cualquier escenario, en nuestro caso televisivo, el cual puede realizarse en un plató, estudio de grabación o cualquier tipo de exterior. La escenografía, por tanto, debe representar al producto televisivo, gracias a elementos de diseño como el nombre del programa, un decorado identificativo, original y útil, entre otros recursos. En este contexto también es importante el atrezzo, que agrupa aquellos elementos de los que se sirven los protagonistas para desarrollar la acción, aunque pueden ser solo decorativos o elementos personales del presentador, como unas gafas o una taza.

En cuanto a la gama cromática elegida, la escenografía puede utilizar fondos neutros como blancos o negros los que se combinan con fondos pintados para crear la tridimensionalidad que necesita un programa. A las ampliaciones fotográficas se unen fondos proyectados o fondos insertados electrónicamente como el *croma key*. También, hay zonas diferenciadas en los estudios que suelen limitarse por luminarias o cambios de fondos.

Asimismo, hay que tener en cuenta que los programas disponen su decorado conforme al público, un elemento central de estos programas que “en ocasiones es visto por la cámara o solo oído para mostrar sus reacciones a lo que sucede en el programa”, dice Millerson (2009, p. 391).

4. Estudio comparativo: Formatos longevos y nuevos formatos.

4.1 Características, contenidos y estructura

La Sexta con *El Intermedio*, al igual que Antena 3 con *El Hormiguero 3.0*, tiene una programación estática de lunes a jueves. Ambos comenzaron de la mano de sus cadenas en 2006, lo que sin duda ayudó a ir adaptando los contenidos. Para Ponce (2017, p. 37), en *El Hormiguero* (Cuatro: 2006-2011-Antena 3: 2011.-) “el espectáculo está de la mano de la información, los contenidos van desde la política, economía, deporte, cultura hasta noticias del corazón, el hilo conductor es la diversión infantilizada de la que cuelgan informaciones de actualidad”. En este espectáculo, su presentador Pablo Motos es quien guía junto con Jorge Salvador, su socio, las riendas de la pro-

ductora y del formato por el que han pasado numerosos colaboradores, aunque buena parte llevan desde su inicio como Juan Ibáñez y Damián Mollá, las hormigas Trancas y Barrancas que además realizan *sketches* y secciones como “El Kiosco”.

También Jandro, con trucos de magia y cámaras de ocultas con niños que derivaron en el *spin off Camera Kids*, Marron con “La Ciencia” y anteriormente con “Efecto Mariposa”. Junto con intervenciones más puntuales como las de Luis Piedrahita componen el equipo central, tras la marcha de El Hombre de Negro, Pablo Ibáñez. Actualmente, colaboran Pilar Rubio, quien supera pruebas semanales, Yibling, que acerca el mundo asiático, sobre el que también diserta El Monaguillo, y las últimas temporadas se completan con otros rostros conocidos como Ana Morgade, Marta Hazas, Dani Rovira o Cristina Pardo. No obstante, en la temporada estudiada se han incorporado Nuria Roca, Carlos Latre y Carlos Arguiñano (Antena3.com, 2018).

La temática del programa gira sobre el invitado, que se determina como la estrella principal. Las entrevistas con personajes de Hollywood son una de sus premisas junto con las puestas en escena atrevidas y los experimentos científicos que han supuesto un antes y un después en la llegada de la ciencia a la televisión, junto con otros exponentes como *Orbita Laika* (La 2: 2014.-). En cuanto a recursos, los chistes, parodias, ironía y, sobre todo, experimentos científicos y pruebas de gran espectacularidad son sus claves diferenciadoras a lo largo de su hora de duración. Desde un informe elaborado por Ymedia (2019) sobre las audiencias se desprende “la fuerza que están cogiendo los programas previos al plato fuerte del *prime time*”, y que espacios como el presentado por Motos, ha conseguido una audiencia media de 2.788.000 espectadores. Lo que constata que estos programas de *access* encabezan en la actualidad el ranquin de audiencias, y que “empiezan a igualar a los que se emiten en el tiempo considerado *prime time*”, resume Extradigital (2019).

El Intermedio nació de la mano de la productora Globomedia al igual que otros formatos de humor como *Sé lo que hicisteis* o *El Informal* siendo, además, una creación de Miguel Sánchez Romero que, a su vez, ha sido el autor de *Noche Hache*. Es un informativo satírico en el que se repasa desde la ironía la actualidad tanto política como social, con especial mención a temas de Memoria Histórica o los colectivos LGTBI. Su presentador es El Gran Wyoming, José Miguel Monzón, que desempeña un rol cómico, mientras que Sandra Sabatés desarrolla el perfil periodístico. El plantel se completa con Dani Mateo, Thais Villas y Andrea Roperó, quien realiza reportajes de exterior -anteriormente era Gonzo-. En su evolución ha contado con otros profesionales como Yolanda Ramos, Cristina Peña, Beatriz Montañez u Usun Yoon.

Se puede convenir que en sus inicios era un programa con más variedad, dedicado al entretenimiento y con un repaso a la prensa y debido a la evolución televisiva e informativa, la actualidad se ha convertido en su esencia. El coordinador de redacción, Antonio Arráez, en un estudio previo sobre este formato (Gascón-Vera y Marta-Lazo, 2016b, p. 412), señalaba que los temas principales son “la política, grandes temas internacionales y reportajes de sociedad (refugiados, sanidad, memoria histórica)”. Asuntos que “se tratan con técnicas idénticas a un periódico o una redacción de informativos” y que luego “se le busca la vuelta con la labor de los guionistas que hacen humor”. También en este artículo y según su directora, Carmen Aguilera, anteriormente “eran temas más divertidos, más frívolos y ahora tenemos esa tendencia de ir a temas más serios”, la idea que comparten es que no ha ganado la información al humor, sino que los temas son más complejos.

Entre sus recursos la sátira es la esencia de su contenido, unido a la ironía o la parodia, gracias a chistes, *sketches*, vídeos manipulados que se utilizan como transición entre temas, además de sus gags: “Ya conocen las noticias, ahora les contaremos la verdad” y “mañana más pero no mejor porque es imposible aquí en *El Intermedio*”. Junto con alto un ritmo de realización, grafismos y

cambios de iluminación se estructuran en secciones como “Mujer Tenía que ser”, un espacio en el que Sandra Sabatés entrevista, en un escenario ex proceso, a mujeres que destacan en cualquier campo. Sobre estos dos formatos, un análisis comparativo (Gascón-Vera, 2016, pp. 63-64) determinaba que “ambos espacios tienen una serie de cualidades compartidas en cuanto a la estructura: un presentador reconocible, diferentes colaboradores a lo largo de su historia” y que “cada uno de los espacios analizados ha sabido encontrar su hueco en la franja del *access prime time* español”.

El 29 de octubre de 2018 comenzó la emisión en La 1, de lunes a jueves a las 22:05 horas, de *Lo Siguiente*. Cuatro meses después, TVE anunció no renovación el contrato que finalizó el 28 de marzo. “TVE está en caída libre de audiencia, y nosotros hemos sido las primeras víctimas”, explica la directora del espacio, Ana Aladro. Entre las razones que apuntaron los medios de comunicación (La Vanguardia, 2019), las bajas habrían sido el detonante para no renovar el espacio de actualidad. Desde este artículo destacan que se trata de “una franja, más que complicada ya que tiene que enfrentarse al todopoderoso *El Hormiguero*, a *El Intermedio* o a *First Dates*, entre otros” y que no ha conseguido promediar por encima de la media de la cadena.

También Migelez (2019), en *El Confidencial*, apuntaba que pese a los cambios que se realizaron, el formato no levantó la media del 5% y el 7%, “ya en sus primeros días -los más importantes-, el programa mostraba una clara tendencia a la baja”, siendo, además, “la mitad de la audiencia” que registraba su predecesor *Hora Punta*, de Javier Cárdenas, que se emitió desde el 10 de octubre de 2016. Así, pues se trataba de producción de RTVE en colaboración con Secuoya Contenidos que llegó a la pantalla para dar el relevo al citado formato y que se estrenó, como explica Migelez (2018), sin pretender ser *El Intermedio* o *El Hormiguero*, “sino una alternativa que compartirá franja con dos de los formatos más exitosos de La Sexta y Antena 3”. Contenía “entrevistas, humor y emoción” (Rtve.es, 2018a) de la mano de Raquel Sánchez Silva, quien también presentaba el programa de telerrealidad *Maestros de la costura* y su breve historia puede dividirse en dos etapas.

En su nacimiento contó con una decena de colaboradores que daban pie a entrevistas de todo tipo y reportajes en la calle. Algunas de las secciones eran la de Marta Márquez, “El método Marta”; Dani Piqueras, “Un país en mi patín”; Valeria Ros, “Lo Siguiente... en la calle”. Igualmente, Carolina Iglesias con ‘Historia de nuestra tele’, junto a Ángel Carmona, Quan Zhoum, Ángela Ponce o Javier Peña sumaban los diez colaboradores con los que arrancó, hasta que el 14 de enero su elenco cambió y se inició una nueva etapa con perfiles, como Juan Luis Cano y Llum Barrera, Álvaro Berro, Luis Quevedo, Aránzazu Santos y Marta Márquez, la única que se mantuvo. En cuanto a estructura, como explica Vertelet (2019), también varió, puesto que, en vez de centrarse en las entrevistas al invitado, se le incorporaba como un colaborador más.

“El programa no hace exactamente humor, pero sí procuramos que el programa sea divertido. Jugamos con los reportajes y las noticias seleccionadas. Y con la gente de la calle, que siempre nos da grandes alegrías”, detalla su directora. Al mismo tiempo asegura que, sobre todo, sus recursos son “actualidad: ciencia, tecnología, futuro, anecdótico, imágenes del día...”. Sobre las variaciones con sus competidores, Aladro estima que son “todas”. “Somos un programa mucho más corto, que recibe a un personaje de actualidad que se suma a una conversación que versa sobre temas de lo más variopinto”, dice.

A finales de 2018, el 3 de diciembre, La 2 se sumó al *access* y presentó *Ese programa del que usted me habla*, un nuevo espacio diario de media hora de duración que comenzaba a las 21:30 horas. Una colaboración entre RTVE y Catorce Producciones que nació bajo la batuta de María Gómez, Marta Flich y Alberto Casado, aunque Flich dejó el proyecto en enero al incorporarse al formato de Risto Mejide *Todo es Mentira*, programado en la sobremesa de Cuatro. Por ello, Eva So-

riano se convirtió en la nueva colaboradora. Desde Rte.es (2018b), recogían que “el espacio pretende tratar con irreverencia, ingenio e inteligencia la actualidad diaria”. Política, cultura, social y deportiva desde la perspectiva de la comedia de lunes a jueves, aunque el viernes emitían un resumen con los mejores momentos hasta que a mediados de julio de 2019 acabó su experiencia televisiva. Su labor diaria comenzaba con un vaciado de prensa desde el departamento de redacción y después el contenido decidía las noticias del día. Así lo narra Miguel Anómalo, guionista del programa, quien afirma que “la actualidad es la materia prima”. “Hay noticias que creemos que tenemos que comentar sí o sí, quizá por lo mucho que se está hablando de un tema o por su importancia social, pero prima el factor humorístico, claro (...). Buscamos temas que tengan enjundia, pero también chiste”, explica.

Como señala Bertol (2018), algunos colaboradores del espacio eran Javier Cansado junto con Antonio Resines, Juanma López Iturriaga, Raúl Pérez, Isa Calderón, Darío Adanti y Santiago Alverú. Además del análisis de actualidad por parte de Yonyi Arenas y Borja Pérez. Contaban con secciones fijas y colaboradores recurrentes. Siempre se iniciaba con el monólogo de su presentadora sobre un tema de actualidad y después se realizan un pequeño debate en la mesa con los tres protagonistas del formato, del que deriva la sección “Ronda rápida”. A continuación, contaban con un invitado y después es el turno de colaboradores como Adanti con un cuestionario o juego o el consultorio de Resines.

Para finalizar solía incluir un *sketch* de humor con parodia e imitación. Como explica su guionista, se usan recursos audiovisuales como fotomontajes, pequeños cortes de vídeo y, además, asegura que están descubriendo la personalidad de presentadores y colaboradores: “María es “el payaso serio”; Eva, la millennial; Alberto, el cortarrollos, etc. (...). Vamos afinando poco a poco, profundizando en la personalidad de nuestra gente en pantalla y en el humor del propio programa”. Además, vincula su diferencia con los competidores en ser “un programa de la 2”: “Cada vez que aparece un libro se le aplaude y nos reímos de que nuestro público son espectadores de La 2 (...).”. “Por suerte no estamos sometidos a las presiones de una tele privada y podemos trabajar con cierta calma para asentar el formato”, subrayaba sobre el progreso del formato.

4.2 Puesta en escena: escenografía e iluminación

El caso de *Lo Siguiente* es un formato en falso directo cuyo plató estaba en los Estudios Barajas en Madrid y cuya escenografía destaca por el uso de figuras geométricas en el diseño, sobre todo, rombos en los paneles y los hexágonos en su escenario. Según Aladro, su “gran apuesta es la pantalla gigante” que se ubica en la pared central y desde la que “juegan con los fondos”, destacando, además que “los fondos de grafismo son un distintivo de este programa junto con los vídeos de Daniel Piqueras y Aránzazu Santos”. Así, la pantalla que pasó de mostrar el *skyline* de Madrid a servir de apoyo a los contenidos se sumaba a dos pantallas, una en un lateral donde Berro explica “La actualidad”. Por su parte, en la pared abierta se ubicaba el público con unas cinco filas y unas cuarenta personas. La iluminación era alta comparada con otros formatos y la gama cromática era azul, azul claro, intermedio a oscuro, junto con una línea rosada que rodea la pantalla central. El plató se construyó con motivo de su estreno y en diciembre se incorporó una nueva mesa para adaptarlo.

Figura 1. Disposición del plató de *Lo Siguiente*.



Fuente: www.rtve.es

En sus inicios la mesa tenía forma de U y en el centro se ubicaban los invitados y los huecos se iban utilizando los colaboradores. Después los cambios también afectaron a la apariencia, y es que, aunque el plató se mantuvo, la presentadora e invitados ya no compartían la misma mesa. Sánchez Silva se ponía de pie con un pequeño atril y se añadieron dos mesas altas para seis colaboradores, tres a cada lado (Vertele, 2019). Con esta disposición, tanto la conductora del espacio como los colaboradores tenían mayor libertad de movimiento se consiguió la integración de los invitados en el equipo. Pese a estos cambios, el crítico televisivo Borja Terán estimaba (2018) que su principal problema era que no contaba con “un concepto definido” y sobre la escenografía aseguraba que “el decorado podría ser de un magacín de tarde, de un programa de salud, de un debate de La 2 o de un set secundario del mismo Pablo Motos en *El Hormiguero*”. En su opinión, *Lo Siguiente* recordaba en ciertas tonalidades a *El Hormiguero* y, por ello, consideraba que “mejor hubiera sido idear una puesta en escena que remitiera a algún contexto imaginativo que, además, sirviera como excusa para crear tramas de guion con invitados, presentadora y colaboradores”.

El cristal y las figuras geométricas dan paso a la madera y al color que predominaban en las líneas estéticas de *Ese programa del que usted me habla*. Concretamente, en la mesa, el escenario y la parte posterior, donde se incluía el logo del programa, había madera, también en los fondos de un pequeño lateral donde su presentadora iniciaba el programa, un set donde destacaba el atrezzo de bombillas. También al fondo había dos pilares que simulaban ladrillo y separaban la zona central de las dos secciones de público. Igualmente había tres cubos de atrezzo que seguían la estética gráfica del programa, que discurría en torno a la gran mesa central en la que se iban incorporando los copresentadores, invitados y colaboradores. Las zonas lejanas a la mesa tenían poca iluminación y los tonos más oscuros se unían a seis focos azules que ambientaban el directo. En el fondo del público había unas líneas geométricas en azul y rosa que junto con el uso del pentágono en el fondo del escenario y donde se realizaba la presentación del programa son las semejanzas entre los formatos de TVE, aunque éste no disponía de pantalla. Por su parte, tenía una identidad gráfica muy elaborada a diferencia a *Lo Siguiente* que destacó por ese mayor uso de pantallas.

En relación puntos fuertes de la escenografía, Eneko Obieta, realizador del formato señalaba que:

- Operativamente es práctica (fundamental para este o cualquier tipo de programa).
- El espacio está bien aprovechado. Se generan fondos en segundo y tercer término que crean sensación de profundidad y volumen y, al trabajar con diafragmas muy abiertos se desenfocan los fondos para dar mayor relevancia a los presentadores e invitados.

-Se integran elementos y colores de la paleta gráfica unificando toda la faceta visual del programa y también se une a los elementos de iluminación que son decorativos (tipo tiras de led, pantalla, robóticas...) que van acorde a la paleta de colores.

Figura 2 y 3. Plató de *Ese programa del que usted me habla*.



Fuente: www.rtve.es

Por su parte, la música genérica que se utilizaba tanto como para fondos o ráfagas era una derivación de la sintonía de entrada. “Todo esto ayuda a la idea de crear un formato unificado”, añade Obieta, quien indica que los principales elementos humorísticos con los que trabajaban eran fotomontajes, vídeos de colaboradores, vídeos del equipo de contenido (“Teorías anómalas” o “Teléfono Rojo”) y cortes del archivo de TVE “que forman parte del imaginario español”. Generalmente protagonizados, por ejemplo, por Chiquito, el Fary o la Bruja Avería.

El plató se ubicaba en las instalaciones de Videoreport, en la Ciudad de la Imagen en Madrid y se emitía en diferido, pero sin edición posterior, lo que se denomina falso directo. Por necesidades de producción y costes se grababan los programas de lunes y martes, el lunes, y de miércoles y jueves, los miércoles, mientras que el viernes era un montaje con lo mejor de la semana acompañado con unas entradillas y medianillas que se grababan los miércoles, un programa que sí editaban, como concretó el equipo de realización.

La escenografía de *El Hormiguero* dista del resto de objetos de estudio porque dispone de dos zonas, una de entrevistas y otra de pruebas que se completan, además, con escenarios aledaños. La disposición del plató es la más compleja, ya que existe un escenario, una mesa donde se realizan las entrevistas y por las que salen las marionetas y una zona lateral desde la que acceden los colaboradores y donde se realiza el baile inicial. A esto hay que sumar que para pruebas especiales utilizan la zona posterior de la nave del plató, la zona de acceso o incluso un plató que tiene en otra nave, así como reseña Manzano en su estudio (2012, p. 47), “algún apartado se graba en exteriores debido a la complejidad y necesidades técnicas”. La estética es futurista y el fondo tiene una ciudad galáctica con una nave y siete rascacielos en los que se realizan proyecciones, también la zona de acceso tiene un fondo de naves espaciales y la zona del escenario está compuesta por una gran pantalla que sirve para introducir las secciones y realizar pruebas. La iluminación predominante es azul con toques amarillos, pero algunas las luces que limitan el escenario o la mesa cambian según las secciones (azul, magenta, verde o amarillo). Otro de los elementos significativos es el número de público unas cien personas, el doble que el resto de los casos. La música cobra una función muy importante, desde el inicio del programa con el baile del equipo y por la música en directo. En el caso de la escenografía hay que mencionar que las hormigas y todo el equipo se han desplazado a otras ciudades como Londres o París para efectuar el “El Hormiguero Viajero”, (Gascón-Vera y Marta-Lazo, 2016a, pp. 288-299).

Figura 4. Plató de *El Hormiguero*.



Fuente: http://vertele.eldiario.es/verteletv/actualidad/Evole-Hormiguero-Jorge-Javier-Deluxe_0_1763223666.html

También en *El Intermedio* se utilizan dos zonas la mesa central y la zona donde presenta su sección Dani Mateo. En la temporada de análisis ha remodelado su plató ubicado en la sede de Globomedia donde desde hace más de una década se emite en directo. Entre las novedades destaca el incremento de luminarias, el cambio de logo y la disposición de dos pantallas, además de la nueva mesa que deja a un lado la de letras que les ha acompañado durante años.

El responsable de realización Diego Santos indica que para esta renovación han tenido en cuenta la sectorización existente. “Teníamos que respetar los espacios generados por contenidos”, y “las referencias visuales de programas que marcan la tendencia en nuestro segmento”, en el que, según su opinión “existe un consenso respecto del imaginario que este tipo de programas propone”. “Creo que hemos conseguido articular una buena fórmula que entrelaza muchos factores dispares como son: Información, entretenimiento, practicidad, movilidad y presupuesto”, añade, a la vez, que destaca que el punto fuerte es la incorporación de grandes pantallas que les permiten “una mejor y más potente utilización de los recursos gráficos”. Además, solo se ha reutilizado de la anterior etapa el fondo central trasero.

El fondo del programa, el panel central, está compuesto por la imagen de un mapamundi nocturno de iluminación led y un gran logo del nombre del programa, mientras que en los laterales se han incluido dos grandes pantallas donde se presentan los videos de cada noticia y también se ha optado por un banner continuo, en la zona superior, donde se proyectan mensajes y textos sobre lo que se está hablando. Las pantallas se encuentran detrás de Sabatés y en la zona donde presenta Dani Mateo que, al quitar la mesa, puede convertirse en un *video-wall*. Esta última pantalla cuenta con dos placas decorativas, una cada a lado, con figuras geométricas, hexágonos de distintos tamaños que también cambian de color, junto con el resto de los elementos de luz. Por otro lado, en un espacio entre el plató y el público suele montarse un croma que a veces se utiliza para crear *micro-sketches*.

La diferencia principal con los programas de la misma franja, en cuanto a elementos escenográficos, es la clave de luz. “A pesar de ubicarnos casi en *prime time*, la trabajamos bastante más baja. A un paso del *late night*. Es muy importante la presencia del negro como espacio de contraste”, explica. La música del programa, la sintonía, no ha cambiado nunca, convirtiéndose en una señal de identificación del programa, además que en momentos puntuales se sugieren determinados climas utilizando tanto iluminación con músicas dedicadas, tal y como expone Santos, quien recuerda que trabajan con “todos los elementos” a su disposición y sobre los que pueden tener control como “iluminación, escenografía, videos, grafismos, efectos especiales o de sonido”.

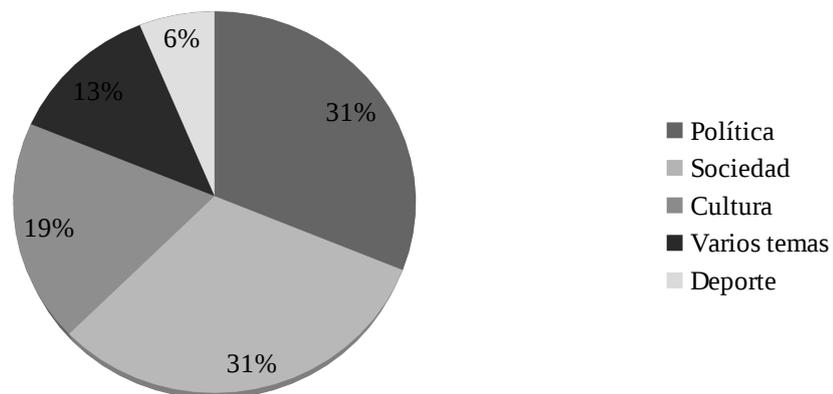
Figura 5 y 6. Plató actual de *El Intermedio*.

Fuente: Equipo del formato.

5. Resultados

Desde el análisis de visionado se comprueba que la actualidad informativa es un contenido recurrente en los cuatro formatos analizados. La sociedad, de la mano de entrevistas a personajes de la actualidad española del campo del arte, la televisión o la moda, son la tónica de *Lo Siguiente* que, aunque nació de la mano de una actualidad ligada a la comedia, en su última etapa hacía un repaso expreso a las noticias del día a día, eso sí, no de política, sino de sociedad y bajo el paraguas de la curiosidad y la viralidad. Este mismo objetivo es el que centraba los contenidos de *Ese programa*, aunque el peso de la actualidad era mayor, sobre todo en el monólogo con el que daba inicio el formato. Por su parte, *El Hormiguero* y *El Intermedio* tienen más depurado su ingrediente fundamental. En el primer caso, la figura del invitado gira la temática del programa en cuestión, a través del deporte, la política, la televisión o la cultura. Por ejemplo, el deporte, con la visita de la nadadora Ona Carbonell, o la cultura, gracias a actores y músicos, así en la mitad de los visionados procedían del ámbito internacional. En el segundo caso es un formato eminentemente informativo con la política como puntal esencial de su guion. De esta forma los temas que predominan en la muestra estudiada son la política y la sociedad, junto con otros secundarios.

Figura 7. Gráfico de la temática principal de los formatos.



Fuente: Elaboración propia

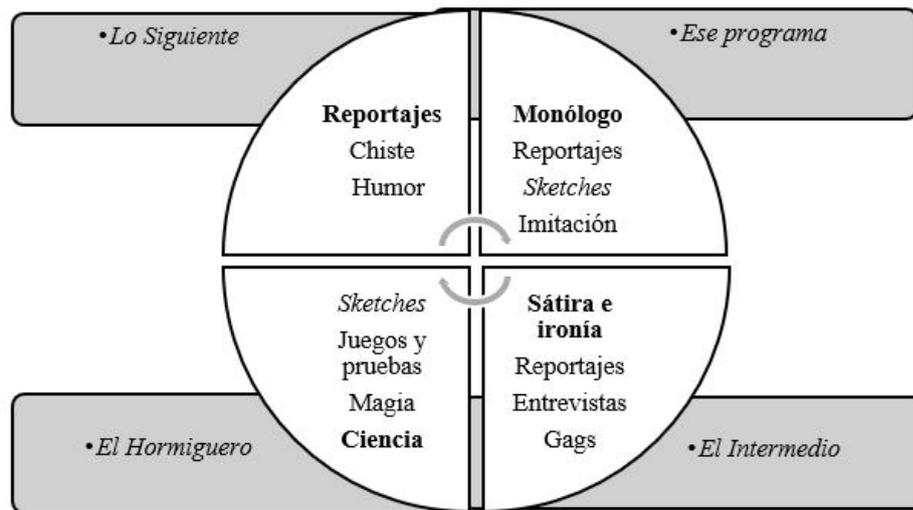
- *Lo Siguiente*: televisión, cine, moda, noticias curiosas.
- *Ese programa*: política nacional e internacional, economía, sanidad y medioambiente.

- *El Hormiguero*: cine, música, cultura y deporte.
- *El Intermedio*: política nacional, internacional, corrupción, justicia, sanidad, junto con otros como la iglesia y uso del móvil.

Por su parte, en todos los casos de estudio se encuentran recursos visuales de acompañamiento como piezas de noticias, películas, fotografías, que en el caso de *Ese programa* y *El Intermedio* se unen a satirización de estas con imágenes o videos trucados.

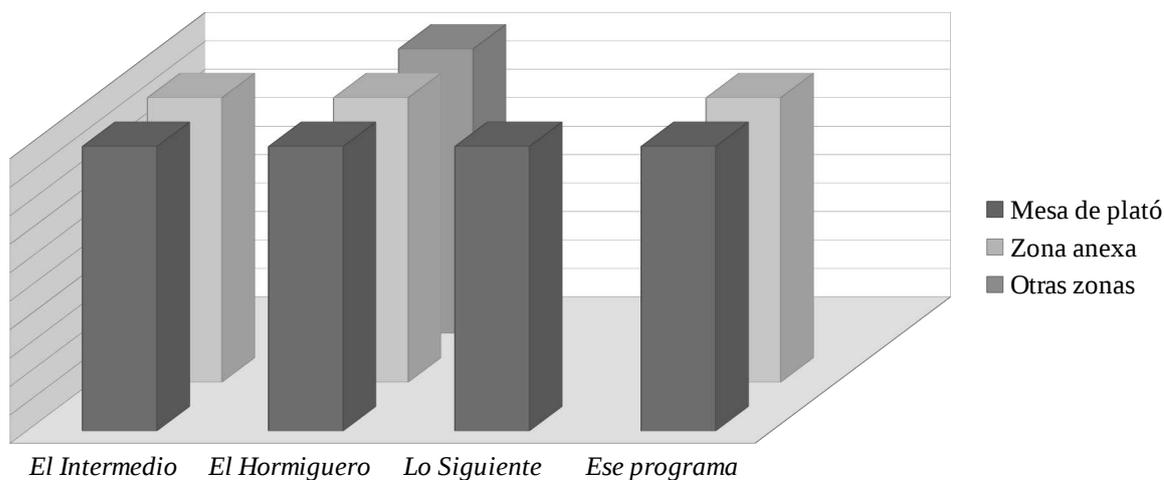
Entre ellos el que menos recursos utilizaba es *Lo Siguiente* y el que más *Ese programa*, con monólogos, *sketches*, imitaciones, juegos, ironía... Mientras que también es muy activo *El Hormiguero* con múltiples pruebas y secciones, el que más de todos, con entre ocho y diez cada emisión. Así, también se puede indicar que los reportajes en *Lo Siguiente* y en *El Intermedio* son recurrentes, mientras que solo encontramos *sketches* en el caso de *Ese Programa* y *El Hormiguero*. Uniendo todo ello, se concluye que *El Intermedio* destaca por la sátira junto con las entrevistas en primera persona y los reportajes, *El Hormiguero* por trucos de magia y la ciencia, en *Lo Siguiente* la intervención del invitado como un colaborador más y en *Ese programa* colaboradores asiduos, el monólogo inicial y el uso de múltiples recursos que varían en cada emisión.

Figura 8. Esquema de los principales recursos según el formato.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 9. Disposición del plató en los diferentes formatos de estudio.



Fuente: Elaboración propia.

Sobre los elementos escenográficos, hay que tener en cuenta que los formatos más longevos han sufrido cambios para adaptarse a los avances tecnológicos como el uso de pantallas o proyecciones y han generado nuevos espacios para ofrecer frescura de imagen al público, mientras que, los nuevos contaban con una puesta en escena vanguardista, al ser más reciente su creación. Según los resultados obtenidos, se conoce que todos utilizan una mesa o mesas icónicas para articular el programa y cuentan con zonas de apoyo para dinamizar la escena y generar interés, como el monólogo en *Ese programa* o la sección de Dani Mateo en *El Intermedio*. Por su parte destaca el uso que realiza *El Hormiguero* de sus naves colindantes o exteriores. También cómo predominan las figuras geométricas. Solo en *El Hormiguero* donde las líneas futuristas toman el protagonismo, se haya una excepción. En los otros tres formatos, con platós nuevos esta temporada, predominan líneas geométricas y figuras de hexágonos. Además, tres de los cuatro casos de estudio cuentan con pantallas.

Por su parte, el uso del atrezzo difiere. En *Lo Siguiente* su uso no era más allá de un disco o libro que venía a presentar por un invitado, algo que también se realizaba en *Ese programa*, donde se veían muchos de ellos encima de la mesa y en la zona frontal con libros o cd antiguos. En *El Hormiguero* está protagonizado por la multitud de creaciones que se hacen *exprofeso* para cada programa y que van desde el vestuario de las hormigas a construir un castillo de naipes. En el caso de *El Intermedio* es simple juega un papel diario, gorros, la grabadora de Wyoming, sus gafas o una cazadora de médico pueden verse en sus emisiones. Con especial mención a los sets que se realizan para Semana Santa donde realizan procesiones con personajes de actualidad o su cementerio donde reposan algunos expolíticos.

Asimismo, la iluminación es un punto diferencial entre los casos de estudio. El azul claro y magenta junto con una mayor gradación que sus compañeros era la tónica de *Lo Siguiente*, en los otros tres casos trabajan con más oscuros. Por su parte, el nuevo plató de *El Intermedio* permite multitud de combinaciones de iluminación para crear ambientes. Un recurso, cambiar de iluminación y de color para cada sección, que también utiliza *El Hormiguero*.

Por otro lado, al analizar la música se determina que en *Lo Siguiente* sí que jugaba un papel más humorístico, tanto en los reportajes como en el fondo del propio programa, algo que también se observa en *El Intermedio* donde genera golpes de efecto. De esta forma, se acredita que en casi

todos los programas la música juega un papel fundamental, sobre todo, en *El Hormiguero* donde son habituales las actuaciones en directo. Todos trabajan con público en sus emisiones. En el caso de *El Hormiguero*, el público puede seguir el formato desde varias pantallas donde cada noche acude un centenar de personas. En *El Intermedio* está enfrente del desarrollo del programa y cuenta con cinco o seis filas, aunque solo se enfoca su silueta con la cámara grúa al comenzar el programa. En *Lo Siguiente* el público era enfocado en alguna ocasión y en *Ese programa* se veía más en los planos y se ubicaba a derecha e izquierda de la mesa principal.

6. Discusión

Relativo a la metodología y al uso del visionado junto con las entrevistas se considera que, al igual que Galán (2008, p. 33) en su artículo sobre escenografía, “ambos métodos utilizados de forma conjunta se complementan a la perfección y suplen las mutuas carencias que se pueden derivar de su utilización aislada”. Asimismo, la metodología del análisis comparativo ha sido utilizada por Valhondo (2011b, pp. 255-256) en el caso de la sátira televisiva entre Reino Unido y España, quien recogía las palabras de Blumer y Gurevich (1975) a favor de esta técnica para evidenciar lo que nos parece natural, lo que pasa inadvertido. Quizá por separado estas reflexiones, sin la comparativa, sean conocidas, pero es desde esta perspectiva y con el análisis realizado cuando se convierten en una aportación investigadora en el campo de los *Television Studies*.

Tras las técnicas, sobre las ideas de Contreras y Palacio (2003), relativas a la franja horaria protagonista de esta investigación, reflejan la importancia que comenzó a tener en la primera década del siglo XXI y como en la actualidad se ha convertido en una de las más fuertes de la programación. Puesto que como también determina Valhondo (2011a) la llegada de la competencia televisiva en España supuso el punto de partida del infoentretenimiento para conseguir audiencia. Así, desde ideas como las GECA (2019) y la comunicación previa de Gascón-Vera y Marta-Lazo (2019, p. 85) se considera que esta banda consigue fidelizar al público televisivo español y que éste continúe en el *prime time*, al mismo tiempo que aporta importantes cifras de audiencia a las cadenas.

Continuando, Gordillo (2009, pp. 244-248) señala que “no es fácil establecer taxonomías en torno a los distintos formatos de humor en la televisión”, una realidad que achaca a la versatilidad y al dinamismo de las fórmulas empleadas. Así, en cuanto a los subgéneros, también se coteja que en los formatos de una década existe una amplia diferencia entre sí, determinada por el *show* en *El Hormiguero* y por el informativo satírico, por parte de *El Intermedio*, mientras que, por su parte, *Ese programa* se podría clasificar dentro del subgénero del infohumor, donde la información está de la mano del humor, y *Lo Siguiente* es un *talk show* en el que predomina el debate entre los asistentes.

Por su parte, Guerrero (2010, p. 129), basándose en las ideas de Barroso (2002), señala diferentes hitos en la producción de entretenimiento, desde 1999 al 2000. Entre ellos, destaca la espectacularidad en la realización y en la escenografía; los efectos digitales y lumínicos como los movimientos de cámara; la hibridación de géneros o la mayor complejidad de los formatos; el protagonismo creciente de la audiencia y, por último, como “la realidad se convierte en la auténtica materia prima del espectáculo televisivo”. Unas consideraciones que quedan reflejadas y comprobadas en estas páginas. Por lo tanto, se estima que el modelo que se inició en a principios de XXI sigue estando vigente de la mano de nuevas innovaciones como, podrán ser, las pantallas digitales, la iluminación led o la participación por redes sociales.

7. Conclusiones y líneas prospectivas

Como principales conclusiones se comprueba que la temporada de estudio ha supuesto una apuesta de la cadena pública por la franja del *access* en la que existe una gran competencia liderada por los canales privados. Caracterizados, además, por una dilatada experiencia a través de dos formatos distantes entre sí, pero con el humor como hilo conductor. Una apuesta que, contraria a la hipótesis de partida, se ha saldado con la cancelación de ambos espacios por sus cifras de audiencia, determinando, de este modo, la fortaleza de los espacios longevos y las limitaciones y debilidades de los nuevos proyectos que se programan en el *access prime time* español, que también acoge otros formatos como *First Dates* (2016.-) en Cuatro.

Los formatos que cumplieron en 2018-2019 su temporada decimotercera en antena nacieron con las cadenas y, tras cambios de programación -ambos eran semanales-, se convirtieron en tiras diarias de una hora de duración. En el caso de las nuevas apuestas, ya surgieron como emisiones de lunes a jueves y duraban la mitad de tiempo que sus competidores. Los primeros se realizan en directo, mientras que los nuevos se grababan en falso directo. Por su parte, los longevos giran en torno a un presentador referente, y una copresentadora en el caso de *El Intermedio*, sobre el que se conciben las secciones y colaboradores. Los nuevos disponían de un equipo, liderado por mujeres, que afrontaba junto con los rostros más visibles el desarrollo del formato.

La llegada de la mujer al *access prime time* ha sido otro de los resultados constatados con los nuevos programas, puesto que ambos fueron conducidos por presentadoras. En *Lo Siguiente* su equipo de colaboradores estaba formado por seis personas, misma cifra, aproximadamente que se contabilizaba en *Ese programa*. Asimismo, en ambos, destacaba la colaboración de humoristas reconocidos. Por su parte, el elenco de *El Intermedio* es el más pequeño, con tres colaboradores habituales, mientras que *El Hormiguero* es el mayor, con más de una decena. Cabe señalar que los nuevos cambiaron de rostros en su escaso recorrido, algo que también sucedió, aunque con menos celeridad, en los espacios longevos. La dificultad de encontrar un hueco en la parrilla y mejorar cifras de audiencia está detrás de estas decisiones.

Otra de las averiguaciones ha sido el peso de la actualidad, protagonizada generalmente por reportajes u entrevistas. Los contenidos analizados tienen a la actualidad por bandera a través de recursos humorísticos identificativos en cada uno de los casos, con la pretensión de conseguir al mayor número de espectadores posible, gracias, también, a una puesta en escena moderna y atrayente. En los programas de estudio sus escenografías son de tipo informativo y ubican una mesa como punto central del desarrollo del formato, aunque cada uno con una disposición diferente. Para estos formatos la escenografía es un elemento diferenciador entre sí que ayuda al desarrollo del propio programa y a su identificación en pantalla.

En definitiva, el *access prime time* durante la temporada 2018-2019 ha contado con nuevos jugadores en el tablero audiovisual, aunque, tal y como se ha constatado, su experiencia ha sido poco duradera. Dado que la historia de la televisión está en variación continua será interesante conocer la evolución de esta franja en próximas temporadas. Del mismo modo, sería conveniente poder comparar estos formatos con aquellas nuevas aventuras periodísticas de humor que lleguen a las pantallas.

Tabla 2. Resumen de las características de los formatos obtenidas en la investigación.

<i>Access prime time</i>	Contenido	Elenco	Recursos	Escenografía	
				Plató	Características
	Política Sociedad Actualidad Falso directo 30 minutos	Presentadora Copresentadores Más de cinco colaboradores	Monólogo Imitaciones Chistes Invitados	Mesa central y zona de inicio Público	Madera y ladrillo Logo posterior Identidad gráfica
	Sociedad Cultura Actualidad Falso directo 30 minutos	Cambio de elenco Presentadora Más de cinco colaboradores	Reportajes Invitados	Dos mesas y un atril Público	Elementos geométricos Muy iluminado
	Política Actualidad Directo 1 hora	Presentador y presentadora Tres colaboradores	Sátira Reportajes Hemeroteca Invitados por temática	Mesa central y una mesa de pie en un lateral.	Nueva escenografía esta temporada Madera, cambio de color y de ambiente
	Sociedad Actualidad Directo 1 hora	Presentador Marionetas Más de diez colaboradores	Invitados nacionales e internacionales Pruebas	Mesa central zona de pruebas o escenario y zona anexa	Elementos futuristas mucho más público que en los demás

Fuente: Elaboración propia.

Agradecimientos

Personal investigador predoctoral en formación para el período 2018-2022, Departamento de Innovación, Investigación y Universidad del Gobierno de Aragón cofinanciado con el Programa Operativo Fondo Social Europeo FSE 2014-2020, “Construyendo desde Aragón”. Esta contribución se engloba en el Grupo de Investigación en Comunicación e Información Digital (GICID) (S29-17R), reconocido por el Gobierno de Aragón y financiado por el Fondo Social Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) “Construyendo Europa desde Aragón” y por el Instituto Universitario de Investigación en Patrimonio y Humanidades.

Referencias bibliográficas

- Acevedo, E. (1971). El periodismo de humor. *El libro español*, 166, pp. 512-514.
- Antena3.com. (2018, 31 de agosto). ‘El Hormiguero 3.0’ vuelve con más estrellas, nuevos colaboradores y ritmo para toda la familia. Recuperado de: https://www.antena3.com/programas/el-hormiguero/noticias/el-hormiguero-30-vuelve-con-mas-estrellas-nuevos-colaboradores-y-ritmo-para-toda-la-familia_201808315b891f170cf2740d2850815f.html Consultado 06/02/2019.
- Bertol, N. (2018, 27 de noviembre). 'Ese programa del que usted me habla' se estrena en La 2: "Vamos a ser políticamente molestos", en Fórmula TV. Recuperado de: <https://www.formulatv.com/noticias/juan-cruz-ese-programa-usted-habla-vamos-ser-politicamente-molestos-86415/> Consultado 15/03/2019.
- Berrocal, S., Redondo, M., Martín, V. y Campos, E. (2014). La presencia del infoentretenimiento en los canales generalistas de la TDT española. *Revista Latina de Comunicación Social*, 69, 85-103. <http://doi.org/10.4185/RLCS-2014-1002>
- Contreras, J. M. y Palacio, M. (2003). La programación de televisión. Madrid: Editorial Síntesis.
- Extradigital. (2019, 7 de marzo). Las ofertas de Access Time se refuerzan e igualan a los programas de Prime Time. Recuperado de: http://www.extradigital.es/las-ofertas-de-access-time-se-refuerzan-e-igualan-a-los-programas-de-prime-time/?fbclid=IwAR3U3AYg_Wb_1-Fnos3AICJ2nbBv0FmH_90TJ4ciVMoN6P6Yq_ARyVpzhko Consultado 13/03/2019.
- Ferré, C., Sintés, M. y Gayà, C. (2013). ¿Piensan lo mismo ciudadanos y partidos sobre la sátira política? La diferente percepción en el caso de un programa televisivo». *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 19(1), 383-402. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2013.v19.n1.42528
- Galán, E. (2008). Escenografía virtual en TV. Análisis del uso de escenografía virtual en la realización de un programa de televisión. *Revista Latina de Comunicación Social*, 63, 31-42. <https://doi.org/10.4185/RLCS-63-2008-752-031-042>
- Gascón-Vera, P. (2016). Claves del éxito de una década televisiva: estudios de caso El hormiguero y El intermedio». *Revista F@ro*, 1(23), 42-71. <http://www.revistafaro.cl/index.php/Faro/article/view/459/350>
- Gascón-Vera, P. (2019). ‘El Informal’, el doblaje y su programación en ‘access prime time’ como ejes del éxito televisivo de un formato periodístico de humor. *Index.comunicación*, 9(3), 139-

163. <http://journals.sfu.ca/indexcomunicacion/index.php/indexcomunicacion/article/view/519/683>

- Gascón-Vera, P. y Marta-Lazo, C. (2016a). Internacionalización de un formato televisivo de éxito: "El Hormiguero". *Revista Observatório*, número especial 1 (2), 275-300. <https://doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2016v2especial1p275>
- Gascón-Vera, P. y Marta-Lazo, C. (2016b). Evolución y mejores momentos de diez años de infohumor: El Intermedio. En Actas de las Comunicaciones presentadas en el XXII Congreso Internacional Sociedad Española de Periodística, pp. 405-425 Sociedad Española de Periodística. Madrid: Universidad Camilo José Cela.
http://periodistica.es/sep2016r/images/LibroActasXXII CongresoSEP_UCJC.pdf
- Gascón-Vera, P. y Marta-Lazo, C. (2019). Estudio comparativo de los formatos periodísticos de humor en el access prime time 2018-2019. En XXV Congreso Sociedad Española de periodística (SEP): oportunidades y retos del periodismo hiperconectado, libro de resúmenes, pp. 405 – 425. Bilbao: Universidad del País Vasco.
http://www.sepbilbao2019.com/LibroRes%C3%BAmenes_XXV Congreso Internacional SEP_2019.pdf
- GECA. (2019). El retraso sistemático del prime time hace bajar el consumo lineal e impulsa a las OTT's.
- Guerrero, E. (2010). *El entretenimiento en la televisión española. Historia, industria y mercado*. Barcelona: Deusto - Grupo Planeta.
- Gordillo, I. (2009). *Manual de narrativa televisiva*. Madrid: Editorial Síntesis.
- La Vanguardia. (2019, 13 de febrero). TVE cancela 'Lo Siguiente'.
<https://www.lavanguardia.com/television/20190213/46447201114/lo-siguiente-tve-cancela-raquel-sanchez-silva.html> Consultado 18/02/2019.
- Manuls (2008, 7 de marzo). Diccionario teléfilo: access prime time, en Spinoff. Recuperado de: <https://www.espinof.com/diccionario-cine-television/diccionario-telefilo-access-prime-time> Consultado 18/02/2019.
- Manzano, A. M. (2012). Realización de programas de entretenimiento en directo: "Tonterías las Justas", "El Hormiguero", "Buenafuente". Trabajo Final de Carrera, Universidad Politécnica de Valencia. <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/14627/memoria.pdf?sequence=1>
- Migelez, X. (2018, 2 de octubre). ¿Qué hace Raquel Sánchez Silva en TVE con un Trancas y Barrancas de serie B? El Confidencial.
https://www.elconfidencial.com/television/2018-10-02/raquel-sanchez-silva-lo-siguiente-el-hormiguero-el-gran-wyoming_1624024/ Consultado 08/02/2019.
- Migelez, X. (2019, 14 de febrero). Tras cuatro meses, TVE se carga 'Lo siguiente', el access de Raquel Sánchez Silva, en El Confidencial. https://www.elconfidencial.com/television/programas-tv/2019-02-14/tve-cancela-lo-siguiente-raquel-sanchez-silva-marzo_1824714/ Consultado 22/02/2019.
- Millerson, G. (2009). Realización y producción en televisión, 4ª Edición. Madrid: Instituto RTVE.

- Soler, M. y Marzal, J. (2011). La Emergencia del infoentretenimiento en España: la visión de editores y productores de televisión. En Casero, A. y Marzal Felici, J. (Coord.) Periodismo en Televisión: Nuevos horizontes, nuevas tendencias. Sevilla y Zamora: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Taboada, L. (2018, 4 de marzo). Ya va siendo hora de que la tele española adelante el prime time, en Revistagq.com.
<https://www.revistagq.com/noticias/cultura/articulos/adelantar-prime-time-espana-television/28631> Consultado 08/02/2019.
- Terán, B. (2018, 28 de diciembre). 'Lo Siguiente': motivos de los malos resultados del programa que sustituyó a Javier Cárdenas, en La Información.
<https://www.lainformacion.com/opinion/borja-teran/lo-siguiente-motivos-de-los-malos-resultados-del-programa-que-sustituyo-a-javier-cardenas/6446940> Consultado 11/02/2019.
- Rtve.es. (2018a, 13 de octubre). Llega 'Lo siguiente', el nuevo access de La 1: entrevistas, humor y emoción de la mano de Raquel Sánchez Silva. Recuperado de:
<http://www.rtve.es/television/20181023/llega-siguiente-nuevo-access-1-entrevistas-humor-emocion-mano-raquel-sanchez-silva/1825072.shtml> Consultado 08/02/2019.
- Rtve.es. (2018b, 27 de noviembre). Ese programa del que usted me habla. Recuperado de:
<http://www.rtve.es/television/20181127/ese-programa-del-usted-habla/1844158.shtml> Consultado 11/02/2019.
- Ponce, G. (2017). El access prime time en los canales generalistas españoles: los programas de infoentretenimiento. Trabajo Fin de Grado, Universidad de Extremadura.
<http://dehesa.unex.es/handle/10662/6546>
- Valhondo, J. L. (2011a). *Sátira televisiva y democracia en España. La popularización de la información política a través de la sátira*. Barcelona: UOC.
- Valhondo, J. L. (2011b). Monarcas, bufones, políticos y audiencias Comparación de la sátira televisiva en Reino Unido y España. *Revista Latina de Comunicación Social*, 66, pp. 252-273.
<https://doi.org/10.4185/RLCS-66-2011-932-252-273>
- Vertele. (2019, 15 de enero). "Lo siguiente" se reinventó en TVE con más ritmo, fichajes y un riesgo. Recuperado de: http://vertele.eldiario.es/noticias/losiguiente-estreno-nueva-etapa-colaboradores-anabelen-la1-tve-raquelsanchezsilva_0_2085991382.html Consultado 19/02/2019.
- Ymedia. (2019). Febrero en 5 minutos. Recuperado de: <https://www.ymedia.es/es/canal-ymedia/audiencias-tv/mensuales/feb-2019/febrero-en-5-minutos> Consultado 14/04/2019.