

Treball de fi de grau

Títol

Autor/a

Tutor/a

Grau

Data

Full Resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Autor/a:

Tutor/a:

Any:

Titulació:

Paraules clau (mínim 3)

Català:

Castellà:

Anglès:

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català:

Castellà:

Anglès

Compromís d'obra original*

L'ESTUDIANT QUE PRESENTA AQUEST TREBALL DECLARA QUE:

1. Aquest treball és original i no està plagiat, en part o totalment
2. Les fonts han estat convenientment citades i referenciades
3. Aquest treball no s'ha presentat prèviament a aquesta Universitat o d'altres

I perquè així consti, afegeix a aquesta plana el seu nom i cognoms i la signatura:

***Aquest full s'ha d'imprimir i lliurar una còpia en mà al tutor abans la presentació oral**

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO (2000-2013): ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

Aquest treball té per objectiu esbrinar l'evolució de l'*infoshow* dins de la cadena Telecinco a través d'un anàlisi comparatiu entre dos dels seus programes més importants, **Gran Hermano** (2000) i **La Voz** (2012). Es parteix de la hipòtesi de què els programes d'aquest gènere mantenen un pes important dins de la graella de Telecinco, conseqüència de l'èxit que va obtenir l'estrena de **Gran Hermano**. Des d'aquell moment, la cadena no ha deixat de programar *infoshows* amb l'objectiu d'aconseguir la màxima audiència a través d'aquests.

El treball s'aproxima al gènere a través de diversos anàlisis: per una banda, una investigació en profunditat sobre l'entorn televisiu del gènere, la cadena Telecinco i una breu introducció als dos programes. Per l'altra, s'ha realitzat tres anàlisis diferents a dos programes de **Gran Hermano** i quatre de **La Voz**, pertinents a les seves primeres temporades. A través d'aquests s'han volgut trobar les seves característiques com a programa i la seva aportació a la cadena. Un cop realitzats els anàlisis, s'ha procedit a extreure'n els resultats i posteriorment, a realitzar una comparació entre ells.

De la comparativa s'han extret diverses conclusions, centrant especial atenció en quines són les característiques que s'han mantingut al llarg dels anys en els programes *infoshow*. A la vegada, s'ha trobat un canvi de tendències en el 2012 respecte al 2000 en els trets que els defineixen com a gènere.

Per últim, les conclusions del treball han aportat resposta a la hipòtesi principal, ja que tot i què el pes que aquests programes tenen en la graella de Telecinco segueix sent important, el cert és que la cadena ja no aposta tant en la fórmula de l'*infoshow* com a èxit d'audiències i ha optat per tornar a programar altres continguts, com per exemple, emissions esportives.

ÍNDEX:

1. INTRODUCCIÓ	1
1.1. Justificació del treball.....	2
2. MARC TEÒRIC	3
2.1. Introducció al terme infoshow	3
2.2. Definicions	4
2.2.1. <i>Altres aproximacions del terme infoshow</i>	7
2.3. Característiques	8
2.4. Classificacions	12
2.5. De què ha servit	16
3. OBJECTE D'ESTUDI	18
4. OBJECTIUS	20
5. PREGUNTES DE RECERCA	21
6. METODOLOGIA	22
6.1. Anàlisi i variables	23
6.1.1. <i>Anàlisi I: Primera Temporada</i>	23
6.1.2. <i>Anàlisi II: Estructura del programa</i>	23
6.1.3. <i>Anàlisi III: Característiques del programa</i>	24
7. NOVES TENDÈNCIES EN UN ENTORN TELEVISIU CANVIANT: LA NEOTELEVISIÓ I LA HIPERTELEVISIÓ	27
8. CONTEXT HISTÒRIC DE TELECINCO	30
9. EL PROGRAMA DEL 2000: GRAN HERMANO	56
10. LA RENOVACIÓ DEL MACROGÈNERE: LA VOZ	59
11. RESULTATS	61
11.1. <i>Anàlisi I: Primera Temporada</i>	61

11.1.1. <i>Gran Hermano</i>	61
11.1.2. <i>La Voz</i>	62
11.2. <i>Anàlisi II: Estructura del programa</i>	65
11.2.1. <i>Gran Hermano</i>	65
11.2.1.1. <i>Presentació (entrada)</i>	65
11.2.1.2. <i>Gala final</i>	66
11.2.2. <i>La Voz</i>	67
11.2.2.1. <i>Audicions a cegues</i>	67
11.2.2.2. <i>Les batalles</i>	67
11.2.2.3. <i>Les gales en directe</i>	68
11.2.2.4. <i>Final</i>	70
11.3. <i>Anàlisi III: Característiques del programa</i>	71
11.3.1. <i>Gran Hermano</i>	71
11.3.1.1. <i>Aspectes sobre la realització</i>	71
11.3.1.2. <i>Aspectes sobre el presentador</i>	73
11.3.1.3. <i>Aspectes sobre l'audiència</i>	76
11.3.1.4. <i>Aspectes sobre el clímax</i>	76
11.3.2. <i>La Voz</i>	77
11.3.2.1. <i>Aspectes sobre la realització</i>	77
11.3.2.2. <i>Aspectes sobre el presentador</i>	80
11.3.2.3. <i>Aspectes sobre l'audiència</i>	85
11.3.2.4. <i>Aspectes sobre el clímax</i>	86
12. COMPARACIÓ DE RESULTATS GRAN HERMANO – LA VOZ	88
12.1. <i>Anàlisi I: Primera temporada</i>	88
12.2. <i>Anàlisi II: Estructura del programa</i>	90
12.3. <i>Anàlisi III: Característiques del programa</i>	92
13. CONCLUSIONS	98
14. BIBLIOGRAFIA	105
15. WEBGRAFIA	108
16. ANNEXOS	111

16.1. Annex 1: Anàlisi I. Gran Hermano	111
16.2. Annex 2: Anàlisi I. La Voz	112
16.3. Annex 3: Anàlisi II. Gran Hermano – Presentació	114
16.4. Annex 4: Anàlisi II. Gran Hermano – Final	116
16.5. Annex 5: Anàlisi II. La Voz – Audicions A Cegues	118
16.6. Annex 6: Anàlisi II. La Voz – Batalles	122
16.7. Annex 7: Anàlisi II. La Voz – Gales En Directe	127
16.8. Annex 8: Anàlisi II. La Voz – Final	129
16.9. Annex 9: Anàlisi III. Gran Hermano – Presentació.....	133
16.10. Annex 10: Anàlisi III. Gran Hermano – Final	134
16.11. Annex 11: Anàlisi III. La Voz – Audicions A Cegues	135
16.12. Annex 12: Anàlisi III. La Voz – Batalles	136
16.13. Annex 13: Anàlisi III. La Voz – Gales En Directe	137
16.14. Annex 14: Anàlisi III. La Voz – Final	138

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

1. INTRODUCCIÓ

“La televisión, desde el punto de vista editorial, es de los que la ven. (...) El público señala que quiere todos los días”.

Paolo Vasile, conseller delegat de Telecinco.

Durant una entrevista concebuda a Juan Pablo Artero, Paolo Vasile va enunciar aquesta afirmació on s'entén què, pel conseller de Telecinco, avui dia qui dicta el que es veu en una televisió no és la cadena, sinó l'audiència. Aquesta és qui s'encarrega de determinar si un programa segueix en emissió o si pel contrari, és retirat de la graella de programació. Determina quantes temporades pot tenir una ficció televisiva, quantes gales pot tenir un *talent show* o bé quin informatiu considera més veraç. Aquest estudi busca treballar precisament el rumb que prenen les cadenes de televisió gràcies a l'audiència, i si aquesta es manté fidel al llarg del temps, o bé es cansa aviat de la programació que li ofereixen.

Amb l'inici de la gestió de Paolo Vasile al 30 de març de 1999, la cadena va deixar d'emetre ficció pròpia per continguts més barats a la vegada que rendibles; els anomenats *infoshows* (Artero, 2007; Prado, 1999). Amb l'arribada d'aquest macrogènere es va obrir un ampli ventall de formats consolidats a través de la hibridació i que van donar lloc a una ampla oferta de tipologies de programes dins d'unes mateixes directrius (Prado, 2003).

El primer cas d'*infoshow* de més repercussió va ser el programa **Gran Hermano**, el qual “va canviar la fisonomia de programació de Telecinco (...) i va ser el primer d'una llarga llista de productes d'un nou i emergent gènere, la telerrealitat.” (Artero, 2007) I és que, des del 2000, la cadena no ha deixat de recórrer a la programació d'aquest macrogènere en la seva graella. Curiosament, és amb aquests programes a la seva graella quan Telecinco va aconseguir el seu primer lideratge en audiències, i és aquí on sorgeix l'interès per a investigar la cadena i es planteja la qüestió sobre si el model de Telecinco de programar *infoshows* segueix sent igual de viable al 2013 com ho va ser al 2000.

Aquest treball pretén donar resposta a aquesta pregunta a partir de la investigació de dos programes (**Gran Hermano** i **La Voz**), tots dos pertinents al macrogènere *infoshow* i emesos per Telecinco. S'estudiarà l'estratègia que la cadena va adoptar amb ells i quins són els punts en comú que comparteixen. A partir dels resultats que s'extreguin de l'anàlisi s'establiran una sèrie de conclusions que intentin donar resposta a la importància i rendibilitat del macrogènere *infoshow* dins la cadena.

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

1.1. *Justificació del treball*

L'interès en estudiar aquest tema rau en diferents motius. Per una banda, es sent especial interès en conèixer l'estratègia de programació d'una cadena que ha aconseguit ser líder d'audiència durant molts anys; i es tracta d'un fet atractiu i factible a l'hora d'encarar un estudi.

Crida l'atenció l'èxit que han obtingut programes de la cadena pertinents al gènere *infoshow*: aquest macrogènere sembla haver-se expandit dins de la cadena des del 2000 i haver trobat el seu lloc a Telecinco. Aquest estudi s'interessa en estudiar la seva evolució dins de Telecinco, i el més important, si és rendible per a la cadena.

Es parteix de la idea que Telecinco ha aprofitat el fet de què l'audiència ha respòs positivament a aquests programes i ha mantingut el model per tal de repetir el lideratge anual. I és que aquests programes han configurat la seva imatge i línia editorial durant gairebé quinze anys de trajectòria, més de la meitat de la seva existència com a televisió privada.

És interessant esbrinar el perquè de l'èxit en l'audiència d'aquest gènere, saber què és el que aquesta ha trobat en ells, a partir de la comparació de dos dels programes que més èxit d'audiència han aportat a la cadena. D'aquesta manera, l'estudi intentarà reafirmar que el model emprat per Telecinco segueix funcionant i que és capaç de seguir creant noves tendències en el panorama televisiu actual.

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

2. MARC TEÒRIC

2.1. *Introducció al terme infoshow*

Lord Reith, el primer governador de la BBC, va proclamar que la televisió havia de tenir per objectiu informar, formar i entretenir. Es tracta d'una declaració d'intencions que, en els inicis d'aquest mitjà de comunicació, els responsables de les televisions es van prendre al peu de la lletra. Avui dia però, aquesta definició queda lluny de la nova realitat del panorama televisiu. Per a Francesc Escribano, exdirector de Televisió de Catalunya, "es tracta d'un lema que amb el pas dels anys i degut a les noves tendències i competències s'ha transformat en informar entretenant, formar de manera entretinguda i, sobretot, entretenir al màxim" (Violan, 2008:34).

Aquestes noves tendències a les que es refereix Escribano s'inicien en un entorn televisiu canviant als anys 90. Amb l'obertura del mercat a les televisions privades a Europa i l'aparició de noves tecnologies que van proliferar l'aparició de més canals, el què s'imposa és la necessitat d'obtenir els índex d'audiència més alts per a captar la màxima rendibilitat publicitària. Això afecta directament a les gralles de programació, les quals aviat s'omplen de formats i programes basats en l'espectacularitat i l'entreteniment en detriment dels gèneres ja consolidats com la informació i la ficció (Ribés, 2005:2)¹.

3

Apareixen noves tipologies de programes resultat de la mescla de característiques ja existents en altres gèneres, i consegüentment sorgeix la qüestió sobre com categoritzar-los. Gloria Saló (2003:15) exposa que inclús els experts en la matèria tenen problemes a l'hora de classificar aquests en gèneres i formats, ja que no es posen d'acord a l'hora de considerar les seves característiques.

Fent una breu aproximació al que són els gèneres televisius, es consideren en aquest cas les definicions de Portales (1986), Swales (1990), O'Sullivan (1995), Fuendaliza (1997) i Hernández (2008).

Portales (1986:8) destaca dels gèneres que es poden classificar en un continu que va des dels que emfatitzen les formes i continguts discursius i racionals fins els que privilegien les formes i continguts expressius i simbòlics. John Swales (1990:58) atorga una definició als gèneres força completa; els introdueix com a "una classe d'esdeveniments comunicatius en els quals els seus membres comparteixen un conjunt de propòsits comunicatius (...) i per tant es constitueixen (...) diversos patrons de similitud en termes d'estructura, estil i contingut del destinatari".

¹ Per conèixer més a fons l'entorn televisiu de l'*infoshow*, veure punt 7, pàg. 27.

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

Valerio Fuendalíza (1997:197) diu dels gèneres que “formatejen la matèria de mode divers, per tant ens entreguen diversos modes de comprendre un contingut temàtic i punts de vista diferents segons els actors socials involucrats”. Afegeix també que els gèneres constitueixen un canal comunicatiu que posa en contacte a l'emissor amb els espectadors. O'Sullivan (1995:165-166), en canvi, dóna una visió dels gèneres més aviat negativa, definint-los com a “formes paradigmàtiques reconegudes en les que es classifica un producte total d'un determinat mitjà, els quals són agents de clausura ideològica i limiten el potencial sentit de cert text i el risc comercial de les empreses productores”.

I per últim, Hernández (2008:32) segueix amb la idea de patrons similars i aporta que els gèneres televisius són un conjunt de programes que s'organitzen a partir de criteris d'ordre temàtic i expressiu, cultural i comunicacional.

D'aquestes aproximacions al concepte de gènere probablement la que més s'apropi a la classificació per aquest treball és la definició d'Hernández; engloba tots aquells aspectes que es poden trobar en un programa i atorga a partir d'aquests una denominació determinada segons els patrons que comparteixi amb altres. S'ha cregut que per aquests motius és la que més s'adapta a l'estudi d'aquesta recerca.

Un cop definit el que s'entén per gènere televisiu, cal establir quin terme s'utilitza per a definir la nova tipologia de programes d'entreteniment sorgits arran dels canvis en el panorama televisiu dels anys 90. Són molts els termes emprats, però el que sembla englobar tot allò que representa el canvi és l'*infoshow*. Aquest no es pot classificar dins d'una única funció, sinó que, tal com apunta López (2010:29) “no pertany en exclusiva a allò informatiu, allò educatiu o espectacular. Tampoc és pura realitat o pura ficció, sinó que pertany a tot al mateix temps, el qual el converteix en un gènere total”. En aquest apartat s'intentarà establir el què es designa com a *infoshow*, així com tot allò que engloba el concepte, a partir de les aproximacions que altres autors han fet sobre el tema.

2.2. Definicions

Tal com s'ha fet referència anteriorment, l'aparició del terme *infoshow* ve acompanyat del canvi de tendències en el panorama televisiu a Europa i als EEUU al voltant dels anys 90. Apareix l'època coneguda com a neotelevisió, la qual fa referència als programes que es caracteritzen per tenir un tractament espectacular, una reducció de costos considerable respecte a altres continguts, la difuminació de barreres entre gèneres i una mostra constant d'emocions i implicació portada a terme a través de la participació ciutadana (Prado et.al, 1999:197-198).

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

D'aquesta nova tendència sorgeix la necessitat de categoritzar els programes amb les característiques abans esmentades, els anomenats programes "híbrids" sorgits de la combinació de fórmules televisives ja existents. Aquests de seguida es van diferenciar els uns dels altres, de manera que necessitaven ser designats per una terminologia pròpia. A Amèrica es va anomenar aquesta tendència amb el nom *d'infotainment*, mentre que Prado utilitza la designació més comuna a Europa, *l'infoshow* (Prado et.al, 1999:198).

Emili Prado ha realitzat diversos estudis referents a *l'infoshow* (1999: 2003: 2010) i ha estat pioner en emprar aquesta paraula. El defineix com un macrogènere que pren les seves fórmules dels elements més destacats dels tres grans gèneres fins aleshores existents; la informació, la ficció i l'entreteniment (Prado et.al, 1999:199)². La seva aparició suposa un canvi respecte a la programació tradicional, ja que prolifera "la desaparició de fronteres clàssiques entre gèneres que es registrava en la paleotelevisió" (Prado, 1999:9).

"La televisió (...) està altament connotada per l'emergència i la proliferació de programes que espectacularitzen allò quotidià, exhibeixen emocions, es recreen en el dolor i la desgracia i aireja les misèries de tot ordre. Aquest fenomen ha estat batejat com a TV veritat, i amb altres etiquetes com telerealitat, teleporqueria o reality show" (Prado, 1999:8).

5

En aquest mateix article apareix el terme *infoshow*, paraula que es refereix a la telerealitat abans esmentada. Prado considera ambdós termes – telerealitat i *infoshow*- una mateixa realitat, no estableix cap distinció entre els dos mots.

Per la seva banda, Gordillo i Ramírez empren també *l'infoshow* com a sinònim de telerealitat:

"Telerrealidad, reality show, docudrama, infoshow, televigilancia... son algunas de las expresiones utilizadas para designar el género que surge a la década de los noventa, impulsando los principales cambios que el medio televisivo ha sufrido en los últimos veinte años." (Gordillo i Ramírez Alvarado, 2009:24).

Les autores consideren que ambdós termes fan referència a un contingut que passa a ser un gènere, sorgit de la "conjunció d'elements de contingut, fórmules expressives i dinàmiques de producció de programa tant d'informatius com ficcions" (Gordillo i Ramírez Alvarado, 2009:24).

² La definició de macrogènere i les classificacions de *l'infoshow* s'estudien amb més profunditat al punt 2.4, pàg. 13.

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

Gordillo i Ramírez (2009:26) creuen que l'*infoshow* és resultat de la necessitat d'omplir moltes hores de programació. Això va produir una obertura de nous continguts, on la base no es troba en buscar protagonistes amb gran poder, sinó que es fa participar a la persona quotidiana dins del discurs televisiu. A més, va suposar la convergència de la televisió amb altres plataformes i noves maneres de produir continguts.

Però no tots els autors coincideixen en la designació sinònima d'*infoshow* i telerealtat. És el cas de Mariño i Monclús (2009:74), els quals han basat els seus estudis en els articles de Prado, però discrepen amb l'autor a l'hora d'equivaldre ambdues paraules a un mateix significat. Els autors coincideixen amb Prado en què l'*infoshow* és un macrogènere que engloba diverses tipologies de gèneres com el *reality game*, el qual, al parer dels autors, designa el mateix que la paraula telerealtat.

Però què és la telerealtat? Es tracta d'un concepte vàlid i important dins d'aquest treball, ja que va estretament lligat a la temàtica que es tracta. Així com el terme *infoshow* ha estat força poc emprat pels acadèmics, la telerealtat si que ha estat àmpliament tractat i estudiat per diferents autors.

Elisabeth López (2010:21) defineix la telerealtat com a “el fet de gravar, filmar o retransmetre una determinada situació, provocada o espontània, amb major o menor manipulació en el procés de postproducció, però mai preguionitzada, ni subjecta a una escaleta, amb cap diàleg escrit, cap personatge predefinit i cap gag previst”. López amplia la definició citant a Andy Derhart, professor i investigador de la Universitat de Califòrnia, qui considera que la telerealtat “és un apartat de la televisió de no-ficció, és aquella que s'ocupa de la gent real, però la televisió de no-ficció no és la telerealtat. En essència, per a mi, telerealtat és allò dramàtic, una telenovel·la que segueix a gent real en un context real o artificial per un període de temps. (...) Pot tenir elements de concurs i pot tenir també diferents repartiments de setmana en setmana, però està centrat per complet en el drama humà que es genera com a conseqüència de la situació d'haver estat seleccionat per a protagonitzar el programa”.

Al Regne Unit no és parla d'*infoshow* ni de telerealtat, sinó del fenomen *reality TV*. Lorenzo-Dus i Garcés-Conejos Blitvich (2013) argumenten que es designa *reality TV* a tot aquell contingut televisiu que signifiqui accedir a l'esfera privada de persones participants d'un programa, com ara tenir accés a la família, amistats, etc., i on la seva base es troba en les emocions i els conflictes:

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

"We see reality TV as a discourse system, rather than a genre. The socialization of members into the system is manifold and depends on whether they belong to the producing, participant or audience sides. In the case of participants, for instance, it occurs through exposure to reality TV shows and through selection processes prior to the filming of programmes." (Lorenzo-Dus i Garcés-Conejos Blitvich, 2013:12-13).

Així doncs, les autores no el consideren com a gènere, sinó més aviat com un nou sistema de discurs, ja que depèn de la socialització entre participants i audiència en la seva totalitat; sense aquests dos factors no podria existir la *reality TV*.

2.2.1. *Altres aproximacions del terme infoshow*

Tal com s'ha comentat anteriorment, sembla que cada país té una nomenclatura determinada per a designar la tipologia de programes coneguda en aquest treball com a *infoshow*. S'ha cregut interessant, doncs, saber quines altres designacions han utilitzat els autors espanyols per a definir aquests programes. Molts d'ells empen altres terminologies, però totes elles contenen similituds amb les definicions abans comentades.

És el cas d'Enrique Guerrero (2010), qui en cap moment fa referència a l'*infoshow* en els seus estudis. Tot i així, sí que dóna una definició al macrogènere de l'entreteniment, en el qual inclou tot allò que no fa referència a la ficció, la informació o l'esport. Dins aquesta definició inclou tots els gèneres com el concurs, el *docushow*, l'humor, els programes infantils, *late shows*, el magazine, els *reality shows*, *talk shows*, entre altres:

"Para una mayor claridad y facilitar la comparación del entretenimiento con los restantes contenidos televisivos ofertados en el mercado, se han agrupado los géneros en cuatro grandes grupos o macrogéneros: entretenimiento, ficción información y deporte. (...) entretenimiento es todo aquello que no puede ser clasificado como ficción, información o deporte." (Guerrero, 2010:25)

Així doncs, l'entreteniment segons Guerrero es situa a un nivell pròxim a la definició de Prado d'*infoshow*; tot i que per a Guerrero no combina els macrogèneres de la informació i la ficció en la seva fórmula, si que el distingeix dels altres. La definició de Guerrero demostra una vegada més la dificultat de definir les fronteres entre gèneres i de classificar una tipologia de programes de característiques tan extenses.

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

Per la seva banda, Enric Violan (2008) fa una petita referència sobre l'*infoshow* esmentant que és un gènere sorgit arrel de la hibridació; els programes *infoshow* segons Violan són aquells programes informatius en el qual participa el públic, una definició que s'allunya força de la resta d'aproximacions al concepte. Destaca la seva exposició sobre la hibridació de continguts, als quals atribueix la seva proliferació arrel de l'aparició dels *reality shows*, gènere base que ha provocat el sorgiment de la resta de gèneres entre els que es troba l'*infoshow*. Aquests són els responsables de la unió de gèneres, abans separats degut a les seves diferències:

“En els anys noranta van esclatar les tradicionals divisions dels gèneres audiovisuals i es va produir una refundació de conceptes, una mena de “mestissatge” audiovisual en el qual es van barrejar conceptes, aparentment antagònics com la realitat i la ficció o el telenovela i el documetal” (Violan citant Josep M. Baget i Herms, 2008:35).

Després d'haver vist els diferents conceptes dels autors davant la tipologia de programes *infoshow*/telerealtat, des del punt de vista d'aquest treball s'aposta per les aproximacions dels estudis de Prado, encara que aquest autor entengui la telerealtat com a sinònim d'*infoshow*. El terme telerealtat sembla englobar menys dimensions que no pas l'*infoshow*, segons com l'ha definit Prado. El concepte telerealtat ofereix una definició perceptiva només amb el seu nom. Es pot interpretar com a un gènere que mostra els fets que ocorren a persones reals, en contraposició al gènere de la ficció, el qual es basa en els fets de personatges ficticis creats per guionistes i interpretats per actors. Sembla haver esdevingut un gènere de no-ficció tractat de manera espectacular, mentre que l'*infoshow* no només aporta aquests continguts sinó que en crea de nous derivats de la informació fins a l'entreteniment, per això es designat com a macrogènere. Crea noves tipologies de programes com per exemple el magazine o programes contenidor pel que respecta a la informació, i obre un ampli ventall de formats sorgits de la hibridació, trencant totes les barreres que els gèneres televisius tenien.

2.3. Característiques

En aquest apartat es fa referència a les diferents aproximacions dels autors sobre les característiques que conformen el concepte *infoshow*.

Per a Prado (1999:9), l'*infoshow* crea un tipus de contingut on tot s'espectacularitza i ofereix com a protagonistes persones corrents. Aquestes relaten les seves històries personals a la televisió, designat segons l'autor com “el regne dels qualsevol”. Es tracta d'un macrogènere apreciat per motius econòmics, ja que és menys costos de produir que no pas una ficció, i obté

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

resultats igual d'alts, raó per la qual surt molt més rentable apostar per ell. Però el més destacat de l'*infoshow* és la seva capacitat per guanyar-se a l'audiència gràcies a la mostra de situacions quotidianes en les quals els espectadors s'identifiquen. Empra "elements dels gèneres de la informació, la ficció i l'entreteniment, els combina en diferents dosis i obté com a resultat noves fórmules d'espectacularització de la realitat" .

Un dels elements que més destaca Prado (et.al. 1999:200) d'aquest programes és la presència d'un presentador, el qual té un paper conductor i deliberant en la presa de decisions; és l'encarregat de portar el discurs i pes del programa, qui "dóna una identitat única a l'emissió, que crea una atmosfera d'interpel·lació i fidelitza a l'audiència" de manera que la manté atenta durant tota la durada del programa.

Mariño i Monclús (2009:79-83) apunten que es combinen les fórmules de concurs i espai de convivència, i es caracteritza per l'aprenentatge i assessorament que reben uns participants anònims. Durant el procés l'audiència té un rol capital i és determinant pel desenvolupament dels programes, a més de què produeix grans beneficis econòmics degut a les diferents fonts d'ingressos que els proporciona (trucades telefòniques, SMS, *merchandising*...).

Garcia Avilés (1999:253) també destaca de l'*infoshow* que es nodreix dels elements d'autenticitat, de versemblança i veracitat, els quals són característiques de la gent comú i les seves històries.

Wenceslao Castañares (2003:128) també menciona les característiques dels *infoshows* coincidint amb els anteriors autors com que es reflecteix la realitat, es mesclen elements ficticis i reals i els personatges que intervenen són persones quotidianes. Però també afegeix altres com la importància de la conversa, la qual qualifica d'ingredient fonamental en aquest gènere; l'hiperealisme amb que es tracten els personatges, la sentimentalitat i l'espectacularització de la intimitat.

Arturo González (2009:50) creu que "la seva principal característica és que parteix de la realitat, de la mà principalment d'un conjunt de subjectes anònims però amb un tractament espectacularitzat de les relacions personals que els allunya d'aquella i els converteix en una construcció social i mediàtica no exempta de valors i ideologia. En aquest sentit, a partir de fets reals es construeix un relat, verbal i icònic, amb alt grau d'espectacularització – absència d'intimitat, hipermotivitat, dramatisme, dolor, violència i sensacionalisme – en el que la gent comú cobra protagonisme de molts diversos modes" .

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

Si es centra l'atenció en les característiques de la telerealitat es pot observar com la gran majoria d'autors coincideixen en què comparteix els elements bàsics amb l'*infoshow*. López (2010:22-23) la caracteritza de manera clara i sintètica; la telerealitat mostra una sèrie de fets que, estrictament, no es poden incloure dins de les categories de realitat i ficció, sinó que són la manifestació d'una nova forma de ser, l'anomenada hipertelevisió. Les accions dels personatges convidats solen basar-se en mostrar públicament fets relacionats amb la seva vida privada i exigeix la col·laboració de persones no professionals del mitjà per a poder reforçar la interactivitat entre la televisió i l'espectador. És a dir, la intenció es promoure una democràcia televisiva, on qualsevol pot accedir al programa, així com veure, manifestar, votar i per tant, sentir-se partícip d'aquesta interactivitat.

“Estos programas son más baratos que los programas de ficción, y pueden obtener unas audiencias igual o mayor. (...) Es una fórmula que, más allá de la ficción y del documental, examina el comportamiento humano bajo las cámaras, en tiempo real y sin descuidar el entretenimiento y el espectáculo. Su corta historia es la historia de éxitos sin precedentes, de polémicas interminables y de un impacto social que pocas veces se han conseguido la televisión.” (López, 2010:23).

10

Sobre els personatges, López (2010:179) considera que el “subjecte anònim es converteix en estrella perquè una de les funcions dels mitjans de comunicació es atorgar estatus”.

Penzhorn i Pitout fan una classificació de característiques més breu però igual de vàlida; exposen que la *reality TV* es basa en quatre grans característiques: (1) està enfocada a gent comuna, (2) el voyeurisme com a motor de tots els programes, (3) la participació de l'audiència com a constructor del camí dels programes i (4) la presumpció que el que està passant en els programes és la simulació de la vida real (Lorenzo-Dus i Garcés-Conejos Blitvich citant a Penzhorn i Pitout, 2013:14-15).

En contraposició al primer punt dels autors anteriors, Booner argumenta que els programes de *reality TV* no estan centrats en persones corrents, sinó que aquestes destaquen per sortir d'allò considerat “ordinari”. D'aquesta manera provoquen situacions que passen de ser ordinàries a ser espectacularitzades (Lorenzo-Dus i Garcés-Conejos Blitvich citant a Bonner, 2013:17).

I seguint el que Booner anuncia, Lorenzo-Dus i Garcés-Conejos (2013:17) destaquen que el que busca la *reality TV* no és gent corrent, sinó gent disposada a obrir les portes de la seva vida mostrar-ho tot de manera polèmica:

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

The key moments in reality TV are those when participants display their “real authentic” selves (Turner, 2010). Often, those moments are associated with the display of raw emotions (Grindstaff, 2003). Not surprisingly, “negative” emotions - such as anger, frustration, etc. - related to conflict and linguistic aggression have become a staple of RTV (Lorenzo-Dus 2008, 2009). Linguistic aggressiveness has been linked to both the construction and maintenance of identities (Garcés-Conejos Blitvich 2009, 2010) (...) this we believe, is another key feature of reality TV.

De les característiques esmentades, moltes coincideixen amb Guerrero (2010:129) aplicades al concepte de l'entreteniment, el qual segons basa la seva fórmula en: l'espectacularitat en presentació, realització i aspectes d'escenografia, amb grues, connexions en directe, grans pantalles, etc; es recorre a grans efectes digitals, amb tècniques lumíniques i moviments de càmera que atorguen un gran dinamisme; la hibridació de diferents gèneres i una gran complexitat de formats; l'audiència és l'estrella, participa en el programa i inclús el pot arribar a protagonitzar; i per últim la realitat, la qual es converteix en espectacle televisiu.

Prenent com a referències totes aquestes característiques esmentades, aquest estudi considerarà *infoshow* tots aquells programes que:

- (1) La base del programa sigui l'ESPECTACULARITAT com a unitat de programa, on es portin a terme situacions al límit i amb una apel·lació contínua als sentiments tant de les persones del programa com dels espectadors (situacions emocionants, tenses, de pena, etc.) (Prado et.al., 1999; Castañares, 2003; González, 2009).
- (2) El protagonista és la persona normal, aquell qui no acostuma a sortir a la televisió, i relata l'experiència personal al llarg de la seva vida, sigui d'una forma o altra (Prado, 1999; Garcia,1999).
- (3) Gran capacitat d'atraure a grans audiències, ja que gràcies a la seva estructura es crea una fidelització al llarg de la trajectòria del programa que fa que l'espectador es senti reflectit i empàtic cara al que està veient (López, 2010).
- (4) Programa econòmicament rentable, amb uns costos inferiors a la producció de ficció però amb grans beneficis degut a la dependència que té amb l'audiència (Mariño i Monclús, 2009).
- (5) Figura del presentador com a referència del programa, qui porta el pes de tots els continguts que s'aporten en ell (Prado et.al., 1999).

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

2.4. *Classificacions*

Un cop vistes les característiques del macrogènere *infoshow* a continuació s'exposarà quines classificacions s'estableixen i quins gèneres el conformen.

En els inicis dels seus estudis, Prado (et.al. 1999:199) categoritzava l'*infoshow* com a macrogènere del qual en derivaven només tres gèneres:

- El debat, programes ja consolidats a les graelles televisives, però que amb l'arribada de l'*infoshow* van introduir noves característiques, com la presència de públic als platós, o escenaris més espectaculars.
- El *talk show*, el qual també emprà noves estratègies com el desenvolupament argumental del programa i el presentador com a conductor absolut.
- El *reality show* el qual és un gènere que es consolida amb l'arribada de l'*infoshow*. Aquest espectacularitza allò quotidià i exhibeix emocions. El públic i el protagonisme per a la gent corrent és la base d'aquest gènere.

Més endavant, i juntament amb Delgado (2010), va establir una nova classificació per a l'*infoshow* molt més extensa; ambdós estableixen un primer nivell on es troba la informació, la ficció, l'*infoshow*, els esports, el *show*, el concurs, l'infantil, el juvenil, els educatius, els religiosos i les varietats, designats com a macrogèneres. De les característiques principals d'aquests en deriva per cadascun un segon nivell, on es troben els gèneres. En el cas de l'*infoshow* preval la hibridació entre les diferents característiques que el defineixen, a la vegada que es mesclen les pròpies característiques dels gèneres entre ells. El resultat és el sorgiment continu de nous gèneres que trenquen les barreres sota les quals aparentment no es podien combinar determinades característiques.

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

Taula 1: Distribució dels gèneres de l'*infoshow*

MACROGÈNERE	GÈNERES
INFOSHOW	Sàtira d'actualitat
	Debat
	Chat
	Docudrama
	<i>Docusoap</i>
	Docusèrie
	<i>Docucomedy</i>
	Entrevista
	<i>Reality game</i>
	<i>Reality show</i>
	<i>Talk show</i>
	Tribunal catòdic

Font: Elaboració pròpia a partir de *La televisión generalista digital* de Prado i Delgado (2010:3)

Pel que fa la telerealtat, León (2013:229) estableix tres tipologies de telerealtat en funció del tipus de format que s'empri: l'anomenat observador passiu, en el qual la càmera observa les actituds d'una persona o grup de manera passiva. En aquest tipus trobem els primers programes de càmera oculta, sense la interrelació amb un presentador o públic a plató. En segon lloc els programes de càmera oculta pròpiament dits, en els quals es graven persones que no saben que estan sent filmades, i on es fingeixen situacions que provoquin reaccions a les persones filmades per tal d'entretenir l'audiència. I per últim els concursos de telerealtat, altrament dits *reality show*, en els quals un grup de persones són tancats i competeixen per un premi mentre són observats contínuament per les càmeres, tenint constància en tot moment de què són vigilats.

López estableix també una classificació de models segons la hibridació de gèneres en la telerealtat:

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

Taula 2. Models de telerealitat segons López

MODEL	DEFINICIÓ	EXEMPLE
SUPERVIVÈNCIA	Un grup heterogeni de persones es portat a un espai precari en el qual hauran d'esdevenir autosuficients i ser capaços de competir per a obtenir productes elementals.	Supervivientes
TANCAMENT	Grup de persones que han de conviure durant cert temps en una casa formant aliances i intrigues per tal de no ser expulsats a través dels vots dels espectadors.	Gran Hermano
ACADEMIA ARTÍSTICA	Un grup d'aspirants a artistes (cantants, ballarins...) són seleccionats per a entrar a una acadèmia i són ensenyats i posats a prova setmana rere setmana, en les quals han de demostrar la seva habilitat i són jutjats per un jurat i els espectadors.	Operación Triunfo
SOLTER	Un home o dona solter/a ha d'escollir entre un grup de pretendents/tes. El/La solter/a és qui decideix la continuïtat dels participants.	Un principe para Corina
TOP MODELS	Grup de noies que concuren per a tenir un contracte professional com a models.	Supermodelo
RECERCA DE FEINA	Grup de participants es sotmeten a les normes dictades per un empresari a canvi d'obtenir una feina per a treballar en una de les seves empreses	
AUTOBIOGRÀFIC	Persones famoses obren les portes del seu dia a dia perquè les càmeres puguin gravar-ho tot.	Alaska y Mario
ESTRATEGIA	Els concursants s'eliminen entre ells mitjançant estratègies del joc	El traïdor
CANVI DE IMATGE	Les persones que hi participen són sotmeses a operacions estètiques, a canvis del seu aspecte o a reformes del seu habitatge.	Esta casa és una ruïna
SHOW	Els concursants han de realitzar diferents proves davant un jurat i un públic	
MILLORA DE SALUT	Un grup de persones ha de realitzar diferents proves i indicacions per a millorar la salut.	
ART	Es mostren ballarins professionals del gremi i famosos demostrant tot tipus d'arts	Mira quién baila.
GUAPOS I INTEL·LIGENTS	Els concursants han de demostrar que els guapos també poden ser intel·ligents i a la inversa.	

Font: Elaboració pròpia a partir de *Gran Hermano: ¿Y ahora qué?* de Elisabeth López (2010:191-196).

Seguint amb el que anteriorment s'ha comentat, altres autors que no empren els estudis sobre *l'infoshow*, però designen termes que s'aproximen considerablement al que designa, han realitzat altres categoritzacions per a estudis d'altres gèneres.

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

En el cas de Guerrero, estableix els següents macrogèneres: la informació, la ficció, l'entreteniment i els esports. L'autor considera gèneres de l'entreteniment el *reality show*, el musical, magazine rosa, magazine, *late show*, infantil, humor, docushow, docusèrie, concurs i el *talk show* (2010:229).

Taula 3. Macrogèneres segons Prado i segons Guerrero.

PRADO	GUERRERO
MACROGÈNERE	
<i>INFOSHOW</i>	ENTRETENIMENT
GÈNERES	
Sàtira d'actualitat	Musical
Debat	Magazine rosa
Chat	Magazine,
Docudrama	Docushow
<i>Docusoap</i>	<i>Late show</i>
Docusèrie	Docusèrie
<i>Docucomedy</i>	Concurs
Entrevista	Infantil
<i>Reality game</i>	Humor
<i>Reality show</i>	<i>Reality Show</i>
<i>Talk show</i>	<i>Talk show</i>
Tribunal catòdic	

Font: Elaboració pròpia a partir de la classificació de Prado (2010) i Guerrero (2010)

En el cas d'aquests dos autors, com es pot comprovar a la taula només coincideixen en tres gèneres: la docusèrie, el *reality show* i el *talk show*.

Però l'aportació més curiosa ve donada per Lorenzo-Dus i Garcés-Conejos (2013:15) les quals destaquen que no és possible definir totes les tipologies de la *reality TV*, ja que en el moment en què es dóna nom a un gènere, s'acaba formant un de nou fruit de la hibridació de continguts. Destaca els ja formats *dating shows*, *talent shows*, *gamedocs*, *docudramas* i *makeover shows*, els quals tot i haver partit d'unes mateixes directrius s'han diferenciat dels uns als altres i han estat categoritzats com a nous gèneres i/o formats.

"The different format types of RTV have evolved into different genres (among others, health makeover shows, dating shows, talent shows, gamedocs, docudramas), which have different communicative purposes, although sharing the overarching goal of entertaining the audience, and different move structure, which are, in turn, realized by different sets of rhetorical strategies. What is

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

more, although fluctuating and exhibiting a high degree of hybridity, they are now recognizable and categorized as members of different format types, or genres in our terminology."

Aquesta última aportació és potser la més encertada a l'hora de classificar la tipologia d'*infoshow*, ja que és un macrogènere que sempre està en constant evolució i no sembla que les seves fronteres tinguin fi a l'hora de crear i hibridar nous formats. Tot i així, si s'ha d'estipular una classificació, aquest treball prendrà de referència un cop més els estudis de Prado, ja que són els que aporten gèneres més extensos i engloben més realitats.

2.5. De què ha servit

Per a Prado i Delgado (2010:10-11), l'*infoshow* és el macrogènere que més creixement ha experimentat en els últims anys en la televisió. Al ser fruit de la hibridació entre informació i ficció, "es converteix en el motor de la innovació en els gèneres i formats televisius i en el camp de experimentació i modernització". Ha estat capaç de prendre les característiques d'altres macrogèneres i afegir-les als nous gèneres, com és el cas del *reality game*, el qual pren el patró del concurs per a crear un gènere on combina la competició amb l'espectacle.

Erhenberg, per la seva banda, creu que amb la proliferació de programes d'aquest gènere s'han posat en relleu tres aspectes fonamentals: per una banda la promoció del valor de l'exemple. Es tracta d'una manera en què les persones corrents són capaces d'aparèixer en la televisió i inclús relatar les seves experiències o esforçar-se per aconseguir una meta; apareixen els herois de la televisió fora de l'àmbit de la ficció, on les persones corrents són protagonistes i s'exposen a l'opinió pública d'igual manera que una persona famosa. I per últim destaca que és la pròpia televisió la que hauria d'haver posat sobre la taula els problemes quotidians, però que per no mostrar allò considerat tabú o generant de polèmica no s'havia pres la llicència de emetre certs continguts. Ara, amb la proliferació d'aquests programes, proposa un nou contingut on es mostren aquells assumptes fins ara no tractats de manera pública i inclús en alguns casos, intentant donar una solució (Hernández Díaz citant Erhenberg, 2008:44-45).

Per a Huff (2006:25), la principal conseqüència de la proliferació dels programes de gènere *infoshow* és la pèrdua de l'hegemonia al *prime time* de les ficcions. L'espectador també evoluciona i s'acostuma a veure gent corrent a la televisió, on el que importa no és si el que es diu és real o no, sinó que el més important és crear un espectacle divertit ple d'emocions.

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

López (2010:24) destaca que els programes sorgits de la telerealtat han estat capaços de dinamitzar les graelles de programació, de manera que la televisió deixa de ser domini de la ficció i la informació. A més a més, ha servit per recuperar el directe com a senya identificadora de la televisió, ja que en el moment en què va aparèixer va ser la característica més destacada i el que la distingeix d'altres mitjans de comunicació.

Lorenzo-Dus i Garcés-Conejos volen destacar que la *reality TV*, tot i ser durament criticada tant pels experts com per l'audiència, es tracta d'una televisió que ha sabut cobrir les necessitats de la gent. Nabi (2007) aplica la teoria dels "usos i les gratificacions" per a determinar el perquè la gent segueix veient aquesta televisió, de manera que la *reality TV* serviria per a cobrir les necessitats de l'audiència com per exemple saciar el sentiment voyeurista o sentir-se vinculat emocionalment amb allò que està veient (Lorenzo-Dus i Garcés-Conejos Blitvich citant a Nabi, 2013:201).

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

3. OBJECTE D'ESTUDI

Tal com s'ha exposat a l'apartat del marc teòric, *l'infoshow* és un macrogènere que va proliferar a la dècada dels noranta i finalment es va consolidar a la primera dècada del segle XXI. A partir del 2000, el gènere pateix una sèrie de canvis que implica l'exageració de les característiques ja existents, de manera que s'amplien les fronteres entre gèneres i apareixen els primers símptomes d'hibridació (Gordillo, 2009:13). És amb l'arribada de nous formats, com és el cas de **Survivor** o **Big Brother**, que la televisió va més enllà de la programació habitual i inicia una tendència en la que apareixen formats mai abans presentats que aconsegueixen captar una audiència massiva disposada a ser fidel al que està veient (Lochard i Soulez, 2005:108).

A mesura que avançava la dècada, les televisions ja havien explotat totes les fórmules d'èxit cara a l'audiència i es va entrar en un espiral de repetició de continguts. Els programes que ja existien es realitzaven anualment, de manera que cada any gaudia d'una edició, sovint ampliada respecte a la primera degut a l'èxit. Per contra, en el joc de la contraprogramació sorgien formats calcats dels originals però amb un canvi de nom i d'imatge, juntament amb un parell de noves directrius i en una cadena contrària a la que emetia originalment (Cáceres, 2000:279). Tot això va provocar que l'audiència es cansés d'aquests programes i que els resultats obtinguts en les primeres temporades disminuïssin considerablement (Lacalle, 2001:57).

Més endavant, i quan aquest efecte va començar a ser latent en l'actualitat de la televisió, es va iniciar una recerca per a estrenar formats encara mai creats, si bé la base partia dels ja existents. Es així com van sorgir nous formats de gran ressò mundial com el cas de **The Voice**, programa amb origen holandès que va aconseguir reformular els patrons establers dels *talent shows*.

Aquí a Espanya, la cadena que més continguts *infoshow* ha emès al llarg de la dècada del 2000 ha estat Telecinco (Guerrero, 2010:350). Des de l'estrena aquell mateix any de **Gran Hermano**, programa amb el que va aconseguir una quota de pantalla mitjana de 51,16%, la cadena ha seguit programant grans formats d'èxit internacional com ara **Supervivientes** o **Operación Triunfo**. Tot i no programar-ne sempre amb bons resultats, part de la seva graella de programació ha estat dedicada a aquest macrogènere. La més recent adquisició abans comentada, **La Voz**, li ha suposat un gran èxit després del desgast dels últims anys, aconseguint una quota d'audiència mitjana de 33,90%, un resultat destacable tenint en compte els canvis en el panorama televisiu (la proliferació de nous canals, els inicis de la TDT i la diversitat de l'oferta davant l'aparició de canals temàtics).

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

En definitiva, el que pretén aquest treball és analitzar els programes *infoshow* amb profunditat de la cadena de Mediaset, ja que aquests semblen ser el seu signe d'identitat. Aquesta, aparentment basa la majoria dels seus continguts des de fa molts anys en aquests programes, i la fórmula sembla que li ha funcionat fins ara.

Aquest treball parteix de la hipòtesi que l'èxit de Telecinco rau en bona part en l'explotació d'aquests formats i en com s'ha comentat anteriorment, en la repetició de fórmules d'èxit d'audiència. Són programes que porten l'etiqueta de garantia per a la cadena, la qual des de 1990 ha patit diferents canvis en la seva línia editorial i sembla haver trobat una fórmula que li garanteix bons resultats d'audiència (Artero, 2007). Per aquest motiu s'ha decidit estudiar dos dels programes més importants en la trajectòria de Telecinco del macrogènere *infoshow*, els esmentats **Gran Hermano**³ i **La Voz**⁴, els quals són separats per 11 anys de diferència respecte les seves primeres edicions.

³ El programa **Gran Hermano** es tractat amb profunditat al punt 9, pàg. 56.

⁴ El programa **La Voz** es tractat amb profunditat al punt 10, pàg. 59.

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

4. OBJECTIUS

Aquest treball està centrat en conèixer el creixement dels programes *infoshow* i la seva consolidació com a programes de gran audiència. L'objectiu principal és centrar el cas en Telecinco, exemple de cadena que dedica gran part de la seva programació a aquesta tipologia de programes. De manera que l'objectiu principal és esbrinar quina ha estat l'evolució dels programes *infoshow* a Telecinco i saber quins han estat els factors determinants que han pogut provocar la reacció positiva per part de l'audiència.

Altres objectius que persegueix aquest treball són conèixer quina ha estat la presència d'aquest gènere al llarg de la història de Telecinco. La cadena ha tingut un total de tres canvis de línia editorial, tantes com consellers delegats ha tingut, i l'últim rumb que ha pres amb Paolo Vasile sembla ser el més encertat pel que correspon a les audiències.

Un altre objectiu és seleccionar dos dels programes més importants d'aquest gènere per a la cadena des de l'inici de l'era Vasile fins ara i establir una comparació entre ells. És important que hi hagi una separació d'anys entre ells, de manera que les característiques del programa hagin pogut evolucionar cap a una direcció o per el contrari, que s'hagi mantingut l'essència de l'*infoshow* en ells. Per aquest motiu s'ha escollit **Gran Hermano** (2000) i **La Voz** (2012), programes de gran repercussió i índex d'audiència.

20

Amb aquests programes es realitzarà un anàlisi amb profunditat a través del qual es podran conèixer les fórmules i estratègies que s'han utilitzat amb ells. Un cop analitzats, es posaran en relleu aquelles característiques que tinguin en comú, i aquelles altres que els diferencien i el fan únics. A partir d'aquestes característiques s'intentarà esbrinar quins són els "pilars" que Telecinco ha considerat necessaris en un programa *infoshow* a l'hora de programar-lo a la seva graella.

Per altra banda, el treball també pretén conèixer a l'audiència de Telecinco i saber quins han estat els resultats d'ambdós programes per així esbrinar quin ha estat el grau d'èxit que ha obtingut.

I per últim, aquest estudi vol servir per a saber si el model que està emprant Telecinco centrant l'atenció en aquests programes és encara vàlid, i si li segueix proporcionant beneficis; o bé per el contrari, si la fórmula s'ha oxidat i la cadena està o hauria de fer un canvi de rumb respecte als continguts que emet.

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

5. PREGUNTES DE RECERCA

El treball parteix de la hipòtesi principal de què l'*infoshow* és font segura d'èxits d'audiència per a les cadenes de televisió, centrant el cas en la cadena Telecinco. A partir d'aquesta hipòtesi principal i dels objectius de l'apartat anterior, es desenvolupen les següents preguntes de recerca:

- Quina ha estat l'evolució de l'*infoshow* al llarg de la trajectòria de la cadena?
- Que ha aconseguit la línia editorial actual de la cadena i que la diferencia de la resta?
- Quina repercussió han tingut en la cadena els programes *infoshow*, més concretament **Gran Hermano** i **La Voz**?
- Quines són les característiques comunes entre aquests dos programes?
- Quins són aquells punts necessaris que han de tenir els programes *infoshow* perquè Telecinco consideri el programar-los?
- Quins resultats van obtenir els programes pel que fa l'audiència i quines conclusions en podem treure d'ells?
- És aquest model d'*infoshows* de Telecinco encara viable per atraure grans audiències?

Al llarg del treball s'intentaran donar una resposta vàlida a totes aquestes qüestions.

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

6. METODOLOGIA

La metodologia que s'utilitza en aquesta investigació consta en primer lloc d'un marc teòric d'anàlisi a partir de la revisió de literatura sobre el concepte d'*infoshow*. També s'estudia el context i la història de la cadena de televisió Telecinco a partir de fonts acadèmiques i periodístiques. Per la part empírica, s'ha procedit a un anàlisi de contingut, basat en una tècnica d'investigació sistemàtica, objectiva i quantitativa que analitza el contingut de qualsevol comunicació (Berelson i Lazaesfeld, 1948). Bardin (1996) ho defineix com “un conjunt de tècniques d'anàlisi de comunicacions tendent a obtenir indicadors (quantitatius o no) per procediments sistemàtics i objectius de descripció de contingut dels missatges, permetent la inferència de coneixements relatius a les condicions de producció/recepció (...) d'aquests missatges” (1996: 32).

Tenint aquestes definicions en compte, el més adequat per a sistematitzar el contingut dels programes per tal de fer-ne una comparació òptima, es prioritzaran una sèrie de elements per davant d'altres, al parer del treball, no tant rellevants per la investigació que s'até.

Gran Hermano actualment té catorze edicions emeses per Telecinco des del 2000 fins al 2013 (al 2003 es van realitzar dues edicions diferents), mentre que **La Voz** només compta amb tres edicions del 2012 fins al 2013. En ambdós casos no totes les edicions han seguit el mateix patró; mentre que **Gran Hermano** ha realitzat diverses edicions especials com **GH VIP** (amb famosos) o **GH: El reencuentro** (retrobament d'exconcursants dins la casa), en el cas de **La Voz**, tot i portar només tres anys en antena ja ha emès una edició especial de nens, amb **La Voz: Kids**.

Centrant l'atenció en l'anàlisi, s'ha optat per considerar només les primeres temporades d'ambdós programes. L'opció s'ha considerat d'aquesta manera degut a què la primera temporada és la novetat del format i ambdós programes van obtenir dades d'audiència considerables.

En una primera instància es va proposar l'anàlisi de tota la temporada sencera dels dos programes, però no es va comptar amb un impediment: en el cas de **Gran Hermano**, la primera temporada no s'ha trobat disponible ni en format web, ni en format vídeo o DVD. Únicament a la pàgina reproductor de vídeo mitele.com, on Telecinco penja tots els seus continguts, s'han trobat disponibles tant el primer com l'últim programa de la primera temporada. L'alternativa que s'havia plantejat era analitzar únicament quatre programes de cada, ja que tots dos programes tenen una estructura definida que es repeteix programa rere programa. En el cas de **Gran Hermano** es troben la gala inicial, les nominacions, les expulsions i la gala final. Pel que fa a

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

La Voz es divideix en les audicions a cegues, les batalles, les gales en directe i la final. Al estar limitat als episodis disponibles a la web es va optar per analitzar els dos programes i en el cas de *La Voz*, únicament els tres primers de les diferents categories i la final.

6.1. *Anàlisi i variables*

L'anàlisi s'ha decidit estructurar en tres parts diferents per tal d'obtenir un gruix de resultats suficients com per donar resposta a les qüestions plantejades. En aquests tres anàlisis s'ha necessitat la definició d'unes categories i variables que ajudin a efectuar "un conjunt de deduccions lògiques i justificables concernents a la font dels missatges presos en consideració" (Bardin, 1996: 32).

6.1.1. *Anàlisi I: Primera Temporada*

En aquest anàlisi es recopilarà informació sobre el total de programes que es van emetre en la primera temporada dels programes. Es considerarà com a categories el programa, el tipus d'emissió, la plataforma a través de la qual va ser emès, el dia en que es va emetre, l'hora, la durada total, el nombre d'espectadors que va obtenir i el *share*, mentre que es donaran com a resposta les següents variables.

- PRIMERA TEMPORADA

- Programa
- Plataforma (TV/Internet)
- Emissió (directe/diferit)
- Dia d'emissió (dd/mm/aaaa)
- Hora (*acces prime time – prime time – late time*)
- Durada (00:00:00)
- Espectadors (milions)
- Share (%)

6.1.2. *Anàlisi II: Estructura del programa*

Aquest anàlisi consistirà en minutar els sis programes de manera que es pugui esbrinar amb quina freqüència es canvia de tema i conseqüentment, com es distribueixen els continguts del programa. L'anàlisi s'estructura amb l'enumeració d'una situació com pot ser la benvinguda al programa per part del presentador o el visionat d'un VTR; l'acció que ocorre dins aquesta situació, on s'explica més detalladament en què consisteix; el temps restant i el temps parcial

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

del programa respecte a la durada total; l'espai on es desenvolupa l'acció; i finalment observacions destacables.

- ESTRUCTURA DEL PROGRAMA
 - Situació
 - Acció
 - Temps restant (00:00:00)
 - Temps parcial (00:00:00)
 - Espai (Plató/connexió en directe)
 - Observacions

6.1.3. Anàlisi III: Característiques del programa

El tercer anàlisi és potser el més important i és el què donarà les nocions sobre els continguts del programa. Part de les categories del tercer anàlisi han sorgit arran de les característiques comentades en el marc teòric sobre *l'infoshow*. Per altra banda, els altres dos anàlisis serviran per omplir aquest tercer, on es contempen diferents categories: per una banda, la realització del programa, on s'analitzaran els diferents espais que apareixen al programa. Dins d'aquests s'establiran els sets (en el cas de plató), les càmeres (tipus i nombre estimat de quantes s'han pogut identificar), nombre total de VTRs que s'han llançat, nombre de connexions en directe que s'han realitzat i (en cas de ser possible) nombre total de referències a la publicitat que s'hi pot trobar.

Una altra categoria a analitzar serà el presentador. S'identificarà el nom, el sexe, l'edat, l'espai en què desenvolupa la funció i el rol que té dins del programa. També es valorarà el tipus d'actitud (trets psicològics) que té davant les persones amb qui estableix una relació (en una primera instància seria amb l'audiència i els concursants, però es poden considerar més segons el programa). La categorització de l'actitud del presentador s'ha dut a terme segons els trets psicològics que ha considerat aquesta investigació davant la impossibilitat de trobar un autor que enuncies algun estudi sobre aquest aspecte.

Una tercera categoria serà l'audiència; s'analitzarà el total de referències que dins el programa es té cap a l'audiència, ja siguin informacions sobre les votacions que ha de realitzar com la mostra de percentatges durant les gales.

I per últim, la quarta categoria seran els moments de clímax que s'han donat al llarg de les diferents gales. Es contempen totes les situacions que s'hagin trobat en l'ANÀLISI II i es definirà

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

si han estat o no han estat un moment de clímax i en cas afirmatiu s'inclourà el total de moments en què aquella situació ho ha estat. Finalment es farà un recompte total.

- **CARACTERÍSTIQUES DEL PROGRAMA**
 - **Realització**
 - *Plató*
 - Sets
 - N°
 - Localització
 - Càmeres
 - Tipus
 - N°
 - VTR
 - Situació
 - Total
 - Total VTRs
 - Connexions en directe
 - Tipus
 - Total
 - Total connexions
 - Publicitat
 - Inserida
 - Talls
 - Total publicitat
 - *Altres espais*
 - Càmeres
 - Tipus
 - N°
 - **Presentador**
 - **Dades**
 - Nom
 - Edat
 - Sexe (home/dona)
 - Rol (conductor/suport)

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

- Espai (plató/altres)
- Actitud (trets psicològics)
 - Social
 - Simpàtic
 - Alegre
 - Respectuós
 - Amable
 - Divertit
 - Sensible
 - Serios
 - Atrevit
 - Arrogant
 - Agressiu
 - Pesat
 - Tímid
- Audiència
 - *Referències*
 - Informació de les votacions
 - Percentatges
 - Clímax
 - *Situació*
 - *Moments totals de clímax*

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

7. NOVES TENDÈNCIES EN UN ENTORN TELEVISIU CANVIANT: LA NEOTELEVISIÓ I LA HIPERTELEVISIÓ

Abans d'entrar en l'anàlisi de resultats, com aquesta investigació planteja un estudi sobre la televisió, Telecinco i els dos programes abans esmentats, s'ha cregut convenient a cercar informació sobre aquests aspectes.

La televisió ha evolucionat des del seu naixement en els anys 50; aquesta evolució es descriu en tres etapes ben diferenciades: la paleotelevisió, la neotelevisió i la hipertelevisió.

La primera fa referència als primers anys del desenvolupament de la televisió, i la seva principal característica es trobava en l'hegemonia dels canals públics en l'entorn europeu, i per una competència moderada entre les diferents *networks* americanes. Els continguts que més destacaven d'aquesta televisió eren els informatius, herència de la seva predecessora, la ràdio. Dins d'aquesta etapa, ben aviat van proliferar gèneres com la ficció, el qual trobava els seus antecedents en el teatre i el cinema, i els programes d'entreteniment, basats en la seva majoria en concursos de tipus *quiz*, espectacles musicals i magazines (Gordillo, 2009:12).

A finals del segle XX apareixen una sèrie de canvis a Europa que provoquen el naixement d'una nova etapa: la neotelevisió. L'entorn europeu dels anys 90 ve marcat per l'anomenada "desregulació", la qual va implicar la irrupció en la televisió del factor econòmic per davant del factor cultural abans establert. Les cadenes públiques deixen de ser un monopoli i s'obre la porta a les televisions privades; aquest nou mercat mix trenca la tendència aplicada fins llavors per les cadenes públiques on la televisió defensava la idea de "servei públic". El nou entorn televisiu es guia per la llei del mercat, és a dir, per l'obtenció de major benefici; demana la maximització de les audiències i indueix a una ampliació de l'oferta, de manera que els continguts s'homogeneïtzen i s'estableixen noves formes de fer televisió. Aquest canvi ve promogut per la necessitat d'un canvi d'estratègia de programació, imposada per l'augment de la nova oferta televisiva. A més, la desregulació provoca la transformació en els hàbits de consum televisiu i en el rol de la televisió. D'aquests factors s'extreuen dos resultats: per una banda, la desviació de les televisions de la programació convencional i la proliferació de programes *infoshow*. I en segon lloc, l'ús de tota mena d'estratègies per part de les televisions per aconseguir els majors resultats d'audiència sense tenir en compte els mitjans i els valors ètics (Prado, 1999:8).

En la neotelevisió, aquest tipus de programes van anar augmentant progressivament en les graelles europees, mentre que a EUA ja s'havien consolidat com a macrogènere juntament la

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

ficció i la informació. L'*infoshow* va començar a ser acceptat a Europa per la bona rebuda que va generar cap a les audiències, i no només era programat per les cadenes privades, sinó també per a les públiques (Prado, 1999:9).

La competència i l'ànsia pel lideratge de les cadenes difumina les fronteres entre els gèneres televisius existents (García Avilés, 2007:51) i es va produir una "simbiosi comunicativa", de manera que la tipologia de programes sorgits durant la neotelevisió no tenien unes diferències tan clares entre ells a nivell de continguts com els programes de la paleotelevisió (Cortés, 1999:149-150).

La situació d'obertura a favor de les cadenes privades provoca l'augment considerable de la competència televisiva. En el panorama espanyol, això es tradueix com la pèrdua de l'hegemonia de Televisió Espanyola en favor dels dos canals sorgits de l'assignació de canals televisius, Telecinco i Antena 3. Es va iniciar una lluita constant per aconseguir les millors audiències a través de la proposta de continguts de cadascuna, causa que va afectar a la programació espanyola i que va impulsar l'aparició de programes i formats on els elements predominants eren l'espectacularització i l'entreteniment (Ribés, 2005:2). Aquests nous formats ja no demanaven la presència de polítics, artistes i altres personalitats, sinó que cedeixen el lloc a l'individu quotidià i l'exhibició de la seva vida privada (Gordillo, 2009:12).

28

Una altra conseqüència de l'obertura de canals és l'aparició del fenomen de la contraprogramació, tècnica que empren les televisions per a programar continguts sense previ avís, i la repartició del pastís publicitari. La publicitat va ser l'element que més beneficis va aconseguir amb la desregulació, ja que amb l'entrada de les cadenes privades, la inversió en publicitat va créixer d'una manera desproporcionada. L'audiència va esdevenir qui decidia els continguts del mitjà a través dels resultats de cada programa, fins i tot en aquells programes que no perseguien grans resultats, com és el cas de la informació (Ribés, 2005:3).

Al inici del segle XXI apareix el fenomen conegut com a hipertelevisió, la qual té com a gran característica "l'extrema hibridació d'elements genèrics" i es caracteritza per "trencar les fronteres de la unitat de programa amb la dispersió de tota la graella d'elements d'algun format nou i per la convergència de la televisió amb altres mitjans de comunicació" (Gordillo & Ramírez Alvarado, 2009:26). La hibridació, la fragmentació del gènere i els nous formats s'encarreguen d'esborrar les línies divisòries, i la ficció, la telerealitat i l'*infoshow* segueixen sent els grans referents de les televisions (Gordillo, 2009:14).

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

La hipertelevisió és resultat de “l'exageració dels estils ja traçats , l'acumulació de les tendències generals i la culminació d'un procés iniciat als anys vuitanta, amb el sorgiment de la neotelevisió” (Gordillo, 2009:13). Suposa la convergència entre plataformes, de manera que televisió, Internet i telefonia mòbil conflueixen en una mateixa finestra per apropar els continguts a l'audiència. Les televisions confien amb un “programa estrella” que organitza el fluxe de continguts de la resta de la cadena i que aporta cohesió en una mateixa graella de programació. A més, es repeteixen fórmules que han tingut èxit, de manera que un programa pot arribar a tenir moltes temporades o que inspiři *spin-offs* per a la cadena. Els continguts (que segueixen sent de caire espectacular i/o sensacionalista) s'exploten de manera desmesurada i s'aprofiten per a emmarcar-los en un nou context per a aconseguir un programa diferent (Gordillo, 2009:15-19).

Dins d'aquest marc televisiu s'emplaça l'aparició de la TDT al 2010 i la proliferació de canals temàtics, locals... que provoquen una accentuació en la lluita per les audiències i una estratègia més agressiva per a aconseguir la major part del pastís publicitari (Bort Gual et.al, 2010:3).

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

8. CONTEXT HISTÒRIC DE TELECINCO

Per tal de conèixer més a fons la trajectòria de la cadena Telecinco, aquesta investigació ha cercat quina ha estat la seva evolució en l'entorn de la televisió espanyola, centrant especial atenció en els seus resultats d'audiència i els continguts que ha emès.

Un dels autors que més aportacions ha fet sobre aquesta cadena ha estat Juan Pablo Artero. L'autor ha realitzat diversos estudis on analitza la televisió espanyola i, més concretament, la cadena principal del grup Mediaset. Per tal d'elaborar un context històric ampli sobre Telecinco, aquest treball ha pres com a referència clara un dels seu estudis en el que fa un recorregut des del naixement de la cadena fins a l'any 2005; a més, l'autor aporta el desglossament de la cadena a partir de tres models d'estratègia diferents determinats per la figura del conseller delegat de la cadena.

Per a Artero (2007:8), el canvi de conseller delegat en la cadena ha estat determinant per a la línia editorial que aquesta ha pres durant els anys. I no només ha condicionat la seva programació, sinó també la seva estratègia dins del mercat televisiu espanyol.

“La investigación parte de la hipótesis de que Telecinco ha adoptado a lo largo de su historia tres modelos estratégicos a través de los cuales ha articulado su modo de competir en el mercado. (...) Telecinco desarrolló en cada uno de los quinquenios decisiones estratégicas en diferentes áreas que establecen diferencias y similitudes entre todos ellos. Las tres etapas demuestran qué, partiendo de una tradición empresarial común, (...) las estrategias adoptadas pueden resultar distintas”.

30

A través d'aquestes estratègies es revela que Telecinco “es l'empresa televisiva espanyola amb els millors resultats econòmics, estabilitats accionarial i nivells de professionalització” tenint en compte la seva joventut com a cadena de televisió en obert.

Telecinco va sorgir arran de l'aprovació del Consell de Ministres a l'any 1986 sobre l'existència de la televisió privada a Espanya. Més tard, al 1989, es van concedir tres noves llicències per a operadores privades de televisió, atorgades a Sogecable, Antena 3 i Telecinco (la primera per a emissions en codificat i les dues últimes per emissions en obert).

En un principi, l'accionariat de Telecinco l'anaven a conformar empreses espanyoles com el Grupo Anaya, la ONCE i Chocolates Trapa. Però al saber que Espanya s'iniciaria en el camp de la televisió privada, Silvio Berlusconi (director del grup italià Fininvest) va oferir-se com a accionista del projecte per tal de tenir presència a la televisió espanyola. En un principi era el

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

Grupo Anaya qui tenia el control de la societat, tot i haver repartit l'accionariat a parts iguals (25% per cadascú). Però es van iniciar una sèrie de disputes amb Fininvest que van acabar amb la sortida del grup espanyol de la societat i amb el control de l'empresa per part del grup italià:

“Las causas de las disputas residen en diferentes factores: Anaya pretendía lanzar una televisión en la que los contenidos informativos fueran los protagonistas. Esta idea chocaba radicalmente con la cultura corporativa de Fininvest, en la que primaba el concepto de la televisión como espectáculo. Por otro lado, Fininvest pretendía aplicar su modelo comercial importado de Italia” (Artero, 2007:14).

Berlusconi va designar a Miguel Durán (director de la ONCE) com a president de la cadena i Valerio Lazarov (responsable de *Canale Cinque* a Itàlia) com a conseller delegat.

Amb Lazarov (1990 – 1994) es va iniciar un model editorial basat en un referent clar: *Canale Cinque* del grup Fininvest. Aquest canal programava bàsicament programació d'entreteniment basada en grans espectacles i el cinema, encarat a un *target* familiar. Lazarov va traslladar aquesta línia editorial al nou canal, de manera que en els seus inicis, la programació de Telecinco consistia en programes d'espectacles (gales en directe, programes d'humor...) pel·lícules i sèries; el que escassejava més era la presència d'informatius, ja que en un inici la cadena no pensava comptar amb ells (Artero, 2007: 28-32).

31

Aquesta programació ve definida per la voluntat de Lazarov de voler diferenciar-se de la resta de cadenes públiques (TVE i TVE2) i d'Antena 3. La meitat de les emissions anaven destinades a la ficció de producció aliena i la resta es repartia entre els programes de varietats de producció pròpia i interna. Els informatius no existien als inicis de la cadena, però poc a poc la seva presència es va anar incrementant, tot i que el seu pes no era el mateix que la programació anteriorment esmentada. Telecinco configura la seva imatge a partir de la idea de que “sempre es una festa”, fet que provoca el cansament dels espectadors ràpidament. Per a Artero (2007:83) “la seva audiència habitual ja li cansava la conya diària de la cadena amiga, la festa permanentment als platós mentre que el país s'enfonsava en una crisi econòmica”.

Aquests continguts van acabar desapareixent de la graella de programació com a conseqüència de l'aparició de nous programes a les altres cadenes i la permanència de Telecinco als continguts dels inicis.

“El tiempo pasó. Apenas unos años después, el producto de Telecinco permanecía prácticamente inalterable. El resto de las cadenas fueron poniéndose al día y, con

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

ello, el toque italiano perdió el factor novedad. (...) La cadena fue centro permanente de la crítica especializada y este efecto negativo llegó al público. La aparición, en otros canales, de nuevos fenómenos acabaron por llevar a la cadena a la crisis.” (Artero, 2007:84).

Així doncs, al 1993 la cadena es va sumir en una crisi en el mateix any en què Antena 3 aconsegueix superar-la en dades d'audiència des del llançament conjunt d'ambdues cadenes.

El dia 3 de desembre de 1994, Lazarov es destituït i Maurizio Carlotti (1995-1999) el substitueix com a conseller delegat i director. Carlotti pertanyia al grup Fininvest i va ser l'encarregat de realitzar l'autoria interna de Telecinco al 1993 que conclouria amb el mal funcionament de la gestió de Lazarov davant la cadena.

En només dos anys es van renovar pràcticament tots els continguts de Telecinco. La nova identitat de la cadena es va conformar a partir d'una potenciació de l'àmbit informatiu i amb l'aposta per la ficció nacional de producció pròpia (Artero, 2007:110). Es van iniciar les emissions de les primeres expressions prèvies als *infoshows*, com **Esta Noche Cruzamos El Mississippí**, el qual va ser el primer *late show* a Espanya, i es va centrar la programació en una audiència que es desmarqués de la televisió feta espectacle, un *target* jove i urbà que s'identifiqués amb noves formes de fer televisió. A més a més, l'equip directiu va buscar una nova línia estratègica basada en maximitzar l'audiència a la vegada que es treien beneficis. Carlotti considerava que l'objectiu de Telecinco era esdevenir una empresa rentable, no basar la seva fórmula només en aconseguir molta audiència. Per això va prescindir d'emetre continguts esportius com el futbol, ja que aportava audiència però resultava molt car d'emetre. Per contra, va prioritzar l'emissió de ficcions nacionals de producció pròpia com **Medico de Familia** i nous programes d'entreteniment com **Esta noche cruzamos el Mississippí** (*late show*) o programes del cor com **¡Qué me dices!** (Artero, 2007:110-114).

Durant l'època de Mauricio Carlotti es va augmentar significativament la presència de informació a la graella de programació a la vegada que es propicia la ficció, tant pel que fa amb series nacionals i internacionals com la compra de paquets de pel·lícules comercials.

D'aquesta manera Telecinco va mantenir durant els anys una estabilitat de *share* amb tendència a augmentar menys al primer any, en el qual va perdre prop d'un punt i mig. Al 1996 va aconseguir mantenir-se per damunt dels vint punts de *share* i al 1997 s'igualaren els resultats entre les tres cadenes competidores principals (TVE, Antena 3 i Telecinco). La diferència entre

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

les tres televisions és, entre la primera (TVE) i la tercera (Telecinco), no més de cinc punts. (Artero, 2007:141).

Maurizio Carlotti va acabar cedint la posició de conseller delegat a Paolo Vasile a l'any 1999 per a més tard, al 2000, deixar la cadena per unir-se al grup editorial De Agostini. En la dècada dels 90 s'havia potenciat la presència de ficció i informació a la cadena, destinada a un *target* familiar a la vegada que buscava la complicitat amb una audiència més jove per tal d'atraure un *target* més comercial. Amb Paolo Vasile, i més concretament l'estrena del programa pioner dels *reality shows* **Gran Hermano**, s'inicia una llarga llista de programes d'un nou macrogènere sorgit de la hibridació, l'*infoshow*, que s'instal·larien a les graelles de les diferents cadenes generalistes, especialment les privades (Artero, 2007:185-198).

Amb l'arribada de Vasile a la cadena es van reduir els continguts de ficció d'un 40% de presència a un 20%. El mateix va passar amb la informació, la qual perd presència tot i que no en la mateixa mesura que la ficció. Per contra, l'*infoshow* escenifica un creixement important en pocs anys, passant d'una presència pràcticament nul·la a un 11% de presència en la programació de Telecinco (Artero, 2007:198). Durant els cinc primers anys de la gestió de Vasile aquest va ser el temps dedicat als diferents gèneres televisius a la graella de Telecinco:

33

Taula 4: Temps (%) de Telecinco (2000-2004) dedicat a cada gènere

	2000	2001	2002	2003	2004
INFORMACIÓ	21,9	24,3	22,7	20,3	19,5
FICCIÓ	39,8	36,3	29,0	24,7	20,7
VARIETATS	20,6	21,1	22,7	27,0	29,2
INFOSHOW	0,1	0,7	8,5	11,1	10,7
CONCURSOS	6,3	6,2	6,1	4,5	5,8
ESPORTS	0,7	1,0	0,5	0,4	1,0

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades d'Artero (2007:198).

Aquesta taula mostra com la cadena va reduir a la meitat l'emissió de ficció, va mantenir amb tendència a la baixa els informatius i va augmentar els continguts en *infoshows*. L'explicació d'aquesta tendència rau en diferents motius. Per una banda, l'èxit dels programes del macrogènere *infoshow* va provocar que molts dels seus continguts fossin traspassats a altres programes de varietats com els magazines de matí, sobretaula, tarda, *accés prime time* i *late night*. Les series de ficció deixen de ser el producte estrella i deixen pas als *reality shows*, els quals ocupen bona part de la programació, no només en els seus propis espais sinó en altres programes de la cadena. Un altre dels motius de l'augment de l'*infoshow* rau en el pressupost

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

dels programes. Realitzar *reality shows* suposa una reducció de costos considerable respecte al pressupost que necessita una ficció, per aquest motiu la cadena va optar per ampliar la presència d'aquests programes per tal de reduir costos i rendibilitzar els continguts. I per últim, la bona resposta que aquests programes van generar en l'audiència i la capacitat del gènere a fidelitzar-la. A causa de l'augment dels programes *infoshow*, el *target* de la cadena va passar "de ser un perfil més familiar (...) a un perfil més agressiu basat en la polèmica dels *realities* en el primer quinquenni del segle XXI" (Artero, 2007:200).

En una entrevista feta per Artero a Manuel Villanueva (director general de Telecinco), aquest va apuntar que el nou model de Telecinco estava basat en tres eixos diferents; un primer on la nova línia editorial volia potenciar el tractament de l'actualitat a través de programes en directe (magazines de matí i tarda amb múltiples connexions en directe que transmetessin la sensació d'"està passant"). El segon eix s'estipulava a partir de la importància de l'entreteniment en la cadena, configurat sobre la ficció pròpia i els continguts dels *realities*. Per a Villanueva, la televisió comercial "no té una obligació educativa, ni de culturitzar, el seu objectiu es fer companyia, i això comporta entretenir". I el tercer eix, molt lligat al segon, consistia en aprofitar els programes d'entreteniment per a crear una televisió viral en la qual trobem els continguts d'un mateix programa repartits en altres formats de la cadena.

34

"Todos los programas están conectados entre sí y comparten temas, tocando variaciones sobre un mismo asunto. La propia fuerza del reality favorece que explotemos su contenido en diferentes programas de la parrilla." **Manuel Villanueva, director general de Telecinco** (Artero, 2007: 201).

Amb l'arribada del *reality* es va implantar una nova manera de fer televisió a base d'exportar continguts d'un programa a altres de diferents franges horàries. Però no va ser l'únic canvi que va comportar a la cadena. També va suposar un augment de crítiques contràries als continguts que s'emetien. La cadena va fer front a polèmiques que els va portar a enfrontar-se amb polítics, mitjans de comunicació i institucions ciutadanes.

"Es verdad que las cadenas comerciales somos muy agresivas en los contenidos, porque vivimos de los resultados. Pero también es cierto que se distorsiona. Se ha magnificado el asunto de los niños, que en su mayoría ven televisión de adultos con adultos (...) Hay que hacer una televisión con escrúpulos pero sin prejuicios". **Manuel Villanueva, director general de Telecinco** (Artero, 2007:202).

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

El conseller delegat de Telecinco, Paolo Vasile, responia sobre la polèmica que generaven els seus continguts en un inici al·legant que “la televisió, des d’un punt de vista editorial, es dels qui la veuen. La corba de l’audiència està per damunt de les meves preocupacions. És el públic qui senyala el que vol tots els dies” (Artero, 2007: 203).

L’estratègia emprada amb **Gran Hermano** d’exportar el producte a altres programes de la graella es va emprar en altres formats similars com **Supervivientes**, **Popstars**, **Hotel Glam**, entre altres. **Gran Hermano** constava en la seva primera edició d’una emissió setmanal exclusiva pel programa en sí, i a més a més, es realitzaven resums diaris del que passava a la casa. Aquests s’emetien pel matí, la tarda o durant l’*accés prime time* en programes de varietats. La columna vertebral durant la primera edició va ser amb els programes **Dia a Dia** (matí), **Aquí hay Tomate** (sobretaula), **A Tu Lado** (tarda), **Pecado Original** (*accés prime time*) i **Crónicas Marcianas** (*late night*). Molts d’aquests programes van basar els seus propis continguts en tot allò que es podia destacar del programa. Una altra estratègia que aquests van emprar va ser el portar els concursants del programa als platós un cop eren expulsats i, en funció de la popularitat, eren cridats per a exercir de col·laboradors. Gràcies a aquest efecte es generen famosos de la pròpia cadena sortits d’aquests programes, a la vegada que es va renovar l’interès pels programes del cor (Artero, 2007:215).

35

La línia editorial de la cadena va patir un canvi important respecte als continguts i el tractament de temes abans considerats tabú com la mort, la violència o el sexe. Es va produir una sobreexplotació de continguts dels *infoshows* i formats *reality*, els quals van captar gran part de la graella de programació. Però pels responsables de Telecinco això formava part de l’evolució dels continguts televisius, es tractava “d’un cicle de renovació de la televisió contemporània” (Artero, 2007:217).

Gràcies al canvi de continguts, Telecinco va convertir-se en la segona cadena més vista a partir del 2000, fins que al 2004 esdevé líder d’audiència per primer cop. Es tracta d’un canvi històric, ja que TVE sempre havia mantingut el lideratge des dels quinze anys que s’havia iniciat la competència entre les tres cadenes generalistes.

Taula 5: Evolució de la quota de pantalla de les cadenes generalistes 2000-2004

	2000	2001	2002	2003	2004
TELECINCO	22,3	21,0	20,2	21,4	22,1
ANTENA 3	21,5	20,4	20,2	19,5	20,8
TVE – 1	24,5	24,8	24,7	23,4	21,4

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades d'Artero (2007:220).

Com es pot observar a la taula, totes tres mantenen una estreta diferència de punts durant els cinc anys, fins que al 2004 es produeix el canvi de líder. Antena 3 és la més perjudicada, ja que passa de ser la segona opció dels espectadors, a ser la tercera. El lideratge de Telecinco suposa un gran pas per a les televisions comercials privades, ja que TVE havia mantingut la seva hegemonia tot i la nova oferta televisiva sorgida als anys 90.

“Dos factores han determinado este resultado sorprendente: un ulterior crecimiento de Telecinco y la pérdida de cuota de TVE. Esta última circunstancia ha compensado en parte la recuperación de Antena 3, que venía de una situación complicada en lo referente a audiencias y a gestión. (...) Sin cambiar el modelo, confirmando la búsqueda de una audiencia sólida y fiel, hemos localizado los personajes, los formatos y los programas preferidos por el público para tejer la base de una televisión comercial: audiencias altas pero al mismo tempo homogéneas, indispensables para proporcionar a los clientes de nuestra parte comercial un servicio continuo de estabilidad y confianza.” Paolo Vasile, conseller delegat, sobre el lideratge de Telecinco (Artero, 2007: 221).

Taula 6: Perfil d'audiència televisiva de Telecinco segons el sexe

36

	Quota 2000	Quota 2001	Quota 2002	Quota 2003	Quota 2004
Homes	42,3	42,2	41,2	40,6	40,3
Dones	57,7	57,6	58,8	59,4	59,7

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades d'Artero (2007:221).

El perfil d'audiència respecte al sexe corresponia a un consum més gran per part de les dones per sobre dels homes, amb més de deu punts de diferència en el quinquenni del 2000. I aquesta tendència es va mantenir a la alta a mesura que passaven els anys.

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

Taula 7: Perfil d'audiència televisiva per grups d'edat de Telecinco (2000-2004)

	Quota 2000	Quota 2001	Quota 2002	Quota 2003	Quota 2004
4-9 anys	4,0	3,6	3,6	2,9	2,5
10-12 anys	2,9	2,5	2,4	1,8	1,7
13-15 anys	3,7	3,3	3,4	2,5	2,0
16-19 anys	5,8	5,5	5,3	3,9	3,7
20-24 anys	6,7	6,9	7,5	6,4	6,2
25-29 anys	6,9	7,4	7,9	8,2	8,0
30-34 anys	8,4	8,6	9,4	9,0	9,5
35-44 anys	15,5	16,3	16,5	17,5	17,8
45-54 anys	13,2	13,7	13,8	14,9	15,0
55-64 anys	12,5	12,2	11,8	12,8	12,9
65 anys o +	20,3	20,0	18,4	20,2	20,8

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades d'Artero (2007:221).

Pel que fa a l'edat, el perfil d'audiència de Telecinco es situava en els 35 anys cap amunt, especialment a persones de més de 65 anys, possiblement pel temps que aquest sector de la població pot dedicar-li a la televisió. Però la cadena també es capaç de captar un públic més jove, de manera que arriba a una audiència força diversificada.

“La respuesta favorable del público viene motivada por el acierto en la política de programación de la cadena y por el éxito de un modelo de hacer y entender el negocio televisivo y publicitario (...) Buscamos lo que más puede gustar, lo producimos en condiciones de rentabilidad, y sabemos dónde programarlo”

Alejandro Echevarría, director de Telecinco (Artero, 2007: 256).

Per a Massimo Musolino, director general de gestió de la cadena, aquesta resposta tant favorable per part de l'audiència cara a Telecinco rau en la innovació i la cerca de nous continguts i formats;

“Fuimos los primeros en ver la bajada de las películas americanas, descubrimos los realities, la Fórmula 1, las series americanas, la ficción española... hacemos un esfuerzo en términos de creatividad, innovación y actividad continua” (Artero, 2007: 257).

Telecinco tanca el 2004 com a líder d'audiència desbancant després de 15 anys de competència a TVE, i aconseguint el màxim benefici de la seva història (Artero, 2007: 257). Aquest era un dels objectius, sinó el més important, que la nova línia editorial de la cadena volia assolir; una de les bases de la cadena era ser competitiva a la vegada que diferent de la oferta pública, i va

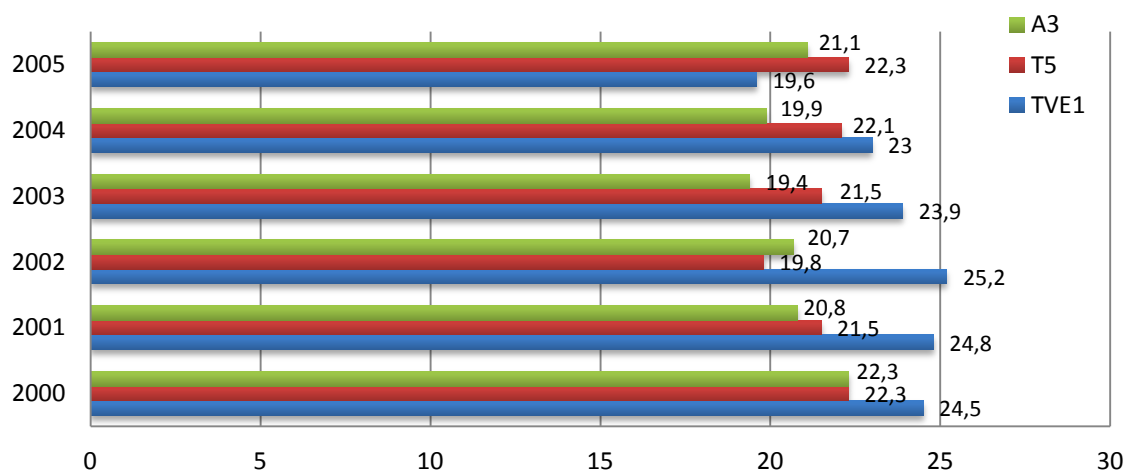
L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

posar molt d'èmfasis en la creació de nous espais d'entreteniment, herència de la seva predecessora italiana, amb especial cura de l'escenografia i aspectes formals dels programes (Artero, 2007:262).

Des de l'any 2000, doncs, aquests espais passen a ser programes de telerealtat, els quals atrauen a l'audiència a la vegada que generen l'efecte de televisió viral per primer cop. Com a conseqüència d'aquesta aposta, els programes de varietats i *infoshows* creixen d'un 20,7% en 2000 a un 39,2% en 2004 (Artero, 2007:267).

Per a les dades dels següents anys ha estat necessari recórrer a altres fonts, ja que Artero només analitza la cadena fins a l'any 2004. Al següent any es consolida com a líder d'audiència respecte a les seves competidores, però els resultats segueixen sent igual de propers entre unes i altres (Guerrero, 2010:132).

Gràfic 1: Evolució del share de les cadenes generalistes a les temporades 1999-2000 i 2004 i 2005



Font: Enrique Guerrero, *El entretenimiento en la televisión española* (2010:260)

Com es pot observar al gràfic, durant l'última temporada, la cadena es converteix en el canal que més programes vistos i assumeix el lideratge desbancant a TVE, amb un 22,3% de quota de pantalla.

La presència de programes d'entreteniment a l'any 2005 a la cadena augmenta de forma considerable, de manera que programa en la seva majoria gèneres com el *magazin*, el *reality show*, el *docushow* o *late show* (Guerrero, 2010:260).

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

Taula 8: Programes d'entreteniment més vistos (1996-2005)

Nº	Programa	Gènere	Cadena	Ràting	Share	Temporada
1	Gran Hermano	<i>Reality show</i>	Telecinco	21,6	49,3	99-00
2	Operación Triunfo	<i>Game show</i>	TVE 1	19,4	47,5	01-02
3	Cruzyraya.com	Humor	TVE 1	12,6	29,3	03-04
4	Estamos de vuelta	Humor	TVE 1	13,1	30,7	96-97
5	Entre Morancos y Omaíta	Humor	TVE 1	12,1	25,6	97-98
6	¡Mira quién baila!	<i>Game show</i>	TVE 1	11,1	28,3	04-05
7	Juanyjose.show	Humor	TVE 1	11,0	26,6	04-05
8	Sorpresa, sorpresa	Entreteniment	Antena 3	11,7	36,7	96-97
9	Triunfomanía	<i>Game show</i>	TVE 1	10,9	28,1	01-02
10	Gran Hermano VIP	<i>Reality show</i>	Telecinco	10,4	26,7	03-04

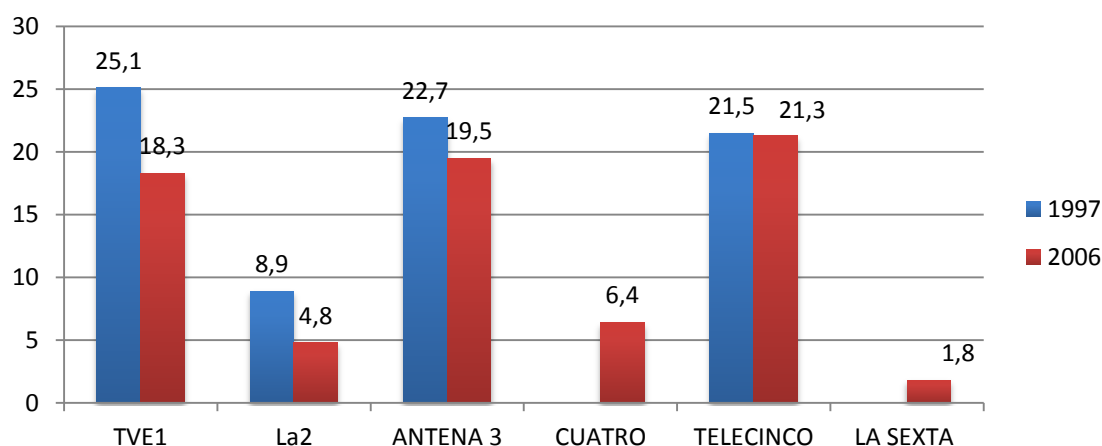
Font: Enrique Guerrero, *El entretenimiento en la televisión española* (2010:351-352)

Observant aquesta taula es veu com els formats *show* són els que més audiència congreguen, tot i ser els que més tard apareixen en el panorama televisius. **Gran Hermano** és el que millors resultats obté en la seva primera temporada a Telecinco.

Per a les dades del període 2006-2008 s'han aportat informacions pertinents als informes anuals realitzats per la UTECA (Unió de Televisions Comercials Associades). Al 2006 Telecinco repeteix lideratge davant la resta de cadenes:

39

Gràfic 2: Evolució de la quota de pantalla de les cadenes generalistes al 2006



Font: UTECA (2007:23)

En la taula s'observa com els resultats de Telecinco es mantenen estables en els nous anys de diferència, mentre que la resta de cadenes pateixen fortes baixades, especialment TVE. Apareixen noves cadenes competidores (Cuatro i La Sexta), tot i que els seus resultats no són igualables a les tres cadenes més importants.

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

Les dades d'UTECA també permeten saber el target segons sexe i edat dels televidents del 2006:

Taula 9: Target de les cadenes segons el sexe al 2006

Target	La1	La2	T5	A3	CUATRO	LA SEXTA
HOMES	18	5,7	19,2	17,9	6,7	2,4
DONES	19,6	4,2	23,9	19,5	6,1	1,3

Font: UTECA (2007:25)

En aquest cas Telecinco és qui guanya en ambdós sexes les audiències, amb resultats que es desmarquen de la resta de les cadenes competidores. Destaca especialment el resultat amb les dones, força superior respecte als homes.

Taula 10: Target segons les franges d'edat de les cadenes generalistes al 2006

Target	La1	La2	T5	A3	CUATRO	LA SEXTA
4 a 12	11,5	5,4	13,1	26	5,1	1,5
13 a 24	11	3,9	20,3	26,3	9	2,6
25 a 44	14,6	4,7	22,9	20,5	8,2	2,1
45 a 64	19,2	5	22,9	17,5	6	1,6
>64	26,1	5	19,4	16,2	3,8	1,3

Font: UTECA (2007:25)

En el cas de les franges per edat, Telecinco es queda el lideratge dels infants i de la franja adulta, mentre que Antena 3 lidera en joves i TVE en la tercera edat.

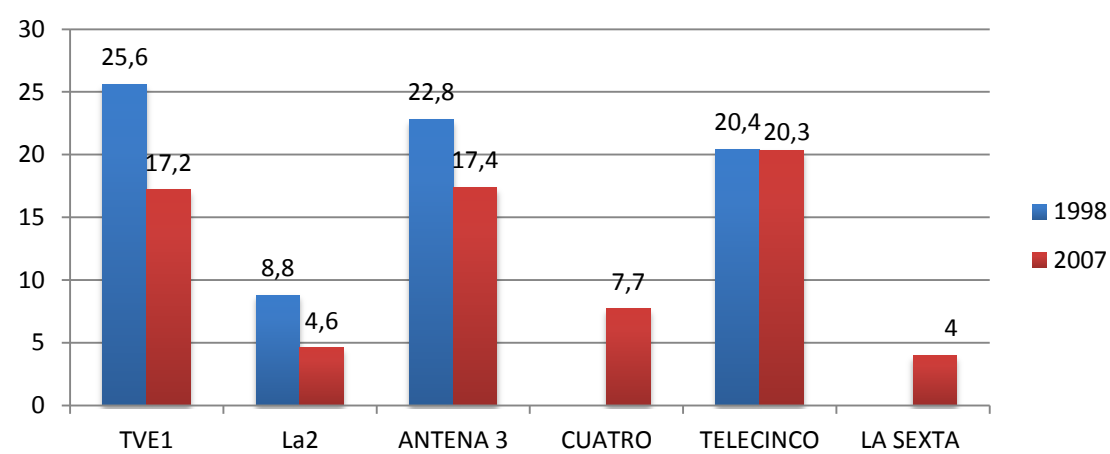
Telecinco destina la meitat dels seus continguts durant l'any 2006 als programes d'entreteniment, mentre que la ficció i la informació es reparteixen el 20% de la graella. La seva estratègia editorial es centra en els programes en directe, especialment en el *daytime* durant la setmana, i els caps de setmana la potenciació de la informació esportiva gràcies al mundial d'automobilisme. Gràcies a aquesta fórmula es converteix en líder d'audiència (UTECA, 2007:102).

Pel que fa al macrogènere *infoshow*, la cadena segueix apostant pel format *game show*, però el desgast d'aquests es fa evident amb els baixos resultats obtinguts respecte a anys anteriors. Per altra banda, la cadena també decideix apostar fort pels concursos, els quals són colocats com a transició horàries i semblen aconseguir resultats d'audiència destacables (UTECA, 2007:104-105).

A l'any 2007 la situació es manté i Telecinco es desmarca cada cop més de la competència:

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

Gràfic 3: Evolució de la quota de pantalla de les cadenes generalistes al 2007



Font: UTECA (2008:27)

Mentre que els resultats de Telecinco segueixen sent els mateixos respecte a nou anys anteriors, la resta de cadenes cada cop obtenen resultats més baixos, i la diferència amb la cadena de Mediaset es fa evident.

Taula 11: Target de les cadenes segons el sexe al 2007

Target	La1	La2	T5	A3	CUATRO	LA SEXTA
HOMES	17,1	5,3	17,9	16	7,9	1
DONES	18,4	4,1	23,2	17,7	7,3	1

Font: UTECA (2008:30)

Es repeteix el cas de l'any anterior i Telecinco segueix predominant en totes dues edats, probablement perquè la cadena s'assegura l'oferta que més atrau a tots dos sectors. El resultat dels homes, però, baixa dos punts respecte a l'any anterior a favor de la cadena CUATRO.

Taula 12: Target segons les franges d'edat de les cadenes generalistes al 2007

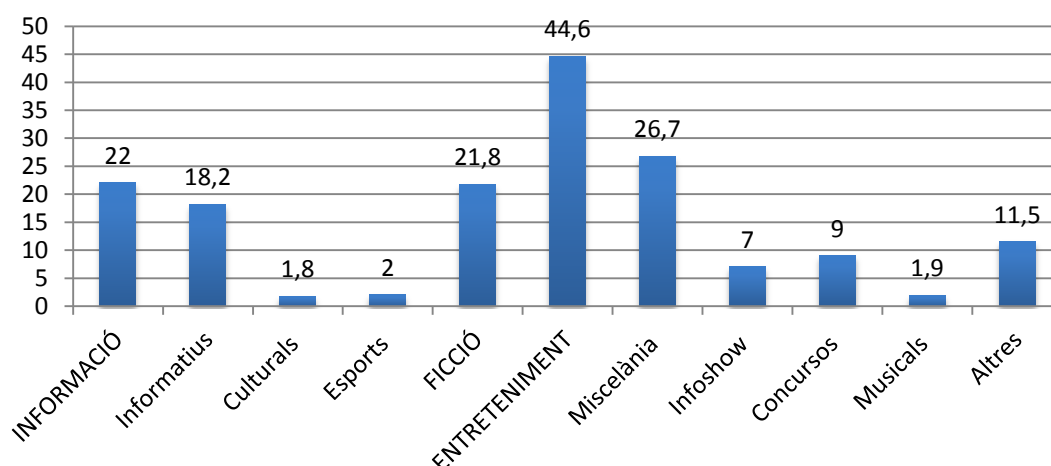
Target	La1	La2	T5	A3	CUATRO	LA SEXTA
4 a 12	10,2	5,2	13,1	22	8	1
13 a 24	10,1	3,6	19,8	22,7	10,9	1
25 a 44	13,3	4,6	21,8	17,7	9,7	1
45 a 64	18,1	4,8	21,9	16,2	7	1
>64	25,3	4,7	18,4	15,6	4,7	1

Font: UTECA (2008:32)

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

A l'any 2007 es canvien les tornes en el cas dels infants i Antena 3 aconsegueix una gran quota respecte a l'any anterior, quedant-se amb el target infantil i el juvenil. Es mantenen les franges adultes en el cas de Telecinco i la tercera edat per a TVE.

Gràfic 4: Percentatge de programació dedicat per Telecinco a cada gènere al 2007

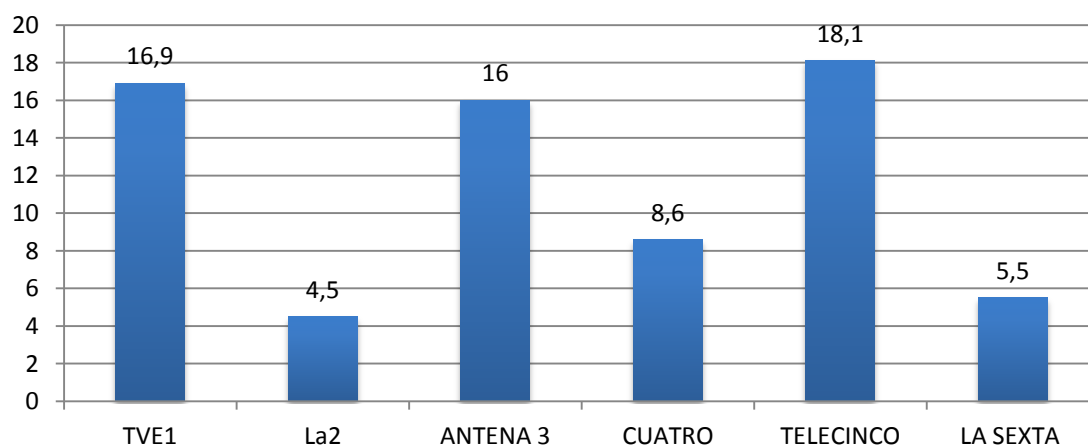


Font: Elaboració pròpia a partir dels informes de l'UTECA (2008:83)

Telecinco segueix dedicant la meitat de la seva programació a l'entreteniment mentre que la resta de la graella es reparteix entre ficció i informació. Els programes *infoshow* comencen a tendir a la baixa respecte als concursos, els quals es mantenen.

Per als resultats de 2008 va ser necessari recórrer als resultats que la pròpia cadena penja a la seva pàgina oficial, dins els informes de Responsabilitat Corporativa que publica anualment. Pel que fa a la quota de pantalla d'aquell any, aquests són els resultats:

Gràfic 5: Quota de pantalla de les cadenes generalistes al 2008



Font: Elaboració pròpia a partir dels informes de Responsabilitat Corporativa de Telecinco (2008:11)

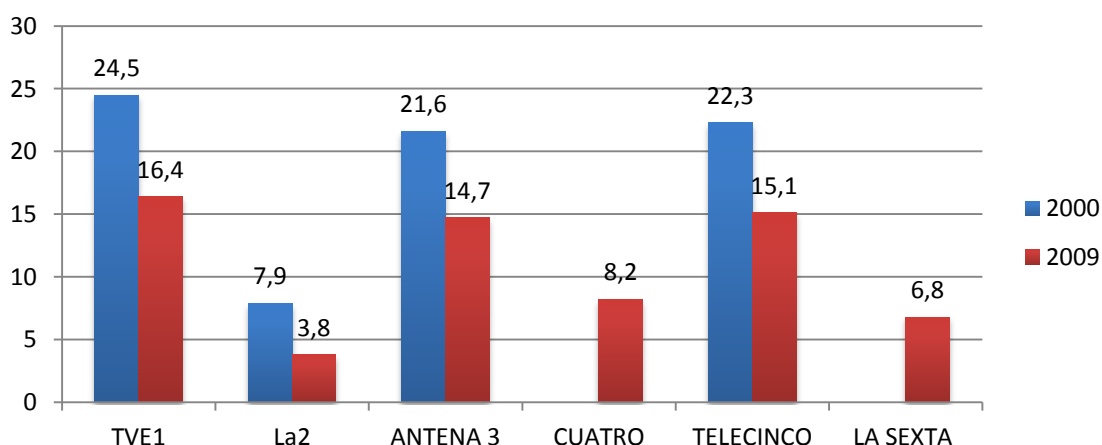
L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

Telecinco torna a ser líder d'audiència l'any 2008, però perd punts respecte a l'any anterior; en canvi, les dues competidores directes aconseguix situar-se més aprop de la cadena generalista. Aquesta davallada d'audiències prové de l'augment d'audiència en les dues cadenes més recents, CUATRO i La Sexta.

Segons la cadena, “repetir com a líder per cinquè any consecutiu rau en l'èxit de les sèries que emet (*Aída*) i en els concursos en directe que més acceptació generen (*Gran Hermano*, *Operación Triunfo* i *Supervivientes*)” (Telecinco, 2008:76). La cadena aposta pel *reality Gran Hermano* per desé any consecutiu, i segons diu l'informe, es tracta d'un programa que segueix generant tanta audiència com el primer dia (Telecinco, 2008:82). Així doncs, s'entén que Telecinco segueixi utilitzant els mateixos continguts que els anys anteriors i valora als *infoshows* com una gran aposta per part de la cadena.

En l'any 2009 es produeix el canvi i Telecinco deixa el lideratge en favor de TVE:

Gràfic 6: Evolució de la quota de pantalla de les cadenes generalistes al 2009



Font: UTECA (2010:32)

TVE es situa líder amb un 16,4% de quota de pantalla, seguit molt d'aprop per Telecinco, que es situa com a segon opció per a l'audiència amb 15,1%. Antena 3, com a tercera opció, s'apropa a la cadena de Mediaset respecte a altres anys però segueix sense superar-la. La Sexta creix respecte als anys anteriors, mentre que els resultats obtinguts al 2000 són molt allunyats en comparació als del 2009 a favor de les noves cadenes generalistes. Telecinco pateix una davallada notable respecte als anys anteriors, ja que al 2009 marca el pitjor resultat de la dècada del 2000 (García i Fernández-Beaumont, 2012:65).

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

Taula 13: Target de les cadenes segons el sexe al 2009

Target	La1	La2	T5	A3	CUATRO	LA SEXTA
HOMES	16,1	4,5	13,4	13,4	7,9	8,5
DONES	17,9	3,4	15,8	15,8	7,7	5,7

Font: UTECA (2010:37)

Al no tenir les dades de l'any anterior no es pot establir una comparativa. El que es pot dir sobre els resultats és el lideratge de la cadena pública respecte a la resta de cadenes generalistes, ja que obté els millors resultats en tots dos sexes. Telecinco i Antena 3 empaten i obtenen resultats iguals en ambdós *targets*.

Taula 14: Target segons les franges d'edat de les cadenes generalistes al 2009

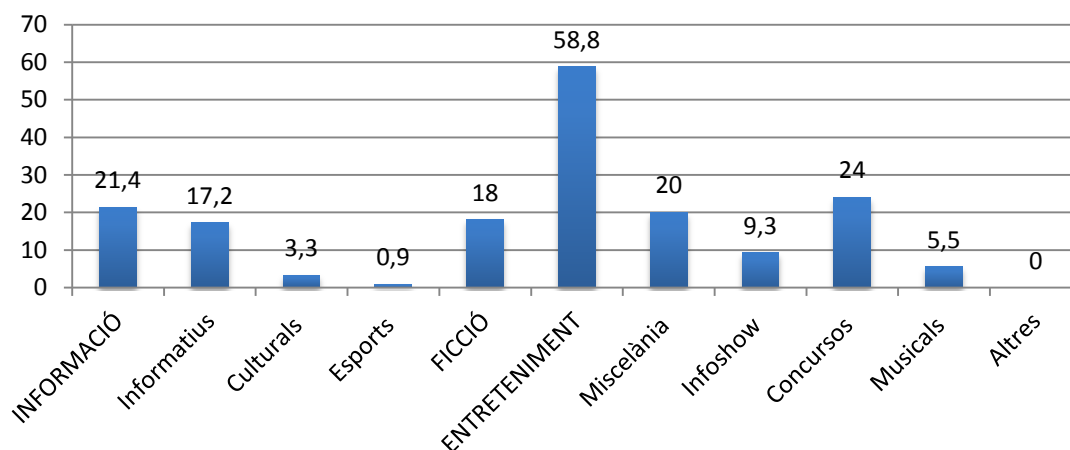
Target	La1	La2	T5	A3	CUATRO	LA SEXTA
4 a 12	8,6	3,5	8,3	13,7	6,8	4,1
13 a 24	10,3	2,7	13,9	18,3	12,6	8,3
25 a 44	13	3,7	15,1	15,1	10,8	8,5
45 a 64	17,8	4	15,9	14,8	7,5	6,8
>64	25,3	4,3	16,1	13,1	4,5	4,8

Font: UTECA (2010:38)

44

Amb les franges per edat ocorre el mateix que en el cas abans comentat, ja que al no tenir resultats de l'any anterior no es pot establir una comparació. Antena 3 lidera les franges infantils, juvenils i adultes (de 25 a 44), mentre que es reparteix amb Telecinco la segona franja adulta (45 a 64). TVE, per la seva banda, segueix liderant la tercera edat.

Gràfic 7: Percentatge de programació dedicat per Telecinco a cada gènere al 2009



Font: Elaboració pròpia a partir dels informes de l'UTECA (2010:93)

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

A l'any 2009 l'entreteniment es desmarca clarament de la resta de gèneres, arribant pràcticament al 60% de la graella de la programació de la cadena. Qui pateix aquest augment es principalment la ficció, mentre que la informació es manté estable com els anys anteriors.

El gènere d'entreteniment que més prolifera és el concurs, mentre que l'*infoshow* augmenta tímidament respecte als anys anteriors .

A l'any 2010 TVE es va mantenir líder d'audiència respecte a la resta de cadenes amb un 16% de *share*, mentre que Telecinco es va situar en segona posició segons el diari La Razón. Les dades d'aquest any no s'han pogut obtenir, ja que en els informes de Responsabilitat Corporativa de la cadena no han facilitat la informació sobre els resultats d'audiència.

Segons el propi informe de la cadena, es segueix apostant fortament per els *infoshow*s, tot i que no mostren les dades d'audiència totals obtingudes durant l'any. Formats com **Gran Hermano** i **Supervivientes** segueixen en pantalla, mentre que també n'apareixen de nous, com **MQB: Más Que Baile** i **Las joyas de la corona**. **Gran Hermano** acumula, segons la pròpia cadena, resultats de mitjana de 20% de *share*, mentre que **Supervivientes** marca un 17,5% de quota. En quant als nous formats comentats, el primer marca un 17,6% de *share*, resultats similars al programa anterior (Telecinco, 2010:25).

45

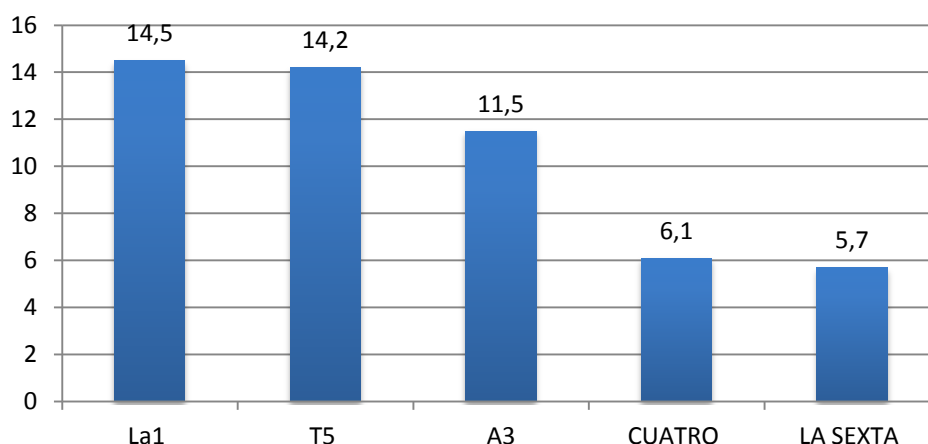
La documentació pel període 2011-2013 s'aconsegueix gràcies als documents de Barlovento Comunicación, els quals permeten accedir a les dades d'audiència anuals i mensuals de les diferents cadenes de televisió.

Cal mencionar que la cadena principal de Mediaset va obtenir la fusió amb la cadena CUATRO el 18 de desembre de 2009, tot i que no es va fer efectiva fins al 1 de gener de 2011. Aquesta data va marcar una etapa de canvis dins de la cadena. Un dels grans canvis és que aposta per emetre continguts esportius, tot i que anteriorment havia renunciat a ells allunyant-se de la licitació per la continuïtat de l'emissió del mundial de Formula1. Així doncs, la cadena va obtenir els drets de la Copa FIFA i un paquet de partits de la Copa del Rei. Però l'acord que millors resultats li va donar van ser els drets del mundial de futbol de Sud-àfrica; juntament amb Sogecable, van ser els únics amb permís per emetre l'esdeveniment esportiu deixant al marge la resta de cadenes (García i Fernández-Beaumont, 2012:66).

Al 2011 La1 manté el seu lideratge per tercer any consecutiu, mentre que Telecinco es manté com a segona opció pels espectadors. Telecinco és cadena de referència en les franges de la tarda i el *late night*, mentre que La1 lidera els matins, la sobretaula i el *prime time*.

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

Gràfic 8: Quota mitjana de les cadenes generalistes al 2011.



Font: Elaboració pròpia a partir dels informes de Barlovento Comunicación (2011:13)

El resultat al final de l'any va ser el lideratge per part de La1, seguit molt d'aprop per Telecinco, amb un petit marge de tres centèsimes, una distància molt curta comparada amb la que té la tercera cadena més vista, Antena 3, a quasi tres punts de diferència respecte Telecinco.

Taula 15: Target de les cadenes segons el sexe al 2011

Target	La1	La2	T5	A3	CUATRO	LA SEXTA
HOMES	13,8	2,9	10,7	10,4	6,8	6,8
DONES	15,1	2,3	17,2	12,5	5,5	4,8

Font: Elaboració pròpia a partir dels informes de Barlovento Comunicación (2011:15)

Telecinco manté el seu liderat en la cadena més vista per les dones, mentre que els homes escullen La1.

Taula 16: Target segons les franges d'edat de les cadenes generalistes al 2011

Target	La1	La2	T5	A3	CUATRO	LA SEXTA
4 a 12	6,0	0,8	5,4	8,0	4,3	2,9
13 a 24	8,9	1,4	12,1	12,7	8,3	5,5
25 a 34	10,2	1,8	13,3	11,1	8,6	7,1
35 a 44	12,2	2,3	13,2	11,5	7,7	7,1
45 a 54	14,9	2,8	13,3	13,2	6,7	6,8
55 a 64	17,5	3,1	16,7	12,0	5,1	5,7
>64	20,2	3,5	17,3	10,9	3,6	4,1

Font: Elaboració pròpia a partir dels informes de Barlovento Comunicación (2011:15)

En aquesta taula podem observar com La1, T5 i A3 es reparteixen les diferents franges d'edat, de manera que Antena3 destaca pel domini en el *target* dels nens, mentre que Telecinco

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

predomina en una franja jove. La1 es queda amb el *target* més adult, englobant els grups des dels 45 cap amunt.

De totes les emissions que Telecinco va televisar, la més vista va correspondre a un partit de la classificació per la Eurocopa. Aquesta va ser seguida per 6.247.000 d'espectadors (33% quota de pantalla) respecte als 14.114.000 espectadors (66,9%) que La1 va aconseguir amb el partit de Champions Barcelona – Real Madrid.

Taula 17: Rànquing dels programes més vistos al 2011

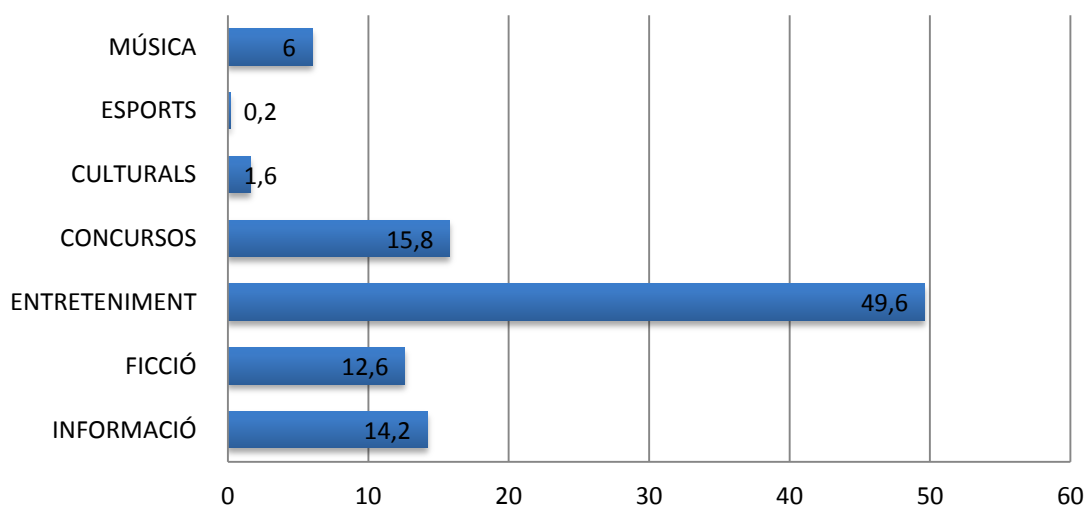
	Títol	Descripció	Cadena	Data	Quota	Espectadors
1	FUTBOL: LIGA DE CAMPEONES	BARCELONA – REAL MADRID	La1	03/05/2011	66,9%	14.114.000
2	PRORROGA FUTBOL: COPA REY	BARCELONA – REAL MADRID	La1	20/04/2011	65,5%	12.710.000
3	TELEDIARIO 2		La1	03/05/2011	54,9%	11.564.000
4	FUTBOL: COPA DEL REY	BARCELONA – REAL MADRID	La1	20/04/2011	60,4%	11.463.000
5	POST FUTBOL: LIGA DE CAMP.	BARCELONA – REAL MADRID	La1	03/05/2011	48,0%	10.773.000
32	FUTBOL: CLASSIFICACIÓ EURO.	LITUANIA – ESPAÑA	Telecinco	29/03/2011	33,0%	6.247.000

Font: Elaboració pròpia a partir dels informes de Barlovento Comunicació (2011:21)

Pràcticament totes les emissions de més quota de pantalla pertanyen a emissions de futbol, per tant es confirma que l'esport segueix sent el que més atrau a l'audiència.

En el 2011 els programes predominants de Telecinco van ser els destinats a l'entreteniment amb un 49,6% , pràcticament la meitat de la seva graella. La va seguir amb molts punts de diferència els concursos, amb un 15,8%, i la informació amb un 14,2%. La presència de la ficció era molt poca, només un 12,6%.

Gràfic 9: Programació de Telecinco segons el gènere al 2011



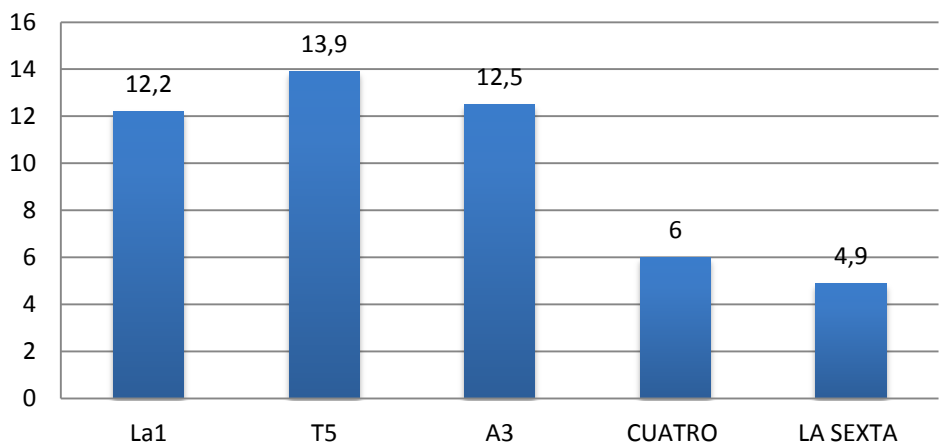
Font: Elaboració pròpia a partir dels informes de Barlovento Comunicació (2011:22)

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

A l'any 2012 es donen molts canvis en el panorama de la televisió. Si a l'any 2010 era Mediaset qui adquiria Cuatro, al 1 d'octubre de 2012 Antena 3 es va fusionar amb La Sexta. I davant aquest gran canvi, Telecinco va aconseguir treure-li el lideratge a La1 (amb un 13,9%), mentre que com a grup empresarial també va aconseguir ser el grup amb més quota de pantalla (un 28,1%). Al canal principal de Mediaset li va seguir Antena 3 amb un 12,5% i La1 cau en picat fins a la tercera cadena més vista amb un (12,2%). La tendència en totes les cadenes d'aquell any va ser anar a la baixa, totes excepte Antena3.

El descens es deu per una banda a la caiguda del finançament públic que rebia TVE i la seva pèrdua d'atractiu. Aquesta situació provoca que les cadenes generalistes privades puguin treure més audiència, però degut a la oferta de la TDT, aquesta es perd i es trasllada a les cadenes temàtiques. En total, les cadenes temàtiques engloben el 28,5% de la quota total, mentre que les cadenes generalistes (TVE, Telecinco i Antena 3) reuneixen només el 38,6% de la quota (Barlovento, 2012:4-5).

Gràfic 10: Quota mitjana de les cadenes generalistes al 2012.



Font: Elaboració pròpia a partir dels informes de Barlovento Comunicación (2012:14)

En el 2012 es canvien les tornes per a Telecinco i La1, passant la primera com a líder d'audiències, seguida per Antena 3 amb més d'un punt de diferència. La1 baixa fins a la tercera opció per als espectadors amb poc marge amb Antena 3.

Taula 18: Target de les cadenes segons el sexe al 2012

Target	La1	La2	T5	A3	CUATRO	LA SEXTA
HOMES	11,8	2,7	11,0	11,3	6,5	5,4
DONES	12,6	2,2	16,4	13,5	5,5	4,5

Font: Elaboració pròpia a partir dels informes de Barlovento Comunicación (2012:16)

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

Es mantenen els resultats segons el sexe respecte a l'any previ i La1 es manté com l'opció preferida pels homes mentre que Telecinco ho és per a les dones. Destaca la baixada de resultats en totes dues cadenes, mentre que Antena 3 experimenta una lleugera pujada d'un punt en ambdós sexes.

Taula 19: Target segons les franges d'edat de les cadenes generalistes al 2012

Target	La1	La2	T5	A3	CUATRO	LA SEXTA
4 a 12	4,8	0,7	5,7	7,8	3,9	1,9
13 a 24	7,2	1,1	12,2	12,5	7,4	3,9
25 a 34	8,1	1,5	13,0	11,6	8,2	5,1
35 a 44	9,9	2,0	12,8	11,9	7,3	5,7
45 a 54	12,3	2,6	13,0	14,0	6,8	6,9
55 a 64	14,9	3,2	16,2	13,3	5,3	5,5
>64	17,4	3,5	16,9	12,7	3,9	3,9

Font: Elaboració pròpia a partir dels informes de Barlovento Comunicación (2012:16)

En aquesta taula notem un lleuger canvi en les franges d'edat a favor de Antena 3, la qual predomina en el públic infantil i a més a més en la franja adulta dels 45 als 54. Telecinco segueix sent la cadena que arriba a més franges, englobant el *target* més adolescent i l'adult, mentre que La1 es queda amb la franja de gent gran.

49

Taula 20: Rànquing dels programes més vistos al 2012

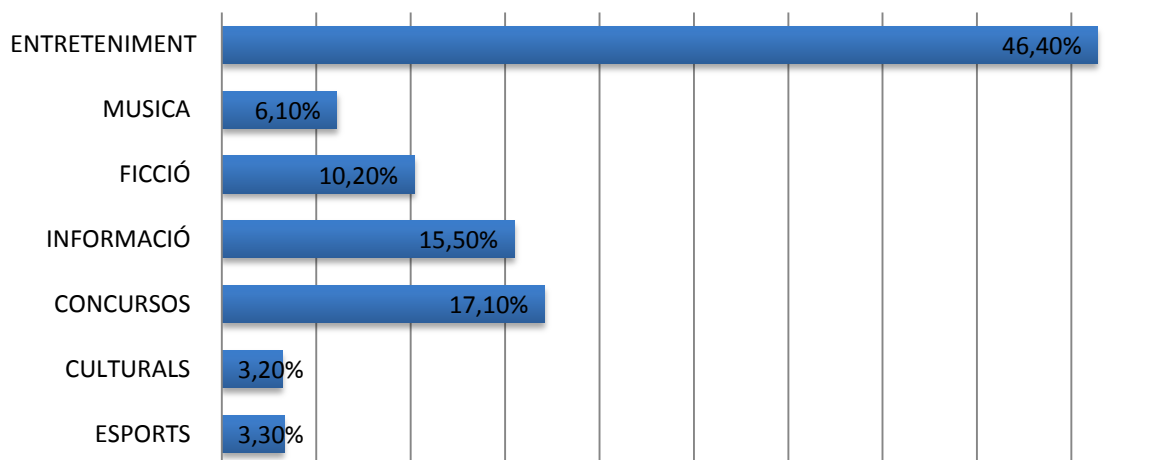
	Títol	Descripció	Cadena	Data	Quota	Espectadors
1	PENALTIS FUTBOL: EUROCOPA	PORTUGAL-ESPANYA	T5	27/06/2012	83,3%	18.141.000
2	PRORROGA FUTBOL: EUROCOPA	PORTUGAL-ESPANYA	T5	27/06/2012	77,1%	16.485.000
3	NO HAY DOS SIN TRES		T5	01/07/2012	79,6%	15.521.000
4	FUTBOL EUROCOPA	ESPANYA-ITALIA (FINAL)	T5	01/07/2012	73,4%	15.481.000
5	FUTBOL EUROCOPA	CROACIA-ESPANYA (PREVIA)	T5	18/06/2012	70,4%	14.265.000

Font: Elaboració pròpia a partir dels informes de Barlovento Comunicación (2012:21)

A l'any 2012 la emissió més vista va correspondre als penals de l'Eurocopa entre Espanya i Portugal, competició emesa per Telecinco que va aconseguir 18.141.000 espectadors i el 83,3% de quota de pantalla. La major part del rànquing el conformen emissions esportives.

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

Gràfic 11: Programació de Telecinco segons el gènere al 2012



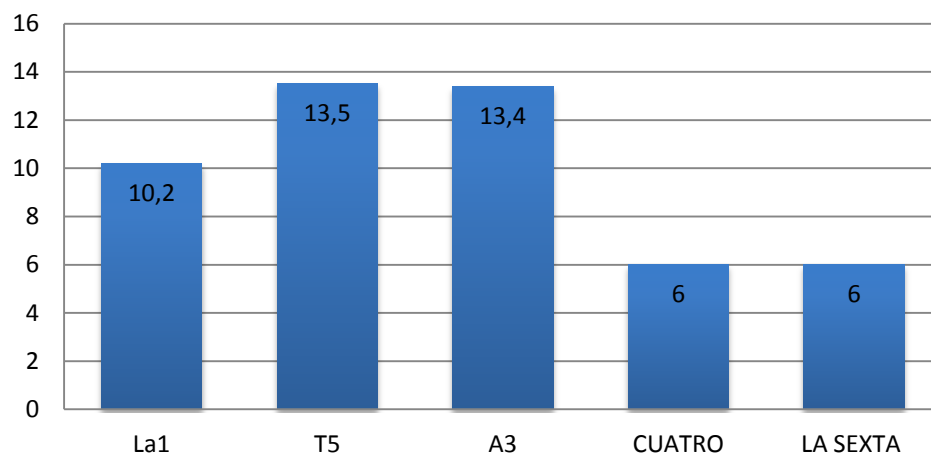
Font: Elaboració pròpia a partir dels informes de Barlovento Comunicación (2012:22)

Pel que fa els gèneres de Telecinco en l'any 2012, la tendència es manté i l'entreteniment segueix sent el gènere predominant, tot i que experimenta una lleugera baixada respecte l'any anterior (2011: 49,6%) a favor d'altres gèneres com la informació i especialment els esports. Aquest augment de l'àmbit esportiu ve propiciat per la compra dels drets d'emissió de l'Eurocopa, abans propietat de CUATRO, i que com a conseqüència de la seva compra, Telecinco es va quedar amb les emissions de l'esdeveniment. La ficció baixa dos punts respecte a l'any anterior (2011: 12,6%) mentre que els concursos amplien una mica la seva presència (2011: 15,8%).

Finalment, a l'any 2013 Telecinco repeteix lideratge com a cadena més vista, seguida per Antena 3 i La1. Tot i així els resultats segueixen descendint excepte per un any més per Antena 3. Destaca també el creixement de La Sexta, que supera a CUATRO i es col·loca com a quarta opció pels espectadors. Telecinco és la referència en la franja *prime time* i en *late night*, mentre que Antena 3 ho és per les franges del matí, la sobretaula i la tarda.

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

Gràfic 12: Quota mitjana anual del 2013



Font: Elaboració pròpia a partir dels informes de Barlovento Comunicación (2013:15)

D'aquesta gràfica es destaca que tot i ser Telecinco líder, està a només una dècima d'Antena 3. Totes dues es desmarquen de La1, la qual marca el seu resultat més baix, i s'igualen CUATRO i La Sexta.

Taula 21: Target de les cadenes segons el sexe al 2013

Target	La1	La2	T5	A3	CUATRO	LA SEXTA
HOMES	9,9	2,6	10,5	12,1	6,5	6,7
DONES	10,5	2,2	16,0	14,5	5,5	5,5

Font: Elaboració pròpia a partir dels informes de Barlovento Comunicación (2013:17)

Pel que fa al gènere Telecinco no pateix canvis i segueix sent la cadena escollida per les dones, mentre que es canvien les tornes en els homes, els quals escullen Antena 3 com a cadena preferida.

Taula 22: Target segons les franges d'edat de les cadenes generalistes al 2013

Target	La1	La2	T5	A3	CUATRO	LA SEXTA
4 a 12	4,2	0,6	5,1	8,0	3,6	2,0
13 a 24	5,7	1,1	11,1	13,0	7,1	3,9
25 a 34	7,2	1,4	11,8	12,2	7,7	5,9
35 a 44	8,5	1,9	11,9	12,7	7,2	6,4
45 a 54	10,1	2,4	12,3	14,9	6,8	7,2
55 a 64	12,3	3,1	15,9	14,5	5,6	7,3
>64	14,1	3,5	17,1	13,9	4,3	5,8

Font: Elaboració pròpia a partir dels informes de Barlovento Comunicación (2013:17)

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

En el *target* per edats, respecte a l'any anterior canvien molt les preferències de l'audiència, amb Antena 3 capçant pràcticament totes les franges d'edat (des dels nens fins a la franja dels 45-54 anys), mentre que Telecinco es queda amb el grup més adult i la gent gran. Suposa un gran canvi per la cadena principal de Mediaset, ja que passa de ser l'opció d'un *target* jove a ser la de la gent més gran.

Taula 23: Rànquing dels programes més vistos al 2013

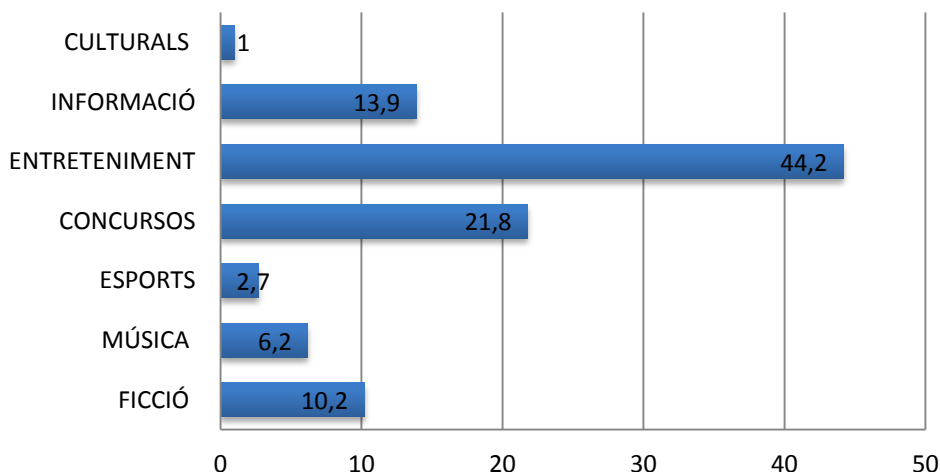
	Títol	Descripció	Cadena	Data	Quota	Espectadors
1	PENALTIS FUTBOL: COPA CONFEDERACIONES	ESPANYA-ITALIA	T5	27/06/2013	67,9%	13.355.000
2	PRORROGA FUTBOL: COPA CONFEDERACIONES	ESPANYA-ITALIA	T5	27/06/2013	60,3%	11.966.000
3	PRORROGA FUTBOL: COPA REY	RL.MADRID-AT.MADRID	La1	17/05/2013	57,8%	11.449.000
4	FUTBOL : CLASIFICACIÓN MUNDIAL	FRANCIA-ESPANYA	T5	30/06/2013	52,1%	10.661.000
5	FUTBOL COPA DEL REY	R.MADRID-AT.MADRID	T5	26/03/2013	51,1%	10.522.000

Font: Elaboració pròpia a partir dels informes de Barlovento Comunicación (2013:22)

Les emissions més vistes durant l'any segueixen sent per Telecinco i d'esdeveniments esportius, la tendència es manté. Tot i així el resultat en comparació amb l'any anterior és més baix (2012: 83,3%).

Gràfic 13: Programació de Telecinco segons el gènere 2013

52



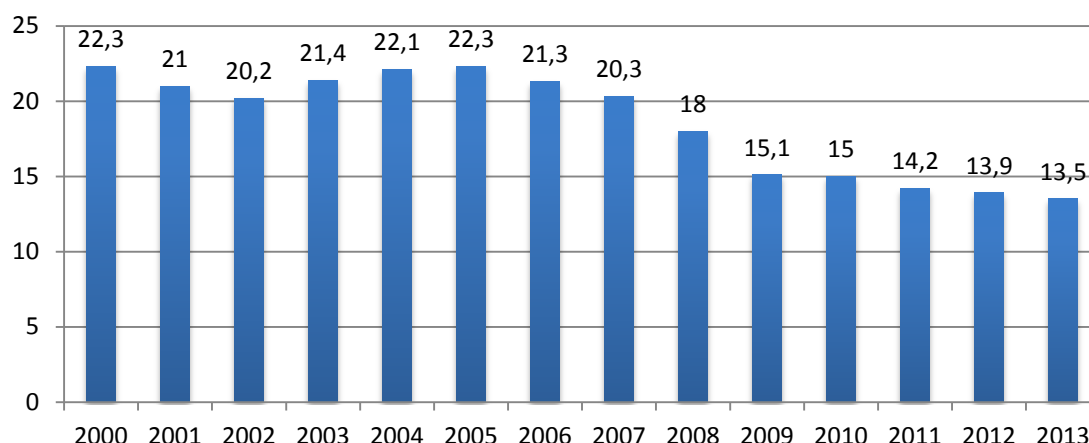
Font: Elaboració pròpia a partir dels informes de Barlovento Comunicación (2013:23)

Finalment, Telecinco segueix la tendència i l'entreteniment segueix sent el gènere de més presència en una mesura força equilibrada amb la resta d'anys. El gran augment el protagonitza el concurs, qui augmenta fins a quatre punts més (2012: 17,1%), mentre que la informació torna a patir una baixada, i la ficció es manté.

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

Tenint tota aquesta informació, es poden extreure diferents conclusions sobre la cadena dins de la dècada del 2000. Cal tenir en compte, però, que no s'han pogut obtenir totes les dades possibles en els camps que es tractaran a continuació (audiències anuals, *target* per sexe i edat i continguts que ha emès la cadena):

Gràfic 14: Evolució de la quota d'audiència de Telecinco 2000-2013

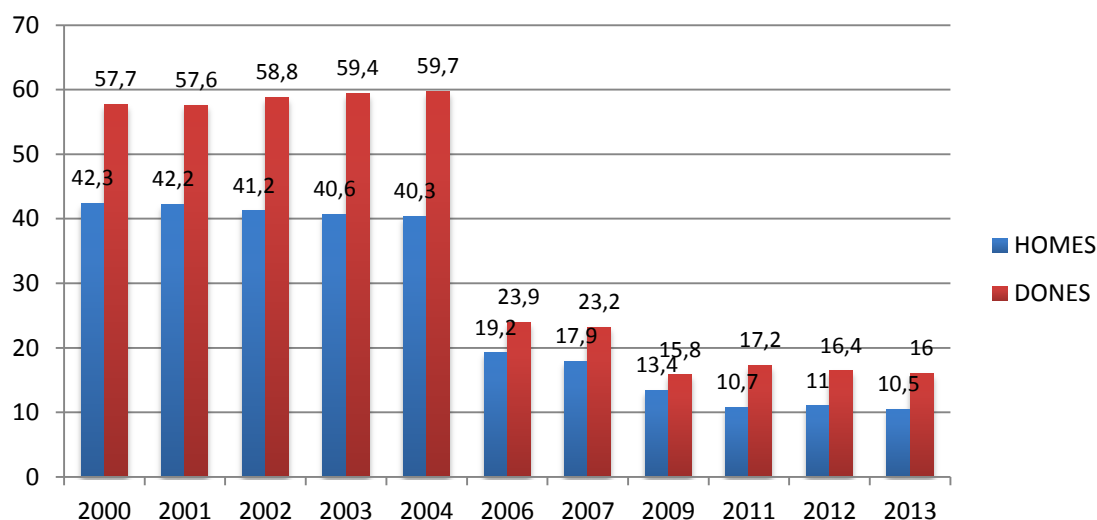


Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del punt 8.

Els resultats d'audiència de Telecinco al llarg de la dècada del 2000 han tendit a la baixa degut a l'aparició de noves televisions generalistes i la introducció de la TDT al panorama televisiu espanyol, raons que van fomentar la segmentació de les audiències. Tot i així, Telecinco va mantenir el lideratge del 2004 al 2008, i el va reprendre al 2011 fins ara. Les millors dades d'audiència es van registrar al 2000 i al 2005, mentre que la pitjor pertany al 2013.

53

Gràfic 15: Perfil d'audiència segons el sexe de la cadena Telecinco 2000-2013



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del punt 8.

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

El perfil d'audiència de la cadena és clarament femení. Al llarg dels anys, les dones han preferit la cadena per damunt dels homes i amb resultats força diferenciats, especialment al principi de la dècada. En general, ambdós sexes són separats per més de cinc punts de diferència. A partir del 2006 s'observa una baixada considerable en els resultats; la raó es troba en què aquell mateix any va ser l'inici d'emissions de La Sexta i CUATRO ja es trobava en el mercat televisiu, de manera que les audiències començaven a fragmentar-se.

Taula 24: Perfil d'audiència segons l'edat de Telecinco 2000-2013

Target	2000	2001	2002	2003	2004	2006	2007	2009	2011	2012	2013
4 a 12	6,9	6,1	6	4,7	4,2	13,1	13,1	8,3	5,4	5,7	5,1
13 a 24	16,2	15,7	16,2	12,8	11,9	20,3	19,8	13,9	12,1	12,2	11,1
25 a 44	30,8	32,3	33,8	68,5	35,3	22,9	21,8	15,1	26,5	25,8	23,7
45 a 64	25,7	25,9	25,6	27,7	27,9	22,9	21,9	15,9	30	29,2	28,2
>64	20,3	20,0	18,4	20,2	20,8	19,4	18,4	16,1	17,3	16,9	17,1

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del punt 8.

El perfil d'audiència de Telecinco segons l'edat ha patit canvis al llarg de la dècada: mentre que al primer quinquenni l'audiència és bàsicament adulta, amb millors resultats en la franja jove-adulta (25-44), cap al segon els resultats es tornen força iguals en la resta de franges d'edat. En els últims tres anys canvien les tornes i són els adults (45-64) l'audiència més fidel de la cadena, seguit d'aprop pels joves-adults i la tercera edat. Les franges que més es desmarquen són el públic infantil i jove, especialment el primer, què és el que menys resultats obté al llarg dels anys. La quota ha tendit a la baixa per la segmentació d'audiències, però també s'han mantingut a uns resultats força iguals respecte a anys anteriors, amb diferències, generalment, de set punts entre ells.

Taula 25: Gèneres que ha programat Telecinco 2000-2013

	2000	2001	2002	2003	2004	2007	2009	2011	2012	2013
INFORMACIÓ	21,9	24,3	22,7	20,3	19,5	22	21,4	14,2	15,5	13,9
FICCIÓ	39,8	36,3	29,0	24,7	20,7	21,8	18	12,6	10,2	10,2
ENTRETENIMENT	20,6	21,1	22,7	27,0	29,2	44,6	58,8	49,6	46,4	44,2
INFOSHOW	0,1	0,7	8,5	11,1	10,7	7	9,3	13,5	9,3	10,2
CONCURSOS	6,3	6,2	6,1	4,5	5,8	9	24	15,8	17,1	21,8
ESPORTS	0,7	1,0	0,5	0,4	1,0	2	0,9	0,2	3,3	2,7

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del punt 8.

Com es pot observar a la taula, els programes d'entreteniment són els que més han augmentat al llarg dels anys en la cadena Telecinco. Els dos macrogèneres més importants de

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

l'entreteniment, el concurs i l'*infoshow*, han patit un augment progressiu, especialment el segon tenint en compte que apareix a la dècada del 2000. La programació d'*infoshows* es dispara a l'any 2002, on es passa de tenir pràcticament mínima presència amb el 0,7% de l'any anterior, a un 8,5% dins de la programació de Telecinco.

En la taula també s'observa com la cadena ha mantingut el pes de la informació d'una manera estable al llarg dels anys, tot i que en els últims anys la seva presència ha estat rebaixada considerablement a favor dels esports i els concursos. La ficció, en canvi, ha patit una davallada progressiva al llarg dels anys, passant del quasi 40% de presència a la graella al 2000 fins a un 10% en l'últim any 2013.

Cal destacar l'increment de l'esport en la graella de programació en els últims dos anys, resultat de la compra de diferents competicions esportives com la Copa Confederacions o la Copa del Rei.

El resultat doncs, és un descens dels grans macrogèneres de la informació i la ficció, a favor de nous continguts d'entreteniment, i una posterior aposta pels esports quan als inicis de la dècada la seva presència era pràcticament nul·la.

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

9. EL PROGRAMA DEL 2000: GRAN HERMANO

El programa **Gran Hermano** apareix arrel del canvi de tendències televisives a finals dels 90 i implanta en la televisió espanyola una nova tipologia de programes que es van apoderar de les graelles de programació des del 2000 fins ara (López, 2010:19). El format original pertany a John de Mol, anomenat com **Big Brother**.

Es tracta d'un programa difícil de classificar, ja que mentre que uns el qualifiquen de *reality show* (Guerrero, 2010:315), altres creuen que compleix les característiques d'un *reality game* (Mariño i Monclús, 2008:197). López (2010:39) el defineix com a "programa híbrid que mescla concurs, programa d'auditori, *talk show*, confessional, telenovel·la, documental i contingut periodístic (...) que crea la sensació de familiaritat a les audiències". Es tracta d'un programa que avarca tantes realitats que és difícil d'establir una única classificació.

La dinàmica del concurs és senzilla: 12 persones conviuen aïllades de l'exterior i es nominen entre ells per a escollir cada setmana qui se'n va. L'últim en quedar-se a la casa guanya i s'endú un premi econòmic. El programa està dividit en dos tipologies de gales, a més de la presentació i la final:

- Nominacions: els concursants de la casa són cridats al confessional (espai reservat per a les confidències i impressions dels concursants cap a una càmera) per a proposar tres persones per a abandonar la casa. Els tres noms han d'estar acompanyats per una raó vàlida, i un cop es fa el recompte de vots, les dues persones que han obtingut més votacions són proposades a deixar la casa. En el moment en què es coneixen els noms, les línies telefòniques s'obren i el públic pot votar qui prefereix que deixi la casa.
- Expulsions: en aquestes gales es comunica als concursants si han estat capaços de superar el repte setmanal al que han estat exposats. Són reptes que la casa els hi proposa, i si els superen satisfactòriament reben un premi. A més a més es coneix el nom de l'expulsat de la gala i es portat fins a plató per a una entrevista i per a recordar els moments dins del programa.

El factor que va introduir aquest programa a la televisió i que es va estendre en la majoria de programes que van sorgir arrel d'aquest són les nominacions. Els concursants donaven el nom de la persona que es mereixia deixar la casa, i els que obtenien més vots eren proposats a abandonar-la, els anomenats nominats. Un cop es sabien els noms dels escollits, l'audiència tenia una setmana per decidir a qui feien fora (López, 2010:35).

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

Gran Hermano va ser el primer exemple de com una mateixa idea podia esdevenir global amb diferents versions adaptades per a cada país. El programa permet que cada regió afegixi els components culturals propis a través de la pròpia gent local (López, 2010:37).

Telecinco es va encarregar de programar l'emissió de **Gran Hermano** pels matins, la sobretaula, el *prime time*... El contingut que generava servia per omplir totes les franges horàries. Només els dissabtes van quedar lliures del programa durant la seva primera temporada. Mentrestant, la resta de programes de la graella van aprofitar l'èxit i hi van incloure debats, entrevistes a participants, entre altres estratègies per a atraure l'audiència del programa (López, 2010:95).

Per a López (2010:33) existeixen dos factors d'èxit del programa: els personatges conviuen en un espai tancat i el públic era qui decidia quins eren els eliminats. Per tant, s'eliminava el factor de la intimitat, es desconnectava de la realitat exterior, es potenciaven les emocions i les relacions personals...

Una de les grans característiques del programa és la seva presentadora, Mercedes Milà. A la primera edició del programa es va convertir en la protagonista **Gran Hermano** gràcies a la seva capacitat de ser espontània, sincera i crítica, a més d'aportar un criteri objectiu i creïble, en part degut a la seva trajectòria professional. Dins del programa desenvolupava dos papers: per una banda, exercia de mare protectora per als concursants, i per l'altra aportava la seva visió crítica (López, 2010:104).

Així doncs, **Gran Hermano** va aportar a la cadena i a la televisió espanyola una nova concepció dels programes d'entreteniment, però també va provocar un col·lapse de continguts iguals:

“La onda expansiva provocada por GH fue tan potente que dejó a España al margen de las tendencias internacionales de programación en el terreno del entretenimiento. Tal fue su impacto, que todos los esfuerzos de producción desarrollados con posteridad a su estreno siguieron su estela, impidiendo la entrada de las nuevas corrientes que triunfaban en el mundo. Prueba de lo que decimos es que en España no hemos empezado a ver, por ejemplo, coachings hasta hace muy poco, cuando este género llevaba ya mucho tiempo desarrollándose en otros países.” (López, 2010:165).

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

El programa consta de 14 edicions emeses, i actualment s'estan realitzant els càstings per a la 15^a edició, la qual es concursarà per primer cop en parelles⁵.

⁵ Cadena Ser "*Gran Hermano 15 ya calienta motores*" 14/05/14

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

10. LA RENOVACIÓ DEL MACROGÈNERE: LA VOZ

La Voz és un programa emès al 2012 per la cadena Telecinco. Al igual que **Gran Hermano**, està basat en el format holandès de John de Mol **The Voice**, i l'objectiu del programa, tal com diu el nom, és trobar la millor veu del país⁶.

La classificació que ha atorgat el propi creador del format és que, dins de l'*infoshow*, es tracta del gènere *talent show*. Per les característiques que aporta, però, també podria classificar-se com a *reality game*, d'acord a la classificació de Prado i Delgado (2010:13).

La mecànica del programa consisteix en escollir a un grup de concursants a partir de les qualitats vocals, sense tenir en compte l'aspecte físic. Els encarregats d'escollir-los són els anomenats "coaches", quatre cantants consolidats en el panorama nacional que formaran equips amb aquells concursants que mostrin tenir les aptituds vocals que més els convencin⁷.

Per a la primera temporada de **La Voz** es va comptar amb la participació de David Bisbal, Rosario Flores, Malú i Melendi com a coaches. La figura del presentador va recaure en Jesús Vázquez⁸, el qual gaudia d'experiència com a presentador d'aquests formats, ja que es va fer càrrec d'*Operación Triunfo* quan Telecinco va decidir tornar a emetre el programa⁹.

La Voz es divideix en tres tipus de gales:

- Les audicions a cegues: el pilar del programa. Els coaches escoltaran, d'esquenes al concursant, la cançó que aquest els interpreti. Sense tenir contacte visual amb ell, es guiaran pels seus atributs vocals i no podran ser influenciats pel seu aspecte. Si algú dels coaches considera que la veu que està escoltant ha d'estar en el seu equip, polsarà un botó que activarà el mecanisme de les butaques on està assegut i aquestes giraran cara al concursant. En cas de què cap coach polsi el botó, el concursant serà eliminat. Pel contrari, si més d'un coach polsa, serà el concursant qui decideixi a quin equip es vol unir.
- Les batalles: un cop seleccionats els concursants, dins dels mateixos equips s'organitzaran grups de batalles. Aquests tindran com a repte interpretar un mateix tema davant del seu coach per a què, al final de l'actuació, aquest decideixi qui ha defensat millor el tema i segueixi en el concurs.

⁶ El Mundo "Telecinco adquiere los derechos del concurso de talento musical 'The Voice'" 30/11/2011.

⁷ Formula TV "'The Voice' deja Cuatro y se emitirá en Telecinco" 17/11/11

⁸ VerTele "Jesús Vázquez vuelve a Telecinco 'The Voice'" 19/01/12.

⁹ Formula TV "Melendi completa el jurado provisional de 'La Voz' junto a David Bisbal, Malú y Rosario Flores" 05/02/12.

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

- Les gales en directe: els concursants dels diferents equips actuaran en grups de tres per a què puguin continuar dins el concurs. Dos de cada equip seran salvats, un pel públic i l'altre pel coach, i aquesta dinàmica es mantindrà fins que només quedi un participant per equip.

La gran novetat que introduïa el format era el sistema per escollir els concursants, ja que per primer cop s'arribava a una selecció sense veure als concursants. A més, els concursants no són assessorats per professors de cant, sinó per artistes consolidats en el món de la música.

La Voz va utilitzar diverses plataformes¹⁰ per arribar a un gran nombre d'espectadors; les xarxes socials van protagonitzar diversos moments en els gales en directe, i fins i tot es va establir una sala exclusiva per a conèixer l'opinió dels internautes. A més, Telecinco s'encarregava de penjar setmanalment les gales completes i vídeos fragmentats, a més de publicar continguts exclusius del programa només disponible a la web.

Per el moment, el programa ha realitzat dues temporades i una especial per a nens, anomenada **La Voz: kids**¹¹, i actualment s'està preparant la tercera temporada¹².

¹⁰ **Telecinco** *“La Voz’, el fenómeno televisivo y social que arrasa en todo el mundo, llega a España”* 13/08/12.

¹¹ **Formula TV** *“Telecinco abre el casting para la segunda edición de “La Voz””* 17/04/13.

¹² **La Vanguardia** *“La Voz y La Voz Kids volverán a Telecinco en 2015”* 24/03/14.

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

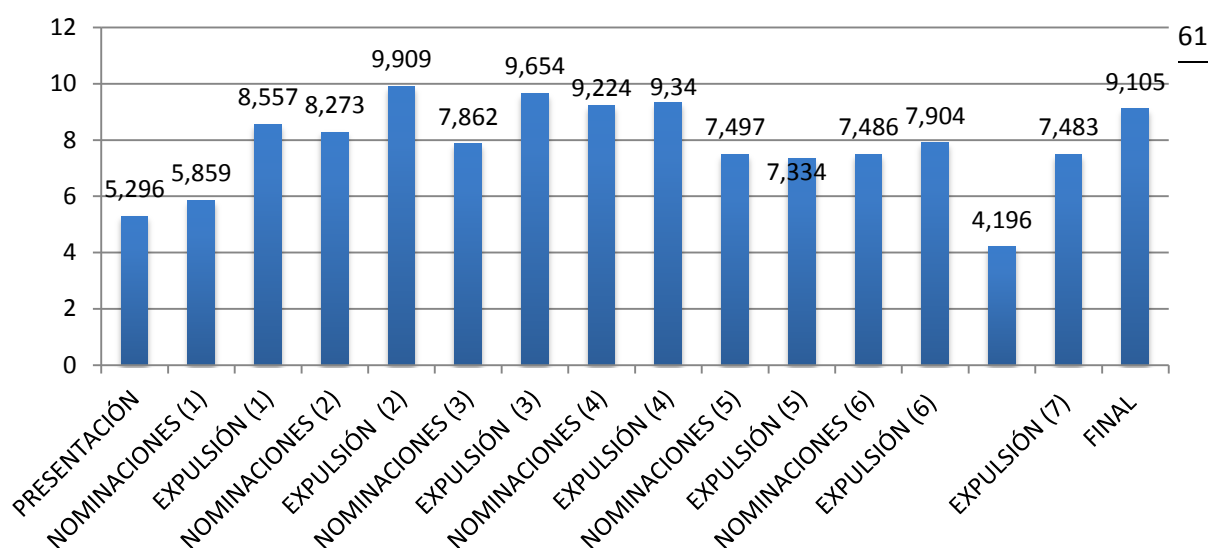
11. RESULTATS

11.1. Anàlisi I: Primera Temporada

11.1.1. *Gran Hermano*¹³

La primera temporada del programa **Gran Hermano** va constar d'un total de 16 programes, un per a l'entrada i la final, i set per a nominacions i expulsions. Tots els programes van ser emesos íntegrament per televisió i en directe. L'emissió del programa era setmanal i es va iniciar el 23/04/2000, un diumenge, però tenia la seva gala oficial als dimecres. Aquest dia es va mantenir fins a la gala 14, la qual es va fer en un diumenge degut a la proximitat amb la data de la final. L'últim programa en dimecres va ser la gala 15 el 19/06, i finalment la final es va dur a terme el divendres 21/06. En total el programa va estar en emissió durant tres mesos, en horari *prime time* i amb una durada d'aproximadament dues hores i mitja per programa. Els espectadors de la primera temporada van oscil·lar entre els quatre i gairebé 10 milions:

Gràfic 16. Espectadors de la primera temporada de Gran Hermano (en milions)



Font: Elaboració pròpia a partir del llibre *Gran Hermano: ¿Y ahora qué?* d'Elisabeth López (2010:139)

El resultat màxim d'espectadors es va donar a la cinquena gala, amb l'expulsió de l'Israel i l'abandonament de Sílvia degut a la relació sentimental que mantenien dins de la casa. Fins a 9.909.000 espectadors van seguir aquesta gala. Per contra, la gala menys vista va ser la

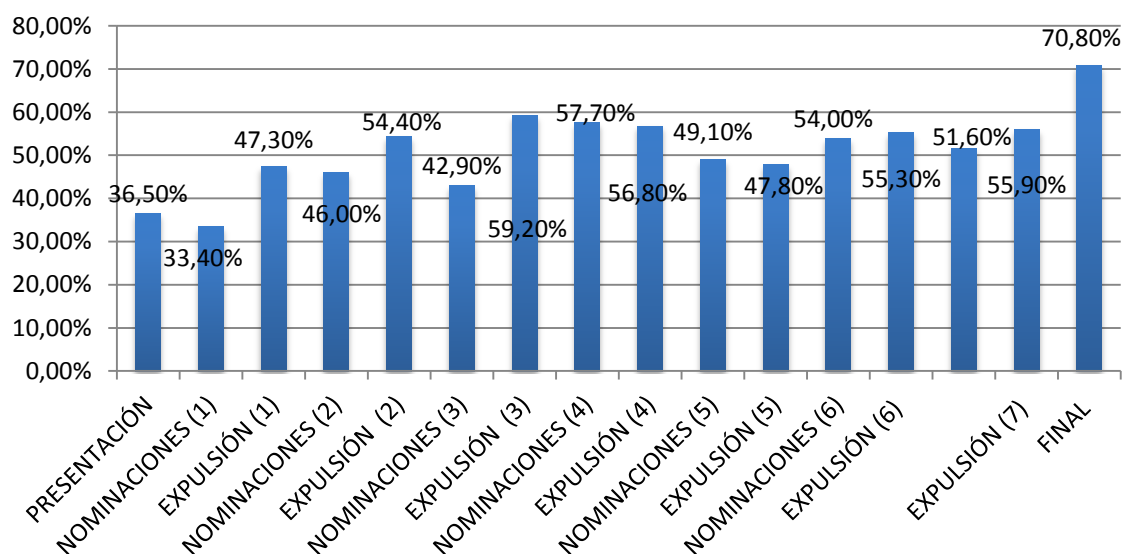
¹³ Veure ANNEX 1, pàg. 111.

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

catorzena, en la qual es van realitzar les últimes nominacions i un debat per a comentar l'arribada de la final. Aquella gala va ser vista per 4.196.000 espectadors. En general, la tendència dels espectadors va anar a la alta a mesura que el programa avançava.

Pel que fa el *share*, els resultats van oscil·lar entre els 30% i el 70% de *share*, resultats amb molta diferència entre ells:

Gràfic 17. Share de la primera temporada de Gran Hermano



Font: Elaboració pròpia a partir del llibre *Gran Hermano: ¿Y ahora qué?* d'Elisabeth López (2010:139)

El mínim de *share* registrat durant la primera temporada va correspondre a la segona gala, igual que en el cas dels espectadors. Va marcar un 33,40% a la primera gala de nominacions, mentre que més endavant va marcar un gran resultat de 70,80% a la final del programa. Es va considerar un record d'audiència degut a què es tractava d'un programa d'entreteniment i no un esdeveniment esportiu, els quals acostumen a marcar els millors resultats d'audiència (Lacalle, 2001:158).

11.1.2. La Voz¹⁴

En el cas de **La Voz**, el programa matriu va tenir un total de 13 programes, però la cadena va realitzar programes addicionals amb resums i continguts exclusius. En total s'han arribat a comptar fins a 39 programes relacionats amb **La Voz** durant la seva primera temporada.

¹⁴ Veure ANNEX 2, pàg. 112.

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

Taula 26. Nombre de programes emesos de La Voz.

LA VOZ	PROGRAMA	TIPUS	EMISSIONS TOTALS
	AUDICIONES A CIEGAS	PROGRAMA MATRIU	5
	LAS BATALLAS	PROGRAMA MATRIU	3
	GALAS EN DIRECTO	PROGRAMA MATRIU	5
	EL PREESTRENO	RESUM	1
	LA VOZ EXPRÉS	RESUM	4
	LA VOZ: TELECINCO.ES	CONTINGUT EXCLUSIU	6
	LA VOZ: LOS ELEGIDOS	RESUM	11
	LA VOZ: CAMINO A LOS DIRECTOS	RESUM	1
	LA HORA DE LOS ELEGIDOS	RESUM	2
	CHAT	CONTINGUT EXCLUSIU	1

Font: Elaboració pròpia a partir de dades extretes de www.formulatv.com

Observant aquesta taula es pot veure que el programa matriu es basa en l'emissió de cinc programes dedicats a les audicions a cegues (a trobar els concursants pel programa), tres programes de batalles (enfrentament dels escollits d'un mateix equip) i finalment les gales en directe, un total de cinc, inclosa la gala final. La resta de programes són resums sobre com avança el programa excepte set que són continguts exclusius. Aquests últims van ser emesos exclusivament per Internet, mentre que la resta són continguts per a televisió.

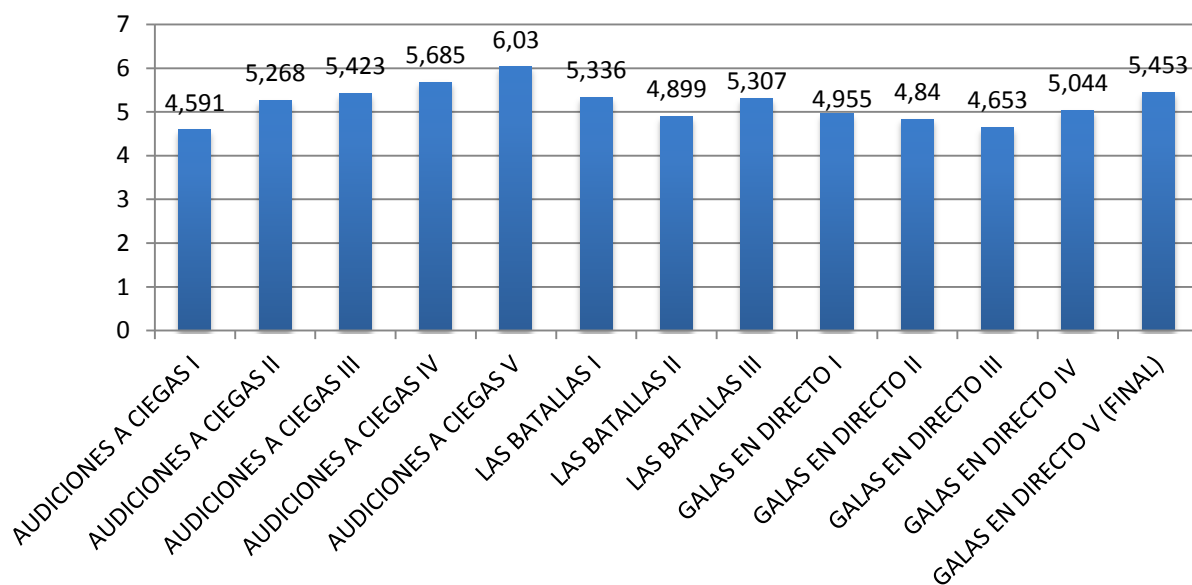
63

Tant les audicions a cegues com les batalles són emeses en diferit, de manera que el muntatge dels seus continguts és molt més dinàmic i amb una realització molt més ampla. No és fins les gales en directe que, tal com diu el nom, s'emeten els continguts en el moment en què estan passant. En total són vuit gales en diferit i cinc en directe. L'emissió del programa matriu és setmanal; s'inicia el 19/09/2012 i finalitza al 19/12/2012, en total tres mesos. El seu dia d'emissió era el dilluns i el seu horari d'emissió era a la franja del *prime time*. Pel que fa als programes de resum de les gales, s'emetien en horari *accés prime time* i en algun cas al *late time*. En el cas de la preestrena i el programa **La Voz: los elegidos** la seva emissió es va fer en dissabte, mentre que **La hora de los elegidos** va ser emès en dimarts. La durada de les gales era d'aproximadament tres hores, mentre que els resums i els continguts exclusius eren de duració variable.

Pel que fa als espectadors i centrant l'atenció únicament en les gales del programa, van oscil·lar entre els quatre i els sis milions durant tota la temporada, amb nombres que s'han mantingut al llarg de tot el programa.

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

Gràfic 18. Espectadors de la primera temporada de La Voz (en milions)



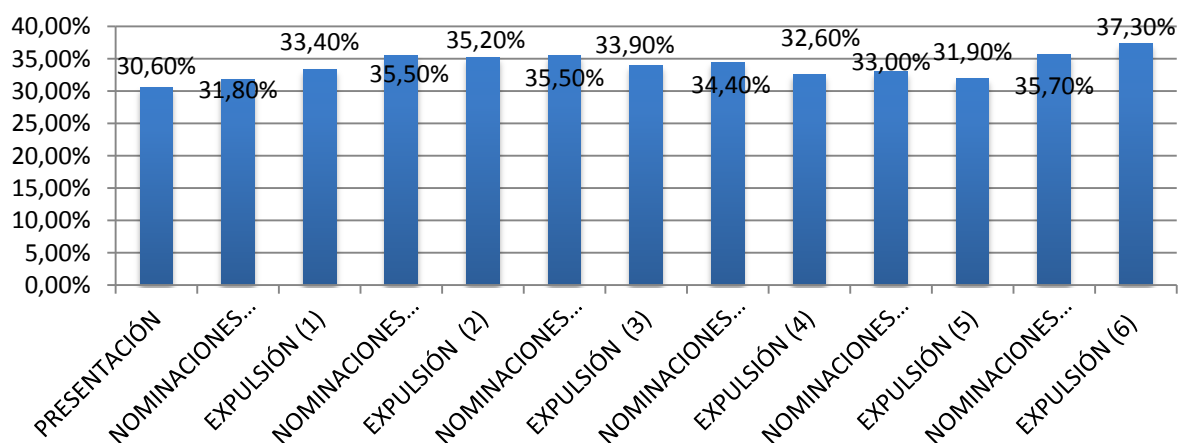
Font: Elaboració pròpia a partir de dades extretes de www.formulatv.com

El mínim d'espectadors pertany al primer programa, la primera tanda d'audicions a cegues, el qual va registrar 4.591.000 milions d'espectadors. El màxim el va marcar, en canvi, les últimes audicions a cegues amb 5.685.000 milions d'espectadors.

64

Pel que fa el *share*, els resultats es mantenen molt iguals en el 30%:

Gràfic 19. Share de la primera temporada de La Voz



Font: Elaboració pròpia a partir de dades extretes de www.formulatv.com

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

El mínim de *share* registrat durant la primera temporada va correspondre, igual que els espectadors, a la primera gala dels programa. El millor resultat el va marca a la final, amb un 37,30%, el qual va ser un resultat molt destacat tenint en compte el nombre de canals amb els que el programa i la cadena competien.

11.2. Anàlisi II: Estructura del programa

Els resultats del segon anàlisi han servit especialment per a completar el tercer, el qual és el que aporta més informació del programa. Part del segon anàlisi ha proporcionat noves categories que analitzar, com és el cas de la publicitat, el nombre de connexions en directe o el nombre de VTRs.

En el segon anàlisi trobem la categoria de situació. S'ha considerat una situació cada cop que es produïa un canvi de temàtica o es passava a una nova acció.

11.2.1. Gran Hermano

11.2.1.1. Presentació (entrada)¹⁵

El programa s'inicia amb la presentadora Mercedes Milà introduint el programa i donant la benvinguda sense donar masses detalls sobre el programa. Més endavant en dóna tots els detalls necessaris per entendre la dinàmica del programa. En aquest programa s'introdueix un presentador secundari que condueix les connexions en directe des de la casa (Fernando Acaso). El seu paper és introduir els espais de la casa i al final del programa provocar l'entrada dels concursants dins la mateixa. La presentadora també fa diverses referències a l'hora per tal de demostrar que el programa és en directe, igual que també es refereix un parell de cops a les plataformes a través de les quals es pot veure el programa (a més del programa emès en televisió comptava amb un canal exclusiu a Quiero TV).

El plató del programa comptava amb tres sets diferents però, en el cas de la primera gala, només es va fer ús dels dos primers, ja que el tercer no desenvolupava cap funció. La presentadora realitza fins a tretze canvis de set durant la primera gala.

Durant aquesta es presenten diversos VTRs relacionats amb els concursants o bé la creació i/o dinàmica del programa.

¹⁵ Veure ANNEX 3, pàg. 114.

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

Les situacions que s'han assenyalat a l'anàlisi no solen durar més d'un minut o dos exceptuant situacions com entrevistes (les quals s'allarguen degut a l'espontaneïtat del directe) o algun dels VTRs abans comentats.

L'estructura del primer programa es repeteix al llarg de la gala almenys fins a la primera meitat:

- a) Informació del programa
- b) Introducció als concursants
- c) Presentació dels concursants (VTR)
- d) Entrevistes amb els familiars
- e) Connexions en directe a la casa

Un cop presentats tots els concursants, el programa passa a una connexió en directe de gairebé deu minuts que marca l'arribada dels concursants, l'entrada a la casa i els primers moments dins d'ella.

11.2.1.2. *Gala final*¹⁶

En aquest cas el programa s'inicia amb un VTR *nextcoming* de la final i dels números per votar al guanyador. La promo per a votar està present durant tot el programa, cada cop que es passa a un tall publicitari apareix tant a l'anada com a la tornada de publicitat. Gran part del programa està dedicat a la rememoració dels moments viscuts durant la primera temporada a través del visionat de diferents VTRs, entrevistes a exconcursants, etc. a més de l'anunci del guanyador. Destaca el desplegament de recursos per a aquesta gala; això es pot comprovar en la gent que està esperant fora de la casa i dels estudis a què apareguin els finalistes i el guanyador, en què a aquest últim el porten fins als estudis de Telecinco amb helicòpter, entre altres situacions.

En el cas dels anuncis dels eliminats en aquest programa, la presentadora juga una mica amb els espectadors i els mateixos concursants en el cas de la primera sortida, ja que enlloc d'anunciar un dels noms dels tres finalistes, qui surt en primer lloc és la gossa que tenien a la casa. En aquest programa si que es dona ús a tots els sets, i en total s'han trobat fins a nou canvis. Es redueix el volum de canvis respecte al primer programa degut a que la majoria de situacions són entrevistes, les quals són de llarga durada. Aquestes són presents fins pràcticament el final del programa, ja que s'entrevisten als exconcursants, als familiars, als finalistes i al guanyador en últim lloc. Degut a l'extensió de les entrevistes, les situacions en l'última gala s'allarguen considerablement respecte a la primera, ja que s'està prop de dos o tres minuts amb els

¹⁶ Veure ANNEX 4, pàg. 116.

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

exconcursants, mentre que amb els finalistes i el guanyador s'està prop de cinc o sis minuts. El mateix passa amb les sortides de la casa, ja que triguen uns cinc minuts (en el cas del guanyador més temps) per a arribar al cotxe/helicòpter que els porta als estudis.

Aquest programa s'estructura de la següent manera:

- a) Informació de les votacions
- b) Trajectòria programa (VTRs)
- c) Connexions en directe (casa + exteriors + estudis)
- d) Entrevista (exconcursants + familiars)
- e) Anunci primer expulsat
- f) Anunci guanyador
- g) Entrevistes finalistes + guanyador

11.2.2. *La Voz*

En el cas de *La Voz*, aquests són els resultats que s'han obtingut:

11.2.2.1. *Audicions a cegues*¹⁷

Es tracta d'un primer programa tant d'inici de temporada com d'inici d'audicions, per tant es comença explicant tant la dinàmica de *La Voz* com de les audicions a cegues. Al ser en diferit, en el muntatge s'ha pogut dotar a la línia del programa de dinamisme i ritme, per tal que sigui àgil però entenedor. Les gales en diferit també permeten afegir al final del programa VTRs sobre el que passarà la setmana que ve per provocar l'expectació a l'audiència.

Els VTRs que s'han pogut identificar tenen una estètica força similar a la d'un videoclip musical, ja que està dotat de predominança de música i veu, a més d'un ritme ràpid i un grafisme força espectacular.

L'aparició d'artistes famosos ajuda a poder captar l'audiència que aquests arrossegueu dels seus seguidors.

El muntatge ajuda a què el que diuen els coaches o els propis concursants es reforci amb la intercalació d'imatges que ajuden a enfortir la idea que es transmet. Sovint es recorre als *stand ups* amb intercalació d'imatges de les actuacions per a aconseguir aquest efecte. També es juga

¹⁷ Veure ANNEX 5, pàg. 118.

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

durant les actuacions amb els plans dels coaches i la voluntat d'aquests de voler picar al polsador.

11.2.2.2. *Les batalles*¹⁸

En aquest cas també és el programa introductori al funcionament de les batalles; l'inici de programa ve marcat per un VTR sobre en què consisteixen les batalles i finalitza amb un tall publicitari.

Les batalles es duen a terme en un escenari totalment renovat, convertit en un ring. Es mantenen les butaques per als coaches però aquestes ja no són giratòries ni s'utilitza el polsador, ja que els concursants ja han estat escollits.

En aquest programa apareix per primer cop la figura de l'assessor; es tracta d'un artista convidat per cada coach i que serveix de suport a l'hora d'ensenyar les cançons als diferents concursants.

A les batalles s'enfronten dos concursants d'un mateix equip i el coach es qui s'encarrega de triar qui ha estat el guanyador.

La dinàmica del muntatge és similar a les audicions, es recorre al ús dels *stand ups* i la veu en *off* mentre s'intercalen imatges per tal de reforçar el que s'està dient. També es recorre durant les actuacions a intercalar imatges de la família dels dos concursants. Tal com passa amb les audicions a cegues, es tanca el programa amb un VTR del que passarà la setmana que ve.

L'estructura que segueixen les batalles és la següent:

- a) Es dona pas a la batalla i al coach a qui pertanyen els dos concursants.
- b) Es posa un VTR de l'assignació de les batalles (els dos candidats), la cançó que interpretaran, les classes amb el coach i l'assessor i finalment l'assaig general.
- c) Preparació al passadís dels dos concursants per separat mentre el presentador puja a l'escenari.
- d) Anunci dels dos concursants que s'enfrontaran.
- e) Actuació.
- f) Valoració dels altres coaches i tria del coach al concursant que millor ho ha fet.
- g) Rebuda dels familiars dels dos concursants per separat.
- h) Impressions dels dos concursants per separat (*off* i/o *stand up*)

¹⁸ Veure ANNEX 6, pàg. 122.

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

En total es presenten en aquesta gala de batalles fins a onze actuacions. Pel que fa el temps, les actuacions, les valoracions i els VTRs són el que més temps ocupa, entre dos i cinc minuts depenent del que es tracti, mentre que en la resta de programa les situacions són d'un minut i mig com a màxim.

11.2.2.3. *Les gales en directe*¹⁹

Fins ara totes les gales que s'havien vist eren en diferit, raó per la qual el programa es pren les gales en directe com a un gran esdeveniment. L'inici ja ve marcat per les referències a l'hora per tal de demostrar que es tracta d'un programa en viu. Al ser la primera gala en directe, els primers minuts estan dedicats a explicar el funcionament d'aquestes.

En les gales en directe s'introdueix una nova presentadora, la Tània Llasera, encarregada d'explicar les novetats a la sala interactiva, espai on els internautes deixen les seves opinions dels concursants i el programa a través de les xarxes socials. També és l'espai on els concursants van un cop finalitzada l'actuació.

En la dinàmica de les gales en directe, el set que abans era un ring esdevé de nou un escenari més ampli que el que hi havia a les audicions a cegues i amb un passadís central que condueix als coaches (fins ara estaven separats per un desnivell de l'escenari). De cada coach competeixen tres concursants, dos dels quals són salvats, un per el públic i l'altre pel propi coach. S'inicia la interacció doncs, per primer cop, amb l'espectador, qui té el poder de salvar al concursant preferit. Per aquestes gales, en canvi, desapareix la figura del assessor.

Tot i ser en directe es recorre al muntatge original i s'intenta donar el mateix dinamisme característic del programa amb les connexions en directe dels concursants que esperen a sortir a l'escenari des del passadís.

Les decisions del públic són donades amb extrema calma, de manera que es generi un efecte d'intriga en l'audiència.

L'estructura d'aquest programa es basa principalment en aquestes situacions:

- a) Introducció als artistes de cada coach
- b) VTR de l'equip del coach
- c) Informació de les votacions
- d) Actuació I

¹⁹ Veure ANNEX 7, pàg. 127.

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

- e) Valoració
- f) Actuació II
- g) Valoració
- h) Actuació III
- i) Valoració
- j) Valoracions coaches
- k) Connexió amb la sala interactiva
- l) Actuació amb el coach
- m) Salvat del públic
- n) Salvat del coach
- o) Declaracions perdedor

En aquestes gales els concursants no només actuen pel seu compte sinó que també canten amb el seu coach. D'aquesta manera es sumen un total d'actuacions de 17 actuacions, 12 dels concursants, 4 dels equips i una del coach Melendi.

11.2.2.4. *Final*²⁰

La final és l'última gala en directe, per tant es segueix un patró similar a l'anterior anàlisi. En aquest cas no cal una introducció a la dinàmica, però l'inici del programa va dedicat a la trajectòria del programa i en concret dels concursants.

Aquesta gala està dedicada a proclamar el guanyador del programa, pel qual la participació de l'audiència en les votacions és més important que mai. Per aquest motiu el presentador és clau per recordar els números de telèfon.

Es tracta d'una gala plena d'actuacions, per part dels concursants, els coaches i artistes convidats; en total sumen 18 actuacions. Es combinen actuacions de coach i artistes juntament amb els concursants, de manera que els quatre finalistes arriben a interpretar prop d'un mínim de cinc cançons cadascun. En aquesta gala tornen a aparèixer els assessors però no desenvolupen cap funció, sinó que venen en qualitat de convidats i també interpreten els seus temes amb els concursants.

A mesura que avança el programa el presentador es troba una mica desorientat degut al gruix de les actuacions i la falta de temps que tenen. En diverses situacions li costa arrancar i és nota que es no es troba còmode en la seva posició. Es tracta d'un cas aïllat, ja que el presentador

²⁰ Veure ANNEX 8, pàg. 129.

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

gaudeix d'experiència en el camp de la televisió. Degut a aquesta falta de temps que es comentava les decisions del públic són donades amb més rapidesa, ja que fins passades dues hores de programa no es comencen a donar dades dels primers eliminats.

Probablement l'estructura d'aquest programa sigui el més caòtic, ja que no sembla que es tingui un ordre predeterminat d'actuacions, com per exemple que els quatre concursants actuïn primer, després amb els coaches, etc. En realitat, la realització d'aquest últim programa dona l'efecte de ser més aviat fruit de l'espontaneïtat, tot i que en un programa de televisió aquest fet és impensable. L'estructura que s'ha pogut extreure de l'anàlisi és la següent:

- a) VTR abans de les actuacions individuals sobre el concursants
- b) Actuació
- c) Valoració

Amb els dos primers expulsats se'ls va posar VTRs amb el seu pas (de manera molt breu) pel programa, però en l'anunci del guanyador, el concursant que va quedar segon no va tenir cap VTR d'aquest tipus.

11.3. *Anàlisi III: Característiques del programa*

71

L'objectiu primordial d'aquest anàlisi era conèixer les característiques dels diferents programes estudiats per tal de esbrinar quins són els elements que el defineixen. Les categories analitzades han estat sobre la realització, el presentador, l'audiència i el clímax, dins de les quals s'hi troben diferents subcategories i variables.

11.3.1. *Gran Hermano*²¹

11.3.1.1. *Aspectes sobre la realització*

Gran Hermano és un programa que, tot i estar centrat en l'acció que es desenvolupa a la casa dels concursants, les gales es porten a terme en un plató de televisió. Dins d'aquest s'han determinat tres sets; aquest treball ha entès per set aquells espais de plató on es desenvolupen accions diferents entre ells.

En el cas de la **presentació**, un primer set ha estat la plataforma des de on la presentadora condueix el programa. Es tracta d'un set amb pantalles on es veuen les connexions en directe i el logotip del programa. Un segon set es troba a la zona de grades, és a dir, on és troba el públic. Es tracta d'un set important perquè en aquest es troben els familiars dels concursants a

²¹ Veure ANNEX 9-10, pàg. 133-134.

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

les primeres fileres. Aquest són clau durant la presentació del programa perquè són el primer contacte que l'audiència té per a conèixer els concursants, per aquest motiu la presentadora s'encarrega d'entrevistar-los breument per a què aportin detalls sobre els protagonistes. I per finalitzar trobem un tercer set, la porta que dona l'entrada al plató, però que en aquest programa no té cap paper.

Per a la **gala final** es mantenen els sets i el tercer adquireix protagonisme. El primer set segueix sent la posició de la presentadora i serveix d'espai per a les entrevistes amb els finalistes i el guanyador. El segon set es per als familiars i els concursants que ja són fora de la casa, i s'hi dedica bona part de l'acció, ja que part dels continguts del programa van dedicats a la trajectòria del programa. Per últim, si en la gala abans comentada el tercer set no tenia cap mena de transcendència, en aquest cas juga un paper important ja que és l'espai on es produeix l'entrada dels concursants tres mesos després de l'estada a la casa. També és el punt on es veurà per primer cop al guanyador del programa a plató.

Pel que fa a les càmeres, aquest estudi s'ha guiat per identificar les càmeres amb el visionat del programa i ha tractat de donar una aproximació del que possiblement es trobi en el plató original. D'aquesta manera s'ha trobat que la realització del programa compta amb una proporció de 3 a 5 càmeres estàtiques, les quals són les més utilitzades. A més, s'ha determinat la presència d'una grua, la qual fa plans aeris de curta distància que serveixen de transició tant per la tornada de publicitat com per acompanyar la presentadora del Set 1 al Set 2.

A l'última gala s'afegeix la presència d'una steadycam que es dedica al seguiment de l'entrada dels concursants a plató (Set 3) i a altres situacions com l'entrega del premi al guanyador.

Un dels punts forts del programa és la connexió en directe amb la casa i en tots dos programes, també amb els seus voltants.

En la gala de **presentació** es van arribar a fer dins la casa fins a nou connexions, mentre que als exteriors se'n van fer dos, una per connectar amb els familiars mentre esperaven i per últim, l'arribada i entrada a la casa dels concursants.

En la gala **final**, el nombre de connexions en directe respecte al primer programa augmenten considerablement. En aquest cas trobem tres tipus de connexió en directe: per una banda les connexions habituals del programa a la casa, els voltants de casa amb la presència mediàtica dels fans dels finalistes i per últim, els estudis de Telecinco. En total trobem fins a 17 connexions

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

amb la casa, 7 amb els exteriors i 3 dels estudis, un total de 27 connexions en directe en dues hores de gala.

Dins de la casa hi han 29 càmeres de tipologia estàtica i *dolly*, mentre que en els exteriors s'utilitzen d'una a tres càmeres en mà. A la gala final es mantenen aquestes mateixes càmeres, mentre que en els estudis el que s'empra es una *steadycam*, ja que realitza un seguiment de cara al guanyador, i també una grua que realitza plans de llarga distància.

En un programa en directe és primordial la presència de VTRs que permetin descansar al presentador per tal de què el pes no recaigui absolutament en la seva figura. En el cas de la **presentació** es van emetre fins a catorze VTRs:

1. Com va néixer el programa
2. Introducció dels 10 concursants
3. Introducció individual als concursants (10)
4. Com fan les maletes (nois i noies)

En l'últim programa, en canvi, hi van haver pocs VTRs en relació al primer; només hi van haver un total de 5.

1. Nextcoming amb els números de telèfon dels concursants al final per escollir el guanyador.
2. Els inicis del programa, un total de dos VTRs explicant la trajectòria.
3. Les parelles que s'han creat dins el programa
4. Les sortides que s'han donat al programa

Pel que fa la publicitat, programes que requereixen la participació de l'audiència solen aprofitar aquest vincle per a realitzar un desplegament publicitari considerable. Per aquest treball s'ha distingit fins a dos tipologies d'emetre publicitat: per una banda el tall publicitari i per altra la publicitat inserida, també coneguda com a emplaçament publicitari, considerada per aquest treball com tota aquella expressió publicitària que es troba dins la mateixa emissió del programa.

A la primera gala es van fer només 3 talls publicitaris, mentre que a la última es van realitzar fins a 4. S'entén l'augment respecte a la primera gala en què es necessitava temps per a què l'espectador votés i posteriorment, per fer el recompte de vots.

11.3.1.2. Aspectes sobre el presentador

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

Gran Hermano ha estat conduït des del seu inici fins ara per Mercedes Milà. Amb una edat emmarcada en aquell moment entre els 45 i els 50, Mercedes exerceix com a conductora absoluta, és a dir, ella és qui guia cap a quina direcció ha d'anar el programa. La seva posició és a plató, més concretament al Set 1, però sol desplaçar-se segons la situació del programa.

Aquest treball ha considerat d'analitzar la seva actitud amb aquelles persones a qui es dirigeix directament. S'han considerat variables als concursants, els espectadors i als familiars.

En aquesta gala la presentadora no va tenir contacte amb els concursants, es tracta de l'única gala en la que no tenen cap interacció. Per determinar els diferents trets s'ha contestat sempre a la pregunta "En què s'ha notat aquesta actitud?". Aquests ha estat els resultats obtinguts:

- **ESPECTADORS**

- Social: Es mostra còmoda en la seva posició de presentadora, i sempre es dirigeix a l'audiència.
- Simpàtica: Manté una actitud agradable
- Alegre: Se la nota emocionada i contenta
- Respectuosa: No falta al respecte
- Amable: Tracta amb consideració a l'audiència
- Seriosa: Manté una actitud professional.

- **FAMILIARS**

- Social: Es mostra còmoda en la seva posició de presentadora i porta amb naturalitat les entrevistes.
- Simpàtica: Manté una actitud agradable.
- Alegre: Manté una actitud contenta amb els familiars
- Respectuosa: No falta al respecte.
- Amable: Tracta amb consideració als familiars
- Seriosa: Manté una actitud professional.
- Atrevida: En moments puntuals realitza preguntes per a indagar més o intenta extreure respostes de manera més o menys forçada.

Cara a la gala final manté altres trets a més dels ja comentats i en aquesta ocasió sí que té contacte amb els concursants:

- **ESPECTADORS**

- Divertida: Fa bromes a l'audiència.

- **CONCURSANTS**

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

- Social: Es mostra còmoda en la seva posició de presentadora i porta amb naturalitat les entrevistes.
 - Simpàtica: Manté una actitud agradable.
 - Alegre: Se la nota contenta i emocionada per la final
 - Respectuosa: No falta al respecte.
 - Amable: Es mostra propera.
 - Divertida: Comenta de manera divertida anècdotes de la casa
 - Seriosa: Manté una actitud professional.
 - Atrevida: En moments puntuals realitza preguntes per a indagar més o intenta extreure respostes de manera més o menys forçada.
- **FAMILIARS**
 - Sensible: Empatitza amb els familiars i les ganes de veure els concursants fora de la casa.

Gran Hermano també compta amb un segon presentador. Es tracta de Fernando Acaso, d'uns 35-40, que desenvolupa el rol de suport davant la Mercedes. És l'encarregat de conduir les connexions en directe; en la primera gala es troba dins de la mateixa casa i la mostra a l'audiència, i més endavant serà qui guii els concursants a l'entrada. A la **final** és l'encarregat d'esperar als finalistes fora de la casa i de portar al guanyador fins a plató.

75

Els resultats pel que fa l'actitud han estat els següents:

- **ESPECTADORS**
 - Social: Es mostra còmode en la seva posició de presentador, i sempre procura que el que està mostrant també sigui visible per a l'audiència.
 - Simpàtic: Manté una actitud agradable.
 - Respectuós: No falta al respecte.
 - Amable: Es mostra proper.
 - Serios: Manté una actitud professional.
- **CONCURSANTS**
 - Social: Es mostra còmode en la seva posició de presentador, i sempre procura extreure el màxim d'informació tot i tenir poc temps, especialment en la situació de les arribades.
 - Simpàtic: Manté una actitud agradable i propera.
 - Respectuós: No falta al respecte.
 - Amable: Es mostra proper (però no massa empàtic)

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

- Serios: Manté una actitud professional.
- FAMILIARS
 - Social: Es mostra còmode en la seva posició de presentador, i sempre procura extreure el màxim d'informació tot i tenir poc temps.
 - Simpàtic: Manté una actitud agradable i propera.
 - Respectuós: No falta al respecte
 - Amable: Es mostra proper (però no massa empàtic)
 - Serios: Manté una actitud professional

Aquests trets es mantenen durant la **gala final**.

11.3.1.3. *Aspectes sobre l'audiència*

Pel que fa a l'audiència, en la **presentació** del programa no es reclama la participació d'aquesta. En canvi, durant la **gala final** és crucial, tal com anuncia la pròpia presentadora del programa. Per aquest motiu es fan moltes referències a aquesta per tal de què sàpiga en cada moment a qui votar i com van els resultats. S'informa de les votacions 8 cops mentre que els percentatges es mostren 5, sumant un total de 13 referències a l'audiència.

11.3.1.4. *Aspectes sobre el clímax*

76

En programes com aquest, la creació d'una atmosfera de clímax és essencial per a mantenir a l'espectador enganxat. En aquest cas, les situacions de la gala que provoquen moments de clímax tenen a veure amb els concursants, ja que no se'ls coneix.

- L'inici del programa, ja que, d'acord amb la presentadora, marca un abans i un després en el món de la televisió. L'inici està ple d'expectació i nervis perquè mai s'ha fet un programa d'aquest tipus abans.
- La introducció al programa dels concursants; la presentadora és la que genera aquesta expectació.
- El VTR de la presentació dels concursants; són l'element principal del programa i veure'ls per primer cop suposa un moment important.
- Els VTRs presentant individualment als concursants (10)
- Connexió en directe als exteriors i a la casa; es tracta del previ a l'entrada (amb els familiars esperant), l'arribada de cada concursant amb cotxe fins a l'entrada i posteriorment l'entrada conjunta a la casa i finalment els primers moments dins de la

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

casa. Totes aquestes situacions sumen un total de tres connexions en directe considerades com a clímax.

En total es viuen 16 moments de clímax en la gala inicial.

En la **gala final** el moment de clímax més important es troba en l'anunci del guanyador després de tres mesos de convivència:

- VTR nextcoming que va obrint a l'espectador la inquietud sobre qui guanyarà
- La preparació de l'anunci del guanyador; la presentadora s'encarrega de mantenir silencis llargs per a donar la intriga necessària.
- Anunci de les expulsions i el guanyador (3)
- Les connexions en directe a la casa, els exteriors i els estudis en el moment posterior de les expulsions o proclamació de guanyador
- L'entrada dels finalistes i el guanyador a plató (3)

En total s'han donat 9 moments de clímax durant la última gala.

11.3.2. *La Voz*²²

11.3.2.1. *Aspectes sobre la realització*

La Voz és un programa de cant, per tant el seu espai principal és un escenari per a les actuacions. Tot i així s'han determinat dos espais importants en el plató, de manera que es poden trobar tres sets diferenciats. Un primer set, com ja s'ha dit, és l'escenari principal; el segon és la zona dels coaches, les butaques giratòries, mentre que el tercer és la zona de grades, per al públic, i ocasionalment en les primeres fileres per a les famílies dels concursants.

En les **audicions a cegues** el Set 1 és únicament utilitzat pels artistes, mentre que a les **batalles** i les **gales en directe** també es converteix en l'espai del presentador. El Set 2 cobra importància en les audicions, ja que és l'espai on es determinarà si un concursant entra en el programa o no. En la resta de programes es converteix en el punt de les valoracions dels coaches i, menys en el cas de la gala final, també es decideixen quins concursants segueixen en el concurs.

Les càmeres del plató venen determinades pel tipus de situació que es doni; d'aquesta manera, en les **audicions a cegues** s'han establert la presència de 6 a 9 càmeres estàtiques, *dollys* i grues entre 1 i tres de cada. Les *dollys* s'encarreguen del moviment vertical cara a l'escenari i al públic

²² Veure ANNEX 11-14, pàg. 135-138.

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

(Set 1 i Set 3) mentre que una altra s'encarrega de l'horitzontal entre els coaches d'esquenes i el públic (Set 2 i Set 3). La presència de grues s'ha notat en plans més aviat de llarga distància sobre l'escenari. En el cas de les **batalles**, a més, apareix una steadycam, dedicat a fer un seguiment dels concursants al sortir per les portes del passadís en direcció a l'escenari i durant la mateixa actuació.

Tant a les **audicions a cegues** com en les **batalles** no es realitza cap connexió en directe, ja que l'emissió d'aquest programa és en diferit. És a partir de **les gales en directe** quan es realitzen connexions a altres espais. Els llocs on es connecta són dos: la sala interactiva (espai on es comenten les xarxes socials i s'entrevisten els concursants) i el passadís (on es preparen les properes actuacions). En el cas de la **primera gala en directe** es van realitzar fins a 7 connexions amb la sala interactiva i 11 al passadís, un total de 18 connexions en directe. En canvi, a la gala final es van realitzar menys; es van mantenir les 7 connexions amb la sala interactiva mentre que només es van connectar al passadís fins a 5 cops, de manera que el total de connexions es va reduir a 12. Aquesta disminució de connexions en directe pot ser causa de la falta de temps, per necessitat d'utilitzar l'espai d'emissió per a publicitat, o bé perquè es va prioritzar donar més importància a altres situacions que no pas al que estava passant al passadís.

Així doncs, a més del plató s'han trobat altres espais importants dins el programa. En les **audicions a cegues** s'han trobat fins a 5 espais més sense comptar el plató principal. Per una banda el passadís, abans comentat, on els concursants esperen per a entrar al plató. En aquest s'empren d'una a 3 càmeres en mà que capten al concursant mentre espera. En les audicions també es grava en exteriors l'entrada del concursant i la seva família a l'edifici on es porta a terme el programa. Per a captar aquest moment s'empra en primer lloc una grua que fa un seguiment aeri sobre com passen per la catifa de l'entrada i d'una a 3 càmeres en mà que s'encarreguen dels plans sobre terra. Un tercer espai és el hall, on el concursant i les famílies esperen a ser cridats i són entrevistats pel presentador. En aquest s'empra només la càmera en mà, d'una a tres en total segons les circumstàncies. Paral·lelament a l'actuació s'habilita una sala per als familiars mentre esperen, els quals veuen, acompanyats pel presentador, el que està passant a l'escenari. També és el lloc de rebuda pel concursant un cop ha finalitzat la seva actuació. En aquest espai s'empra d'una a tres càmeres en mà. I per finalitzar, a les audicions també s'ha utilitzat una sala anomenada per aquest estudi com a sala blanca, on els coaches fan *stand ups* i opinen sobre el que ha passat al programa. En aquesta sala només hi ha una càmera estàtica per a realitzar un únic pla.

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

En les **batalles** el nombre d'espais es redueix considerablement. Desapareix la sala dels familiars, el hall, els exteriors i la sala blanca, i deixant de banda el plató, només es troben dos espais més: el passadís (es mantenen les característiques abans comentades sobre les càmeres) i la sala d'assajos. Aquest últim espai substitueix a la sala blanca i es converteix en el punt d'opinió dels coaches, on realitzen *stand ups* captats per una càmera única i estàtica.

Tant a les **gales en directe** com a la **final** desapareix la sala d'assajos i els *stand ups*, ja que no té massa sentit realitzar-ne en una gala en directe, i apareix la sala interactiva. Aquesta sala annexa és un segon espai d'activitat pels concursants, ja que són entrevistats per una segona presentadora i és on podran esbrinar el que les xarxes socials diuen sobre ells. Per aquesta sala s'empra la càmera en mà, i s'ha determinat la presència d'una a 3 càmeres.

Pel que fa als VTRs, tant a les **audicions a cegues** com a les **batalles** era difícil determinar el que es podia considerar VTR, ja que es un programa en diferit, no s'explicita en quin moment n'entra cap. Per això, en aquest estudi s'ha considerat VTR en aquestes dues gales tot aquell fragment de vídeo que no es trobava localitzat en cap dels emplaçament abans comentats o bé que pel ritme i l'estètica es diferenciava clarament de la resta de continguts del programa.

En el cas de les **audicions a cegues** s'han trobat fins a 5 VTRs:

1. Presentació dels espais del programa
2. Presentació del programa (visionat d'imatges d'altres països)
3. Com funcionen les audicions a cegues
4. Recopilació de les audicions a cegues
5. Propera setmana

A les **batalles** s'han determinat els següents, un total de 15:

1. Presentació de la dinàmica de les batalles
2. Les reunions amb els coaches (11)
3. VTR publicitari del presentador amb els concursants
4. Propera setmana

En les **gales en directe** i, en conseqüència, en la **final** era més fàcil identificar els VTRs, ja que el presentador donava pas a aquests. En la **primera gala en directe** s'hi ha trobat 5 VTRs:

1. Els equips dels coaches (4)
2. Els millors moments de la nit

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

I per a la **final** es van trobar fins a 9 VTRs:

1. La trajectòria del programa i dels concursants (5)
2. El paper dels assessors
3. El paper dels coaches
4. Homenatge als dos primers eliminats (2)

Pel que fa la publicitat, en el cas de les **audicions a cegues** no s'ha pogut determinar on es troben els talls publicitaris i tampoc la presència de publicitat inserida, ja que el visionat es va realitzar a través d'Internet i aquestes dades poden haver estat eliminades.

A les **batalles** es van trobar fins a 15 expressions de caràcter publicitari. En total van haver-hi 6 talls i 9 insercions de publicitat. A la **gala en directe** es van trobar fins a 7 talls publicitaris i tres insercions, un total de 10 referències a la publicitat. Però la que més publicitat va registrar va ser la **final**, on es van donar fins a 8 talls publicitaris i 10 insercions, un total de 18 moments de publicitat. Aquest augment pot ser degut a què al ser la final, el nombre d'audiència seguint-la seria superior al de la resta de les gales, i es pensaria en aprofitar aquesta situació. També s'entén que la publicitat juga un paper a favor del programa en el moment de deixar temps a l'audiència per a decidir a qui votar i posteriorment fer-ne el recompte.

80

11.3.2.2. *Aspectes sobre el presentador*

La Voz és conduïda per Jesús Vázquez, el qual gaudeix d'experiència en el camp d'aquests tipus de programes. D'uns 40-45 anys, excepte en les **audicions a cegues**, exerceix com a conductor absolut del programa, marcant les entrades i sortides de l'escenari i donant pas als coaches i entrevistant els concursants. En canvi, a les **audicions a cegues** el seu paper es redueix a un suport pel programa, ja que s'encarrega d'entrevistar als concursants que entraran a plató i d'estar amb els familiars animant l'actuació. En aquest programa el seu espai és, doncs, en el hall i posteriorment a la sala dels familiars. A la resta de programes fixa el seu lloc al Set 1, l'escenari principal, tot i que sol començar les gales des del Set 3.

Per a analitzar l'actitud d'aquest presentador s'ha optat per afegir a les categories, a més dels abans mencionats, als coaches del programa. En les **audicions a cegues**, però, no té tracte amb aquests:

- **ESPECTADORS**
 - Social: Es mostra còmode en la seva posició de presentador i sempre es dirigeix directament a l'audiència.

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

- Simpàtic: Manté una actitud agradable i oberta
- Alegre: Se'l nota emocionat i content
- Respectuós: No falta al respecte
- Amable: Té un tracte proper
- Divertit: Fa bromes i manté una actitud distesa i graciosa
- Sensible: Empatitza amb les situacions del programa
- **CONCURSANTS**
 - Social: Es mostra còmode en la seva posició de presentador i sempre sap conduir les conversacions entre concursants.
 - Simpàtic: Manté una actitud agradable i oberta
 - Alegre: Se'l nota emocionat i content
 - Respectuós: No falta al respecte
 - Amable: Té un tracte proper
 - Divertit: Fa bromes i manté una actitud distesa i graciosa
 - Sensible: Empatitza amb la situació del concursant. Si perd consola i si guanya s'alegra.
- **FAMILIARS**
 - Social: Es mostra còmode en la seva posició de presentador i sempre sap conduir les conversacions entre familiars
 - Simpàtic: Manté una actitud agradable i oberta
 - Alegre: Se'l nota emocionat i content
 - Respectuós: No falta al respecte
 - Amable: Té un tracte proper
 - Divertit: Fa bromes i manté una actitud distesa i graciosa
 - Sensible: Empatitza amb la situació del concursant cara a la família. Si perd consola i si guanya s'alegra.

Pel que fa a l'actitud amb els coaches, a partir de les **batalles** s'ha percebut el següent:

- Social: Es mostra còmode en la seva posició de presentador i sempre sap conduir les conversacions entre coaches
- Simpàtic: Manté una actitud agradable i oberta
- Alegre: Se'l nota emocionat i content
- Respectuós: No falta al respecte
- Amable: Té un tracte proper

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

- Divertit: Fa bromes i manté una actitud distesa i graciosa
- Sensible: Empatitza amb la situació dels coaches a l'hora de fer la tria de concursant i la dificultat que tenen en el seu paper.

En el cas de les **batalles**, el presentador deixa de tenir relació amb les famílies. L'actitud del presentador es manté en la resta de programes, tot i que en la **gala final** es mostra més atabalat del que és habitual. Això però, no sembla provocat pel directe, sinó que més aviat es tracta del gruix d'informació que ha de donar i el poc temps del que disposa per a donar pas a tantes actuacions.

A partir de les **gales en directe** apareix la figura d'una segona presentadora, la Tània Llasera, d'uns 30-35 anys. El seu rol és de suport, ja que es troba a la sala interactiva i és l'encarregada d'aportar informacions sobre les xarxes socials.

Pel que fa la seva actitud, es mostra extravertida i despreocupada, d'acord amb la seva edat. En les **gales en directe** no té tracte amb les famílies.

- **ESPECTADORS:**

- Social: Es mostra còmode en la seva posició de presentadora i sap dirigir-se directament a l'audiència.
- Simpàtica: Manté una actitud agradable i oberta
- Alegre: Se la veu contenta i emocionada
- Respectuosa: No falta al respecte
- Divertida: Fa bromes i manté una actitud distesa i graciosa

- **CONCURSANTS:**

- Social: Es mostra còmode en la seva posició de presentadora i sap crear situacions de conversa
- Simpàtica: Manté una actitud agradable i oberta
- Alegre: Se la veu contenta i emocionada
- Respectuosa: No falta al respecte
- Divertida: Fa bromes i manté una actitud distesa i graciosa
- Atrevida: Presenta situacions espontànies i sorgides del moment

- **COACHES:**

- Social: Es mostra còmode en la seva posició de presentadora i sap crear situacions de conversa
- Simpàtica: Manté una actitud agradable i oberta

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

- Alegre: Se la veu contenta i emocionada
- Respectuosa: No falta al respecte
- Divertida: Fa bromes i manté una actitud distesa i graciosa
- Atrevida: Presenta situacions espontànies i sorgides del moment

Sol parlar precipitadament, a un ritme accelerat respecte al seu company, però entenedor.

Un altre perfil a destacar del programa són els coaches. Són un dels elements principals del programa, a més de què aporten el punt d'experiència en el camp de la música. Són un total de quatre, i desenvolupen el paper de jurat a la vegada que de consellers pels concursants. Participen en tots els programes de la temporada des del Set 2 (les butaques). Els coaches no tenen tracte directe amb les famílies i en les **audicions a cegues** i les **batalles** no es dirigeixen als espectadors. A grans trets comparteixen les següents característiques entre ells:

- **CONCURSANTS:**

- Simpàtics: Mantenen una actitud agradable i oberta
- Respectuosos: No falten al respecte
- Amables: Mantenen una actitud afable amb els concursants.

- **COACHES:**

- Simpàtics: Mantenen una actitud agradable i oberta entre ells
- Respectuosos: No falten al respecte
- Amables: Mantenen una actitud afable entre ells

83

A partir de les **gales en directes** es dirigeixen a l'audiència directament, ja que són els encarregats d'escollir quin dels seus concursants segueix en el programa. Cara l'audiència mantenen la mateixa actitud que amb els concursants i la resta de coaches, però tenen una actitud seriosa degut a la responsabilitat d'aquesta cara al seu equip.

El primer coach és David Bisbal, d'uns 30-35 anys. Presenta les següents característiques a més de les comentades:

- **CONCURSANTS:**

- Social: Dóna conversa i sap obrir-se als concursants.
- Divertit: Fa bromes i manté una actitud distesa i graciosa.
- Sensible: Empatitza amb el concursant en cas de ser escollit o expulsat
- Atrevit: Provoca situacions espontànies.

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

- Pesat: En moments determinats (com intentar convèncer al concursant perquè vagi al seu equip) atabala al concursant.
- **COACHES:**
 - Social: Dóna conversa i sap obrir-se als coaches.
 - Divertit: Fa bromes i manté una actitud distesa i graciosa.
 - Pesat: En moments determinats no deixa parlar als seus companys.

Degut a la necessitat de convèncer al concursant que triï un coach quan més d'un es dóna la volta a les **audicions a cegues**, en David Bisbal presenta una actitud pesada en el sentit que insisteix molt al concursant i no permet que els altres coaches s'expressin amb el mateix temps que ell ha tingut. Aquesta actitud, però, no es repeteix a la resta de programes.

El segon coach del concurs és Rosario Flores, d'uns 40-45 anys. Comparteix els tres trets amb la resta de coaches i a més a més presenta els següents:

- **CONCURSANTS:**
 - Social: Dóna conversa i sap obrir-se als concursants.
 - Alegre: Es mostra contenta i entusiasmada.
 - Divertida: Fa bromes i manté una actitud distesa i graciosa.
 - Sensible: Empatitza amb el concursant en cas de ser escollit o expulsat.
 - Atrevida: Provoca situacions espontànies.
- **COACHES**
 - Social: Dóna conversa i sap obrir-se als coaches.
 - Alegre: Es mostra contenta i entusiasmada.
 - Divertida: Fa bromes i manté una actitud distesa i graciosa.

84

A partir de les **batalles** es mostra molt afectuosa amb els seus concursants i a la **final** es mostra sensible cara a l'audiència perquè ells són els que tenen la decisió sobre qui guanya.

El tercer coach és la Malú, d'uns 30-35 anys. És la que més es diferencia de la resta de coaches, almenys en les **audicions a cegues** ja que no té massa protagonisme.

- **CONCURSANTS:**
 - Sensible: Empatitza amb el concursant en cas de ser escollit o expulsat.
 - Seriosa: Manté una actitud professional amb els concursants.
 - Tímida: No té massa protagonisme ni intenta destacar en el moment de tria dels concursants.

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

- **COACHES**

- Seriosa: Manté una actitud professional amb els seus companys.
- Arrogant: Té algun breu enfrontament amb un coach per la tria d'una concursant.

Només en les **audicions a cegues** es dona la situació d'un petit enfrontament entre coaches i es considera que l'actitud de la coach en aquest cas era arrogant. Es tracta d'un cas aïllat i la relació entre coaches és cordial durant tot el programa. En les **batalles** manté la mateixa actitud excepte la timidesa, ja que es mostra més oberta i social.

A les **gales en directe** es manté social cara a l'audiència i sensible per la decisió que han de prendre els espectadors.

I el quart i últim coach és en Melendi, d'uns 30-35 anys. Es tracta del coach que més protagonisme té en les **primeres audicions a cegues** degut a què és qui s'emporta més concursants al seu bàndol. Com a característiques se'n destaca el següent:

- **CONCURSANTS:**

- Social: Dóna conversa i sap obrir-se als concursants.
- Divertit: Fa bromes i manté una actitud distesa i graciosa.
- Serios: Manté una actitud professional amb els concursants.
- Atrevit: Provoca situacions espontànies.

- **COACHES:**

- Social: Dóna conversa i sap obrir-se als coaches.
- Divertit: Fa bromes i manté una actitud distesa i graciosa.
- Serios: Manté una actitud professional amb els seus companys.
- Arrogant: Té algun breu enfrontament amb un coach per la tria d'una concursant.

Com en el cas de la Malú, Melendi té una disputa amb ella, per això s'ha considerat una actitud arrogant en aquest cas, però la situació no es torna a repetir. A partir de les **batalles** es mostra més sensible cara als concursants i els coaches, i empatitza amb la dificultat de triar un concursant per davant de l'altre. Per contra, ja no manté una actitud divertida sinó que es mostra més seriós que als inicis degut a l'impacte del programa en els concursants.

A les **gales en directe** manté aquesta actitud també amb l'audiència, tot i que torna a fer broma amb els concursants.

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

11.3.2.3. *Aspectes sobre l'audiència*

El paper de l'audiència al programa **La Voz** entra en joc a partir de les gales en directe, és a dir, dels tretze programes només en cinc hi participa. Per tant, les dades que s'han recollit sobre l'audiència han estat les de la **primera gala en directe** i la **final**.

En el primer cas hi van haver un total de 18 referències a l'audiència, i totes elles provenien de la informació sobre les votacions que el presentador oferia a l'audiència abans i després de les actuacions dels concursants. En aquest cas no es feia mostra de percentatges.

En canvi, en el cas de la **final** sí que es mostraven els percentatges per anar obrint boca sobre qui podia ser el que més quantitat de vots tenia. Van mostrar fins a 4 cops els percentatges de les votacions, mentre que el presentador va oferir els números de telèfon per votar a l'audiència 13 cops. En total, es van fer 17 referències a l'audiència.

11.3.2.4. *Aspectes sobre el clímax*

El clímax de **La Voz** rau especialment en les actuacions dels diferents concursants. En el cas de les **audicions a cegues** el que més clímax provocava era el moment en què els coaches polsen el botó i les seves butaques es giren per a triar un dels concursants. Els moments de clímax, doncs, d'aquest programa són:

1. La introducció al programa, ja que és un programa nou amb una dinàmica força diferent a l'habitual.
2. L'inici de les audicions
3. Anunci que el concursant entra al programa (2), casos excepcionals en què el presentador es desplaçava fins a on vivia el concursant i se'l deia que estava dins el programa.
4. El previ a l'entrada dels concursants (16) perquè no se sap si seran escollits o no
5. Les actuacions (16)
6. Les valoracions (16)
7. VTR de la propera setmana

En total 53 moments de clímax de la gala.

Pel que fa a les **batalles**, el més important de la gala és la batalla i el resultat final d'aquesta:

1. El previ a l'entrada dels concursants (11)
2. Anunci de les batalles (11)

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

3. Batalles (11)
4. Valoracions (11)
5. VTR propera setmana

En total són 45 moments de clímax.

En la **primera gala en directe** el moment de clímax més àlgid es troba en els salvats de cada equip, determinat per l'audiència i el propi coach.

1. Actuacions (12)
2. Actuació per equips (4)
3. Anunci dels salvats (8)

En total 24 moments de clímax.

I per últim en la **final** el gran moment del programa es troba en l'anunci del guanyador.

1. Introducció del programa (es destaca que és la gran final)
2. VTR de la trajectòria del programa
3. Entrada dels assessors de nou al programa
4. Mostra de percentatges (2)
5. Informació de les votacions (4)
6. Actuació concursants amb artistes (4)
7. Actuacions individuals (5)
8. Actuacions assessor – concursant (3)
9. Actuacions coach – concursant
10. Nomentament dels finalistes – guanyador (3)

En total a la gala final es van donar 29 moments de clímax.

12. COMPARACIÓ DE RESULTATS GRAN HERMANO – LA VOZ

12.1. *Anàlisi I: Primera temporada*

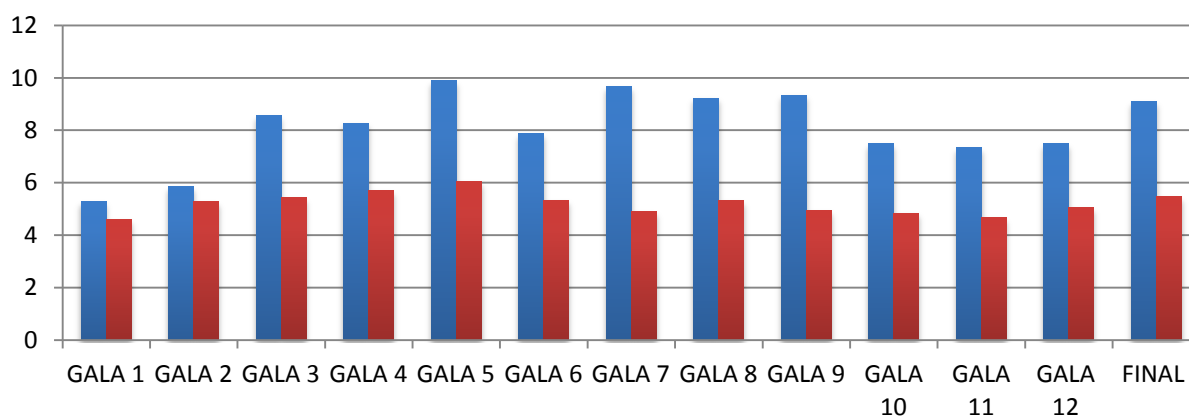
La primera temporada de **Gran Hermano** i **La Voz** van tenir més de deu programes totes dues. Mentre que **Gran Hermano** va tenir-ne 16, **La Voz** va tenir un total de 13, però es pot considerar que totes dues temporades eren de durada similar.

En realitat, el que més diferencia aquests dos programes pel que fa el primer anàlisi és el tipus d'emissió: mentre que **Gran Hermano** s'emet totalment en directe, **La Voz** no ho fa fins passats vuit programes. Partint de la base que el pes de **La Voz** rau en les audicions a cegues (ja que és l'element que el diferencia de qualsevol altre programa de cant), s'entén que el programa s'ha volgut assegurar de què aquestes fossin el millor elaborades possible en el camp de la realització. Tot i així, cal tenir en compte que el risc de fer-ho tot en directe és major, i **Gran Hermano** s'aprofita d'una bona realització per obtenir uns bons resultats.

Pel que fa a la llargada de la temporada, totes dues van tenir una duració de tres mesos, i l'emissió es va dur a terme en horari *prime time*.

Pel que fa als espectadors i el *share*, **Gran Hermano** supera considerablement els resultats de **La Voz**. Cal tenir en compte, però, que el primer programa no va ser emès en l'entorn de la TDT, al contrari que el segon. Mentre que el primer programa competia directament amb dues cadenes públiques (TVE i TVE2) i una privada (Antena 3), totes de caràcter generalista, el segon havia de destacar-se de les mateixes públiques (La1 o La 2) i amb tres cadenes privades generalistes (Antena 3, Cuatro i La Sexta), a més dels canals temàtics de la TDT.

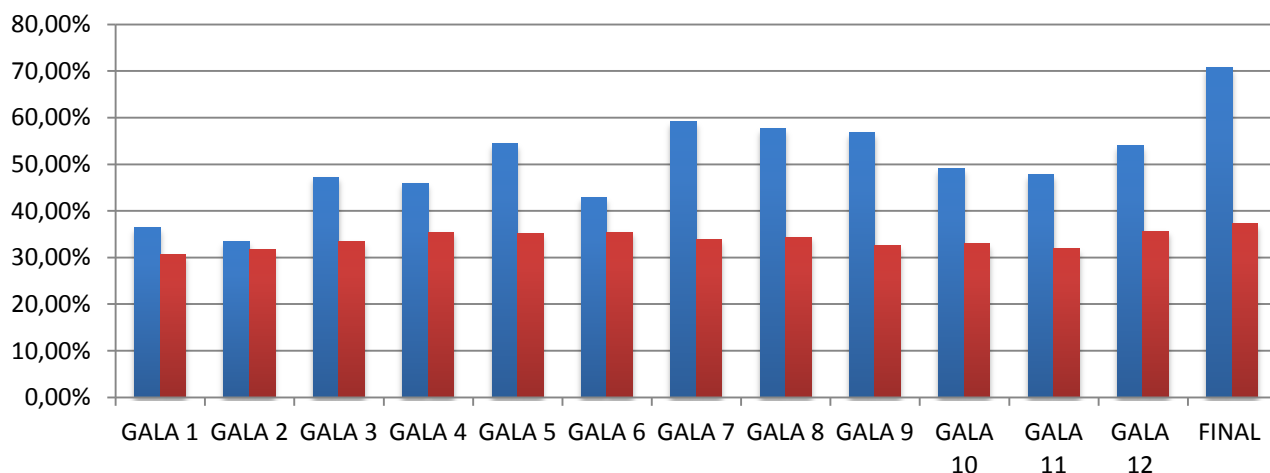
Gràfic 20. Comparativa dels espectadors de la primera temporada de Gran Hermano i La Voz



Font: Elaboració pròpia a partir dels RESULTATS, punt 11.1, pàg. 61.

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

Gràfic 21. Comparativa del *share* de la primera temporada de Gran Hermano i La Voz



Font: Elaboració pròpia a partir dels **RESULTATS**, punt 11.1, pàg. 61.

Deixant de banda els resultats en números degut a la diferència d'entorns televisius d'ambdós programes, es poden extreure diverses conclusions d'aquestes dues taules. Ja que **Gran Hermano** té més programes que **La Voz**, per a aquesta comparativa s'han considerat els seus dotze primers programes i la final.

En tots dos programes es dona el cas en què el primer programa és dels menys vistos. Mentre que a **Gran Hermano** és el segon menys vist tant per espectadors com per *share* registrat, en el cas de **La Voz** és el menys vist de tota la temporada en totes dues categories. Aquest fet s'entén en què es tracten de programes que presenten dinàmiques noves cara a l'espectador, el qual no s'ha familiaritzat amb el concepte de cada programa.

Més endavant tots dos experimenten un creixement considerable respecte als primers resultats. Mentre que **La Voz** produeix una pujada força estable respecte a la primera gala, el creixement de **Gran Hermano** és molt més notable, superant els 20 punts de *share* respecte als primers resultats. En el cas de **Gran Hermano** les pujades més importants a nivell d'espectadors i *share* les protagonitza a la meitat de la seva temporada, mentre que cap al final els programes baixen considerablement. No és el cas de **La Voz**, ja que es manté estable durant tota la seva temporada, entre tres i quatre punts de *share* pujant o baixant.

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

En tots dos casos la final és el programa que més *share* registra, tot i que no és el que més espectadors congrega. Ambdós resultats es desmarquen de la resta de la temporada i baten el seu propi rècord²³.

12.2. Anàlisi II: Estructura del programa

En la comparació del segon anàlisi s'ha optat per comparar la presentació de **Gran Hermano** amb els aspectes dels tres programes analitzats de **La Voz**, mentre que les finals dels programes seran comparades entre elles.

El primer que es veu en la presentació de **Gran Hermano** és a la presentadora a plató introduint el programa i explicant pocs detalls de la seva dinàmica. A **La Voz** també és el presentador al primer que es veu en pantalla i també introdueix el programa, però ho fa des del hall, no des de plató. En el primer programa de **Gran Hermano** s'introdueix el segon presentador, mentre que a **La Voz** no apareix fins a les **gales en directe**.

Gran part del programa de presentació de **Gran Hermano** serveix per explicar el seu funcionament, mentre que **La Voz** dedica molt poc temps a aquesta explicació. A més aprofita el diferit, en el cas de les **audicions a cegues** i de les **batalles**, per fer-ho de manera més ràpida i dinàmica.

90

Al ser en directe, a **Gran Hermano** es fan diverses referències a l'hora en què s'està emeten. A **La Voz** no es dóna aquesta informació fins a les **gales en directe**. El mateix passa amb les connexions: mentre que **Gran Hermano** ja compta des del primer programa amb connexions en directe, **La Voz** s'ha d'esperar a les **gales en directe** per a poder aportar-ne. En canvi, el que si que pot fer **La Voz** i no **Gran Hermano** és aportar un muntatge de ritme únic i característic pel programa. L'estètica i la narració al llarg de la seva primera gala el defineixen i li aporten personalitat. A més s'evita el factor de l'espontaneïtat i es permet afegir més continguts en el programa que els que es puguin veure en un directe, el qual va massa marcat per la falta de temps.

A **Gran Hermano** es donen canvis de sets de la presentador; en canvi a **La Voz** no es dóna aquesta situació, ja que el presentador es manté sempre en el seu set (excepte en el cas de les **audicions a cegues**, on no es troba a plató).

²³ **El País:** "La Voz" se despide con un récord de "share" pero no de audiencia, 20/12/2012
URL: http://cultura.elpais.com/cultura/2012/12/20/television/1355996434_561095.html

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

A la presentació de **Gran Hermano** es dona un paper important als familiars, ja que es poden conèixer els concursants a través d'ells. El mateix passa a les **audicions a cegues**, els familiars juguen un paper molt important perquè són el suport del concursant. Això es demostra en l'habilitació d'un espai específic pels familiars.

Els espais de tots dos programes també són diferents, marcats pel marc temporal en el qual es troben. Mentre que el plató de **Gran Hermano** és més aviat simple i de mida estàndard, el plató de **La Voz** és molt ampli i espaiós, en comparació aporta més espectacularitat. A més, en les **batalles** i les **gales en directe**, l'escenari pateix canvis, de manera que segons el tipus de gala s'adapta l'espai a la situació del programa.

A la primera gala de **Gran Hermano** es fa ús de les entrevistes a familiars, concursants, etc. per a obtenir informació; en el cas de **La Voz** a les **audicions a cegues** i a les **batalles** s'aprofita l'*stand up* per a aportar-ne'n. Es tracta d'un mètode que ofereix el diferit i que permet la tria de la informació necessària sense haver de gastar temps.

Pel que fa a les dues finals, tenen diversos punts en comú. Per una banda, aprofiten el directe per a realitzar connexions, tot i que no en la mateixa mesura. Mentre que a **La Voz** es connecta amb sales annexes al plató principal, **Gran Hermano** va més enllà i per la seva final realitza connexions en directe als exteriors de la casa i a més a més als estudis de Telecinco. Els recursos que va utilitzar també són destacables, com el fet de portar al guanyador en helicòpter des de la casa quan, tal com enuncia la pròpia presentadora, els helicòpters no poden volar per la nit i és necessari un permís especial.

Totes dues gales dediquen part del seu contingut a la trajectòria del programa i dels concursants. En el cas de **Gran Hermano** es tracta del *leitmotiv* de la seva final, ja que té a tots els concursants que han estat expulsats de la casa per a relatar quin ha estat l'impacte del programa en les seves vides. Per aquest motiu la presentadora realitza diverses entrevistes als convidats a plató tractant aquest tema. Per a **La Voz**, en canvi, s'hi dediquen VTRs a l'evolució tant del programa com dels concursants finalistes, però es centra més en les actuacions musicals.

L'inici en tots dos casos ve marcat per un VTR; en el cas de **Gran Hermano** és un *nextcoming* sobre el que passarà a la gala final i els números de telèfon per a votar, mentre que a **La Voz** és un recull dels millors moments dels finalistes.

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

La importància de l'audiència en totes dues gales es fa evident en els missatges dels presentadors, els quals animen reiteradament a l'espectador per a què votin amb temps.

Per fer l'anunci del guanyador, mentre que a **Gran Hermano** es deixa temps i es marquen els silencis per afegir tensió i intriga al moment, a **La Voz** es fa precipitadament i sense deixar massa temps per a generar expectació. Això es degut a què a **Gran Hermano** s'enuncia el guanyador a la meitat del programa mentre que **La Voz** ho fa just al final, amb poc més temps que per fer-li una breu entrevista i l'actuació final.

El directe genera moments espontanis però en cada programa es dona de manera diferent. Mentre que en el cas de **Gran Hermano** els moments espontanis són de poca transcendència (algun comentari que a la presentadora li ve al cap durant les entrevistes o el guanyador gastant més temps del reglamentari saludant a la gent que l'espera fora de casa), en el cas de **La Voz** l'espontaneïtat a la final no es va controlar massa. Aquesta situació es fa evident amb el presentador, el qual es troba perdut en l'anunci de les actuacions i cap al final se'l nota poc segur i s'equivoca amb freqüència. Això pot ser conseqüència a la voluntat de tenir moltes actuacions i per tant, no seguir una estructura tant ben definida com en els programes anteriors.

Pel que fa a l'audiència, tots dos programes fan moltes referències a aquesta en tots els seus programes. En el cas de **Gran Hermano**, el seu primer programa no demana la participació de l'audiència, i el mateix passa amb **La Voz** a les audicions a cegues i les batalles. Degut a la importància de les votacions en les gales finals, s'ha optat per comparar aquestes dues:

12.3. *Anàlisi III: Característiques del programa*

El tercer anàlisi permet comparar les característiques de tots dos programes al llarg de la seva temporada.

Tant a **Gran Hermano** com a **La Voz**, l'espai més important és el plató principal. En tots dos casos el seu plató es troba conformat per tres sets, amb una distribució amb certes similituds. Per una banda, **Gran Hermano** té un primer set a una plataforma on es troba la presentadora. **La Voz**, en canvi, compta amb un escenari des d'on el presentador condueix la gala (excepte a les **audicions a cegues**). El segon set de **Gran Hermano** pertany a les grades, on es troben els familiars dels concursants, i en el cas de l'última gala els mateixos exconcurants. Aquest set també es troba a **La Voz**, és el tercer i també es on es troben els familiars. El segon set de **La Voz** és on es situen els coaches i les seves butaques, les quals cobren importància a les **audicions a cegues**. El mateix

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

passa amb l'últim set de **Gran Hermano**, la porta d'entrada, la qual cobra protagonisme a la gala final.

El desplegament de càmeres a plató marca algunes diferències entre ambdós programes. Mentre que **Gran Hermano** compta amb unes 3 o 5 càmeres estàtiques, la realització de **La Voz** sembla ser que en tingui més de sis. A **Gran Hermano** es fa ús d'altres càmeres com la grua per a les transicions i l'steadycam per al seguiment de l'entrada dels finalistes/guanyador durant la final. A **La Voz**, en canvi, a més de grues s'utilitzen dollys, i una steadycam per a les batalles. **La Voz** es caracteritza per fer un ús molt més espectacular que **Gran Hermano** pel que fa als tipus de plans i al ritme d'aquests.

Pel que fa a les connexions en directe, **Gran Hermano** supera a **La Voz** en número de connexions:

Taula 27. Comparativa entre les connexions en directe dels programes analitzats de Gran Hermano i La Voz

GRAN HERMANO					LA VOZ			
PRESENTACIÓ		FINAL			GALES EN DIRECTE (I)		FINAL	
CASA	EXTERIORS	CASA	EXTERIORS	ESTUDIS	SALA INTERACT.	PASSADÍS	SALA INTERACT.	PASSADÍS
9	2	17	7	3	7	11	7	5
11		27			18		12	
TOTAL		38			TOTAL		30	

Font: Elaboració pròpia a partir dels RESULTATS, punt 11.3, pàg. 71.

En canvi, **La Voz** supera a **Gran Hermano** en la implicació d'altres espais al marge del plató principal. Al segon programa es connecta amb la casa (la qual té fins a 29 càmeres) i amb els exteriors, afegint els estudis de Telecinco a la gala final. En aquests dos llocs s'empra la càmera en mà i en l'últim cas també es compta amb una grua i una steadycam. A **La Voz**, en canvi, apareixen molts més espais que es van reduint a mesura que avança el programa. Un dels llocs que s'han trobat en els quatre programes analitzats de la primera temporada és el passadís on esperen els concursants, en el qual s'empra la càmera en mà. En les audicions a cegues es compta amb: (1)el hall i (2)la sala dels familiars, totes dues amb càmera en mà; (3)els exteriors on trobem una grua i la càmera en mà; (4)i finalment la sala blanca, on es fan *stand ups* i per tant s'empra una sola càmera estàtica. Per a les batalles aquests espais desapareixen i s'usa una sala d'assajos per als *stand ups*, emprant la mateixa càmera que a la sala blanca. Finalment a les

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

gales en directe desapareix la sala d'assajos i s'utilitza la sala interactiva, on es connecten en directe i on s'utilitzen d'una a tres càmeres en mà.

En tots dos programes utilitzen VTRs d'acord amb els continguts que es donen en cadascuna de les gales analitzades. No s'ha considerat adequat el fer el recompte total de VTRs ja que en el cas de **La Voz** s'han analitzat més programes i lògicament té un nombre total de VTRs superior respecte a **Gran Hermano**.

Un dels punts més interessants dins d'aquesta comparativa és la publicitat:

Taula 28: Comparativa entre el total de publicitat en els programes analitzats de Gran Hermano i La Voz

GRAN HERMANO			LA VOZ		
GALA	INSERIDA	TALLS	GALA	INSERIDA	TALLS
PRESENTACIÓ	X	3	A. A CEGUES	X	X
FINAL	X	4	BATALLES	9	6
TOTAL	7		G. EN DIR.	3	7
			FINAL	10	8
			TOTAL	43	

Font: Elaboració pròpia a partir dels **RESULTATS**, punt 11.3, pàg. 71.

La diferència entre un programa i l'altre és evident; mentre que a **Gran Hermano** només es van donar talls publicitaris, a **La Voz** es fa ús de la publicitat inserida dins del mateix programa. En el cas del segon programa la presència de publicitat augmenta considerablement, i finalment es dispara a la gala **final**. La distància de temps entre un programa i l'altre pot ser la causa, ja que les tècniques publicitàries que s'empraven al 2000 no són les mateixes que les que s'estan utilitzant en l'actualitat.

Pel que fa el presentador, mentre que a **Gran Hermano** el programa és conduït per una dona (Mercedes Milà), **La Voz** és conduït per un home (Jesús Vázquez). Tot i així, la seva funció com a presentadors és la mateixa, són els conductors absoluts del programa i els que marquen els continguts d'aquest. En el cas de **La Voz**, el presentador no desenvolupa aquest paper fins a les **batalles**, ja que durant les **audicions a cegues** és un suport per a conèixer els concursants i els seus familiars. Tots dos tenen un perfil de la mateixa edat i la seva posició habitual es troba en el Set 1 de cada plató.

Sobre les actituds que tots dos presentadors han tingut amb qui estableixen una relació en el programa s'han trobat els següents resultats:

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

Taula 29: Comparativa entre l'actitud dels presentadors en els programes analitzats de Gran Hermano i La Voz

GRAN HERMANO			LA VOZ				
PERSONATGES	GALA		PERSONATGES	GALA			
	PRESENTACIÓ	FINAL		A.a.C	BAT.	G.e.D	FINAL
ESPECTADORS	Social Simpàtica Alegre Respectuosa Amable Seriosa	Social Simpàtica Alegre Respectuosa Amable Seriosa Divertida	ESPECTADORS	Social Simpàtic Alegre Respectuós Amable Divertit Sensible	Social Simpàtic Alegre Respectuós Amable Divertit Sensible	Social Simpàtic Alegre Respectuós Amable Divertit Sensible	Social Simpàtic Alegre Respectuós Amable Divertit Sensible
CONCURSANTS	No té tracte	Social Simpàtica Alegre Respectuosa Amable Seriosa Atrevida Divertida	CONCURSANTS	Social Simpàtic Alegre Respectuós Amable Divertit Sensible	Social Simpàtic Alegre Respectuós Amable Divertit Sensible	Social Simpàtic Alegre Respectuós Amable Divertit Sensible	Social Simpàtic Alegre Respectuós Amable Divertit Sensible
FAMILIARS	Social Simpàtica Alegre Respectuosa Amable Seriosa Atrevida	Social Simpàtica Alegre Respectuosa Amable Seriosa Atrevida Sensible	FAMILIARS	Social Simpàtic Alegre Respectuós Amable Divertit Sensible	No té tracte	No té tracte	No té tracte
			COACHES	No té tracte	Social Simpàtic Alegre Respectuós Amable Divertit Sensible	Social Simpàtic Alegre Respectuós Amable Divertit Sensible	Social Simpàtic Alegre Respectuós Amable Divertit

95

Font: Elaboració pròpia a partir dels RESULTATS, punt 11.3, pàg. 71.

En general tots dos presentadors comparteixen forces característiques respecte l'actitud que mantenen amb els personatges amb qui estableixen relació. Destacar de l'actitud de Mercedes Milà que sol ser atrevida i espontània quan realitza les entrevistes, però sense faltar al respecte. Jesús Vázquez, per la seva banda, es caracteritza per tenir una actitud divertida i alegre, i també per saber connectar bé i empatitzar amb les situacions dels concursants. Tot i ser dos professionals experimentats en el camp de la presentació, en el cas d'aquests programes

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

Mercedes Milà és potser la que millor paper ofereix en el seu rol com a conductora. Com ja s’ha comentat, a l’última gala en Jesús Vázquez va tenir dificultats per saber com continuar en alguns moments determinats i era evident que no tenia la situació sota control.

En tots dos programes es compta amb la participació d’un segon presentador com a suport del conductor principal, i en tots dos casos, el sexe del segon és el contrari del primer. Per tant a **Gran Hermano** es compta amb la presència de Fernando Acaso per a la **presentació** i per a la **final** del programa, mentre que **La Voz** compta amb Tània Llasera a partir de les **gales en directe** per a conduir la sala interactiva.

Taula 30: Comparativa entre l'actitud dels subpresentadors en els programes analitzats de Gran Hermano i La Voz

GRAN HERMANO			LA VOZ		
PERSONATGES	GALA		PERSONATGES	GALA	
	PRESENTACIÓ	FINAL		G.e.D	FINAL
ESPECTADORS	Social Simpàtic Respectuós Amable Seriós	Social Simpàtic Respectuós Amable Seriós	ESPECTADORS	Social Simpàtica Alegre Respectuosa Divertida	Social Simpàtica Alegre Respectuosa Divertida
CONCURSANTS	Social Simpàtic Respectuós Amable Seriós	Social Simpàtic Respectuós Amable Seriós	CONCURSANTS	Social Simpàtica Alegre Respectuosa Divertida Atrevida	Social Simpàtica Alegre Respectuosa Divertida Atrevida
FAMILIARS	Social Simpàtic Respectuós Amable Seriós	Social Simpàtic Respectuós Amable Seriós	FAMILIARS	No té tracte	No té tracte
			COACHES	Social Simpàtica Alegre Respectuosa Divertida Atrevida	Social Simpàtica Alegre Respectuosa Divertida Atrevida

Font: Elaboració pròpia a partir dels **RESULTATS**, punt **11.3**, pàg. 71.

Les diferències entre tots dos presentadors són evidents; mentre que Fernando Acaso opta per una actitud més seriosa i professional, l’actitud de Tània Llasera és més juvenil i espontània. En el cas del primer sol fer poca broma i es manté força seriós amb el contacte amb la gent, no

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

arriba a empatitzar massa amb els concursants i els familiars. Tània Llasera, per la seva banda, sol proposar reptes als concursants i manté converses disteses i divertides amb els coaches.

Pel que fa a l'audiència, tots dos programes fan moltes referències a aquesta. En el cas de **Gran Hermano**, el seu primer programa no demana la participació de l'audiència, i el mateix passa amb **La Voz** a les **audicions a cegues** i les **batalles**. Degut a la importància de les votacions en les gales finals, s'ha optat per comparar aquestes dues:

Taula 31: Comparativa entre les referències a l'audiència en la gala final de la primera temporada de Gran Hermano i La Voz

GRAN HERMANO		LA VOZ	
INFORMACIÓ DE LES VOTACIONS	MOSTRA PERCENTATGES	INFORMACIÓ DE LES VOTACIONS	MOSTRA PERCENTATGES
8	5	13	4
TOTAL	13	TOTAL	17

Font: Elaboració pròpia a partir dels RESULTATS, punt 11.3, pàg. 71.

A la final de **La Voz** es fan més referències a l'audiència que no pas a **Gran Hermano**. Per contra, el programa de Mercedes Milà mostra més cops els percentatges de les votacions per mantenir intensa la intriga del guanyador.

Pel que fa el clímax dels programes, **La Voz** supera a **Gran Hermano** en aquest aspecte:

Taula 32: Comparativa entre els moments de clímax dels programes analitzats de Gran Hermano i La Voz

GRAN HERMANO		LA VOZ	
GALA	TOTAL CLÍMAX	GALA	TOTAL CLÍMAX
PRESENTACIÓ	16	AUDICIONS	53
FINAL	9	BATALLES	45
		GALES DIRECT.	24
		FINAL	29

Font: Elaboració pròpia a partir dels RESULTATS, punt 11.3, pàg. 71.

La Voz compta amb més moments de clímax perquè el propòsit del programa és el cant i les actuacions dels concursants. En aquest aspecte, en cada gala es fa fins a més de deu actuacions, i això se li sumen les valoracions del coaches que solen implicar l'expulsió o la tria d'algun concursant respecte als altres. Per tant, és lògic que aquest programa compti amb més moments de clímax que no pas **Gran Hermano**.

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

13. CONCLUSIONS

A principis dels 90, l'*infoshow* va aconseguir establir-se com a nou macrogènere televisiu, situant-se a l'alçada de la informació i la ficció, macrogèneres per excel·lència de la televisió. Es va tractar d'un canvi de rumb en les graelles de programació i va ser l'inici d'un canvi de tendències que s'ha allargat fins a l'actualitat. La seva aparició sorgeix arrel de la necessitat d'omplir les hores de programació que ofereix la nova televisió, i per fer-ho recorre a l'element més comú: la gent del carrer.

L'*infoshow* ha servit per a trencar les barreres fins llavors existents en els gèneres televisius, i engloba tot allò relatiu al canvi de tendències de programació que es va donar a la dècada dels 90. Crea noves tipologies de programes a través de la hibridació dels dos macrogèneres més importants (ficció i informació) i constitueix un motor d'innovació constant dels formats televisius. Representa la modernització de la televisió i aconsegueix arrancar l'hegemonia de la ficció dins de la graella de programació gràcies a la facilitat d'atraure les audiències i la poca inversió econòmica que suposa en comparació a l'altre macrogènere. És per aquest motiu que és el macrogènere que més creixement va experimentar durant els anys 90, fins a consolidar-se finalment al segle XXI.

A Espanya, la cadena que més *infoshows* ha programat ha estat Telecinco (Guerrero, 2010:350), i es tracta d'un gènere que, en termes d'audiència, li ha funcionat. La implantació d'aquest gènere i la seva evolució a la cadena va arribar amb la figura de Paolo Vasile a l'any 2000, quan va ser nomenat conseller delegat de la cadena. Mentre que les dues anteriors línies editorials havien apostat fortament per la ficció, Vasile va optar per programar **Gran Hermano**, i amb ell es va iniciar una dècada de programes *infoshow* que van crear una nova imatge de la cadena i van aconseguir que aquesta obtingués el seu primer èxit: ser líder d'audiències a l'any 2004 i mantenir-se imbatible fins al 2009. Es pot dir que el canvi de línia editorial de Paolo Vasile va ser un encert per a la cadena, ja que, mentre que les dues gestions anteriors no havien estat capaces d'obtenir el reconeixement del lideratge d'audiències, aquesta ho va fer i va mantenir durant quatre anys (2004-2008), i el va reprendre aquests tres últims (2011-2013).

En certa manera, el model de Vasile és responsable de què la resta de cadenes es decidissin a programar el gènere de l'*infoshow*, ja que després de **Gran Hermano** van aparèixer diversos programes per fer-li competència (com el cas de **El Bus** a Antena 3). El problema d'aquest fet és que, arrel de l'èxit de **Gran Hermano**, la graella de programació espanyola es va omplir de programes que segueixen les mateixes fórmules que el *reality* de Telecinco, i tot el que havia

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

aconseguit avançar el panorama televisiu, de cop es va tornar a estancar. La proliferació de programes similars a **Gran Hermano** va fer què es deixessin de banda les noves tendències internacionals, de manera que quan a EUA ja s'havien iniciat els programes de *coaching*, aquí es seguien programant la mateixa tipologia de formats (López, 2010:165). És per aquest motiu que el macrogènere va patir un desgast important en la graella espanyola fins l'arribada de **La Voz**.

A l'inici de la investigació es plantejava la qüestió sobre quina era la repercussió de **Gran Hermano** i **La Voz** a Telecinco, i què és el que havien aportat a aquesta. A través de l'anàlisi i l'estudi de tots dos programes s'ha conclòs que **Gran Hermano** i **La Voz** han estat dos programes de gran impacte per a la cadena: el primer va aconseguir crear una tendència i es va desmarcar de qualsevol altre programa abans creat a la televisió; el segon va reiterar l'existència d'un gènere que amb els anys s'havia desgastat i va aconseguir aportar novetat dins d'una fórmula ja existent.

Gran Hermano es va crear en un context on el que predominava a la graella de programació era la ficció televisiva. Arrancar l'hegemonia de les audiències a les ficcions nacionals i internacionals no era fàcil, i menys tractant-se d'un programa d'entreteniment, els quals no havien trobat el seu lloc a la graella espanyola (Guerrero, 2010:34). Però Telecinco va arriscar i a l'any 2000 va programar **Gran Hermano**, un programa presentat com un experiment sociològic i que proposava la filmació de 24h de deu persones desconegudes entre elles convivint en una mateixa casa. La finalitat era senzilla: el que més temps aguantés dins de la casa i aliè a la realitat exterior s'enduria un premi de 20 milions de pessetes. El que va començar com un repte per a Telecinco en termes de realització, es va convertir en tot un fenomen a nivell nacional i, posteriorment, en una tendència de formats que van aportar noves idees de fer televisió. **Gran Hermano** va obrir la porta a l'aparició d'una nova televisió on els programes d'entreteniment, abans dominats pels concursos, creaven noves fórmules de televisió i es proliferava l'aparició del macrogènere *infoshow* dins del panorama televisiu espanyol.

La Voz, en canvi, va aparèixer dins d'un context on es creia que tot el que es podia fer en televisió ja havia estat creat. A l'any 2012 el macrogènere *infoshow* havia estat explotat per totes les cadenes generalistes de la major forma possible. Des de feia uns anys semblava que tots els programes d'entreteniment no aportaven res que no hagués estat ja mostrat, i les audiències van començar a descendir. Els programes *infoshow* ja no eren garantia de grans audiències i aviat van començar a generar més costos que beneficis. Però amb l'aparició de **La Voz** tot va canviar; i és que tot i ser una fórmula ja existent (concurs de cant on el guanyador

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

signa un contracte discogràfic amb una gran empresa), es va saber diferenciar ben aviat de la resta de programes anteriors. Per una banda, el factor famós: la utilització de personatges coneguts del panorama musical es tractava d'un al·licient per a les audiències. El fet de col·locar a quatre personatges coneguts en un mateix programa genera expectació sobre com són aquests, ja que només es coneixen les seves facetes musicals, no les personals. Però el més important que va aportar el programa era la forma de selecció dels concursants. L'idea principal del programa és senzilla i està implícita en el seu títol: es busquen cantants per la seva veu sense deixar-se influenciar per l'aspecte. De manera que els coaches fan la selecció dels concursants d'esquenes a ells, només deixant-se guiar pel que senten. Es tracta d'un sistema innovador que es diferencia d'altres formats musicals com **Operación Triunfo** o **Popstars**.

Un dels aspectes que més es poden destacar d'aquests dos programes són les dades d'audiència. El treball és preguntava pels resultats dels programes i quines conclusions se'n podien treure d'ells, i el que s'ha trobat és que tots dos han marcat rècords d'espectadors en les seves primeres temporades, amb resultats històrics que han aportat audiència i, per tant, augment de publicitat a la cadena.

Gran Hermano va marcar un ascens de resultats a mesura que avançava la temporada, aconseguint com a resultat final un 70,8% de *share*, un resultat poc freqüent en programes d'entreteniment. **La Voz**, per la seva banda, es va desmarcar de la competència tot i la proliferació de canals en la TDT. La seva estrena va estar marcada per la forta contraprogramació de la resta de cadenes generalistes i per la consolidació dels canals temàtics, i tot i així va saber mantenir iguals els resultats durant la primera temporada. Finalment, va acabar el programa amb un 37,3% de *share* i congregant davant del televisor a més de 5 milions i mig de persones.

Aquests resultats d'audiència poden ser causa, tal com es comentava anteriorment, de la gran diferència d'aquests dos programes amb la resta de la programació que s'emetia en el moment de ser emesos. Però també rau en què l'audiència va trobar aspectes d'ells que els va cridar l'atenció. I és que, tot i la distància de temps entre un programa i l'altre, tots dos han combinat unes mateixes característiques que semblen ser el patró de tall per als programes *infoshow* de Telecinco. A continuació s'exposen les característiques comunes entre tots dos programes.

La primera i la més important són els protagonistes dels programes. Tots dos formats giren entorn de la presentació d'una sèrie de personatges, entre els quals un d'ells esdevindrà el guanyador del premi final. Aquests són tots gent anònima, que mai han tingut l'oportunitat de

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

demostrar o fer allò que els hauria agradat, i el programa és l'encarregat de brinda'ls-hi l'oportunitat d'aconseguir el que volen. Mentre que en el cas de **La Voz** aquest aspecte és més clar (arribar a ser cantants), a **Gran Hermano** els concursants es guien pel sentiment de formar part d'alguna cosa que mai s'ha fet abans (i en algun cas per sortir a la televisió). El que és clar és que aquests personatges obren les seves portes a les històries personals de cadascú i estableixen una connexió amb l'audiència més enllà del que aquesta veu a través de la televisió.

Seguint amb la mateixa línia dels protagonistes, aquests no apareixen sols, sinó que els acompanya un element molt important en les seves vides: la família. Els programes aprofiten la família per a mostrar la humanitat i quotidianitat dels personatges, de manera que l'audiència es pot sentir més identificada amb el que veu. Es tracta d'un punt clau en aquests programes perquè els familiars són els que amplien la informació sobre el concursant, a més dels que solen generar les situacions més emocionals durant les gales. Això es veu en ambdós programes en la primera i última gala, on la família té un paper clau durant el transcurs d'aquestes. Els familiars, juntament amb el concursants, són els encarregats d'explicar aspectes de les seves vides privades, i aquesta situació provoca un sentiment d'igualtat entre l'audiència i els concursants.

Un altre dels aspectes destacables d'aquests programes és la presència d'un presentador carismàtic que no només exerceix com a moderador del programa, sinó que esdevé la imatge identificativa d'aquest. Aquest tipus de presentador està pensat perquè l'audiència el relacioni amb el programa, de manera que **Gran Hermano** no existeix sense la Mercedes Milà i **La Voz** no és possible sense en Jesús Vázquez. A més a més, tots dos programes trenquen amb la tradicional figura de presentador i fan que aquest s'aproximi tant a l'audiència com en els concursants. Creen un perfil de presentador empatitzant i sensible amb els concursants i cara a l'espectador, atorgant-li la sensibilitat d'una persona corrent.

Aprofiten aquests aspectes per a crear un entorn de programa emotiu, especialment en les finals, on tots poden dir la seva i generen situacions d'alt contingut emocional. No s'amaguen les llàgrimes dels concursants com tampoc se'ls demana que ocultin l'eufòria; en realitat són aquests els elements que s'exalten en els programes i que els diferencien d'altres.

Pel que fa a l'audiència, aquests programes mantenen una narrativa durant tota la temporada amb elements que provoquen la fidelització de l'audiència; l'element bàsic de fidelització són els concursants, el quals esdevenen familiars per als espectadors i que generen l'incògnita sobre qui serà el guanyador. A mesura que van abandonant el programa, l'intriga augmenta, provocant l'expectació del públic i generant més interès. Però l'audiència no és limitada a ser un

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

espectador passiu durant el transcurs del programa, sinó que juga un paper primordial dins la dinàmica de les gales. És elevada a la categoria de jurat, inclús de botxí, i en ella recau el paper de decidir qui mereix seguir en el programa. A les gales finals és l'indiscutible protagonista, ja que és qui conclou el programa amb la decisió del guanyador absolut.

Finalment, en tots dos programes s'ha pogut veure com no escatimaven en recursos per a portar a terme una posada d'escena basada en l'espectacularitat. Tot i la distància de temps entre un programa i l'altre, tots dos saben emprar les seves pròpies tàctiques per què el que es veïés en pantalla causes impacte al marge del contingut que es mostrés.

A **Gran Hermano** es fa evident en el moment en què volen mostrar tot el que passa dins d'una casa situada a 30 quilometres del propi plató. Això implica gravacions de 24 hores diàries i seguiment intensiu a tot el que està passant, a més de la posterior edició de tots els continguts considerats interessants i a la seva reducció per a complir els temps que reclama un producte televisiu. Però sens dubte, el recurs que més crida l'atenció deixant al marge la situació de la casa el desplegament mediàtic de la final del programa. En ella s'observa com s'han desplaçat centenars de seguidors del programa i els concursants fins a la casa per a ser espectadors directes de la sortida dels finalistes i el guanyador. A més, aquests són escoltats fins a plató i portats amb cotxe des de la casa, excepte el guanyador. Aquest últim és portat amb helicòpter, un recurs poc convencional i espectacular que ajuda a mostrar la importància d'aquesta primera final que obriria la porta a moltes edicions futures del programa.

El cas de **La Voz** és menys sensacionalista, ja que no ofereix un ventall de grans recursos com l'anterior programa, però sí que aporta gran espectacularitat en molts aspectes. Primer de tot, el plató del programa: es tracta d'un espai molt gran i habilitat per a actuacions musicals. La il·luminació i l'acústica es troba molt ben treballada i les interpretacions dels concursants guanyen en qualitat gràcies a l'espai. S'afegeix l'element de les butaques giratòries, que distingeixen i augmenten l'espectacularitat del programa. A més, durant les audicions i les batalles es poden veure més espais a més del plató principal; s'interpreta doncs, la voluntat del programa de no limitar l'activitat en un únic espai. I per últim, destacar de **La Voz** el seu muntatge, tant en el diferit com en el directe, ja que és l'element que li aporta més personalitat i que ajuda a augmentar el seu valor com a programa de televisió.

Tots aquests aspectes es donen en ambdós programes i semblen ser elements indispensables per a què la cadena programi *infoshow*s. Moltes d'aquests trets ja s'havien vist a les

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

característiques de l'*infoshow* en el marc teòric²⁴, i són elements que els defineixen dins del gènere.

Tot i així, els dos programes tenen una distinció bàsica que marca un abans i un després en l'estil de programes *infoshow*. Tenint en compte que un pertany a l'any 2000 i l'altre de l'època actual, la diferència elemental es troba en el tipus d'emissió. Mentre que **Gran Hermano** és un programa 100% en directe, **La Voz** només compta amb cinc dels tretze programes de la primera temporada en directe. Es tracta d'una característica destacable perquè precisament el directe era una de les característiques més importants de l'*infoshow* en la proliferació de programes durant la dècada del 2000. El fet de què els programes fossin en directe atorgaven un valor afegit al programa i el diferenciaven d'altres continguts com la ficció o els concursos (López, 2010:24). Així doncs, aquesta evolució en el tipus d'emissió pot considerar-se com una nova reformulació de normes del gènere; un dels punts que més s'ha reiterat en aquest treball és la hibridació constant de gèneres i de fórmules de programes. El que fa **La Voz** és allunyar-se del rigorós directe per iniciar una tendència cap a l'emissió en diferit en valor a un muntatge personalitzat i identificatiu. Es tracta d'una nova manera per a crear-se una imatge com a programa.

Una de les preguntes que es proposava aquest treball era si el model de programar *infoshows* era encara viable per a la cadena pel que fa a la atracció de grans audiències. El que ha esbrinat aquest treball és que Telecinco va iniciar la tendència i actualment segueix apostant per aquests programes, però no en la mateixa mesura. La tendència a programar *infoshows* ha disminuït a favor d'altres gèneres, especialment l'esportiu.

La gestió inicial de Vasile es va caracteritzar per abolir la programació esportiva, de manera que Telecinco no participava en les licitacions per a obtenir els drets de les emissions esportives. Els motius pels quals no es programaven esports es trobava en el cost dels drets, els quals eren exorbitants i no s'igualaven en termes d'audiència. Des de la gestió de Carlotti, la cadena tenia com a lema "ser rendible", és a dir, obtenir el major benefici a partir d'una bona inversió. Els *infoshows* oferien rendibilitat durant el primer quinquenni del 2000, però els programes es van començar a desgastar a mesura que augmentaven les temporades. Els resultats que obtenien en les primeres edicions no es tornaven a repetir, sinó que descendien dràsticament (com per exemple, Gran Hermano, que a la seva cinquena edició no va superar el 20% de *share*)²⁵.

²⁴ Veure punt 2, pàg. 3.

²⁵ Veure punt 8, pàg. 30.

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

La cadena va decidir apostar per l'esport durant quatre temporades (2004-2007) i es van fer amb els drets de la Fòrmula1. Tot i els resultats obtinguts, no van seguir emetent-la i Telecinco es va desentendre de l'emissió esportiva durant un parell d'anys, fins que al 2009 va obtenir resultats força negatius respecte a anys anteriors. A partir d'aquell any la cadena pren un nou rumb i comença a fer-se amb els drets d'emissió d'esdeveniments esportius, en detriment especialment dels programes d'entreteniment. I és que observant els resultats d'audiència dels últims anys es pot observar que els èxits que ha aconseguit Telecinco rau en l'esport i no en els tres macrogèneres més importants²⁶.

El que demostra aquest fet és que les cadenes de televisió necessiten de varietat (informació, ficció i *infoshow*) per a establir una graella de programació rutinària, però el cert és que els programes esportius són els que aconsegueixen marcar els millors resultats d'audiència tot i ser de durada limitada. Els programes d'entreteniment generen audiència, però no en la mateixa mesura que la que pot arribar a atraure el futbol o les Olimpíades.

Per tant, s'entén que per a Telecinco els programes *infoshow* segueixen sent rentables però en una mesura més limitada que en l'inici de la dècada del 2000. El cas de **Gran Hermano** es tracta d'un fet únic i irrepetible, ja que va reinventar el concepte de fer televisió i va suposar la transformació de tot el panorama televisiu. Aquest cas no s'ha tornat a repetir, tot i l'aparició de nous formats de programes. El que s'ha notat en la tendència és que els programes han hagut d'aprendre a diferenciar-se de la resta, ja que la repetició de les fórmules ha fet que l'espectador es cansi ràpidament i abandoni el seguiment del programa. És el cas de **La Voz**, que es demarca de les seves competidores directes amb l'oferiment de noves característiques que el defineixen com a programa i format únic.

²⁶ Veure punt 8, pàg. 30.

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

14. BIBLIOGRAFÍA

- Artero, J. P. (2007). *Modelos estratégicos de Telecinco (1900-2005)*. Madrid: Fragua.
- Avilés, J. A. (1999). *Distorsiones de la realidad en la neotelevisión. El pseudoperiodismo satírico y el periodismo de entretenimiento como subgénero del info-show*.
- Bardin, L. (1996). *Análisis de contenido*. Barcelona: Akal.
- Barlovento. (2011). *ANÁLISIS TELEVISIVO 2011*. Barlovento Comunicación.
- Barlovento. (2012). *ANÁLISIS TELEVISIVO 2012*. Barlovento Comunicación .
- Barlovento. (2013). *ANÁLISIS TELEVISIVO 2013*. Barlovento Comunicación .
- Berelson, B., & Lazaesfeld, P. F. (1948). *The Analysis of Communications Content*. Glencoe, Illinois : Free Press .
- Cáceres, M. D. (2000). La crónica rosa en televisión o el espectáculo de la intimidad. *CIC: Cuadernos de información y comunicación*, nº5 , 277-290.
- Castañares, W. (2003). La vida en directo, el último espectáculo televisivo . A G. G. Rodríguez, *Tv global y espectáculos locales* (p. 122-135). Guadalajara : Universidad de Guadalajara .
- Cortés, J. A. (1999). *La estrategia de la seducción: la programación en la neotelevisión*. Pamplona : EUNSA.
- Delgado, E. P. (2010). La televisión generalista digital: Tendencias internacionales de programación. *TELOS* , 1-14.
- Fuendaliza, V. (1997). *Televisión y cultura cotidiana: la influencia social de la TV percibida desde la cultura cotidiana de la audiencia*. Texas : Corporación de Promoción Universitaria.
- García, J. V., & Fernández-Beaumont, J. (2012). Concentración y pluralismo en el nuevo escenario audiovisual español. Análisis de la absorción de la cadena Cuatro por Telecinco. *Análisis* 47 , 57-74.

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

González, A. (2009). *¿Charles Tylor en Operación Triunfo?: Análisis de la propuesta filosófico-moral de Tylor – en especial de su idea de autenticidad- y de su posible aplicación al reality show español*. Barcelona : Universitat Abat Oliva .

Gordillo, I. (2009). *La hipertelevisión: géneros y formatos* . Quito: Ciespal .

Gordillo, I., & Ramírez Alvarado, M. d. (2009). Fórmulas y formatos de la telerrealidad. Taxonomía del hipergénero docudramático. En B. León, *Telerrealidad* (pág. 220). Sevilla : Comunicación social .

Guerrero, E. (2010). *El entretenimiento en la televisión española* . Barcelona : Deusto.

Hernández Díaz, G. (2008). *Las tres "T" de la comunicación en Venezuela. Televisión, teoría y televidentes*. Venezuela: Mapas de la comunicación.

Huff, R. M. (2006). *Reality Television*. United States: Praeger.

Lacalle, C. (2001). *El espectador televisivo. Los programas de entretenimiento* . Barcelona: Gedisa Editorial .

León, B. (2010). *Capítulo 1. Información y espectáculo. Parte I*. Zamora: Comunicacion Social.

León, B. (2013). *Entretenimiento televisivo basado en hechos reales* . Salamanca : Comunicación Social .

Lochard, G., & Soulez, G. (2005). Formatos televisivos y recepción: las enseñanzas de un estudio sobre Big Brother. In C. Lacalle, *Los formatos de la televisión* (pp. 101-111). Sevilla : Gedisa.

López, E. (2010). *Gran Hermano: ¿Y ahora qué?*

Lorenzo-Dus, N., & Garcés-Conejos Blitvich, P. (2013). *Real talk: Reality Television and Discourse Analysis in Action*. Londres: Palgrave McMillan.

Mariño, M. V., & Monclús, B. (2009). Reality games en España: crónica de un éxito anunciado . En B. León, *Telerrealidad: el mundo tras el cristal. Las mil caras de la telerrealidad*. (págs. 72-86). Sevilla : Comunicación Social Ediciones y Publicaciones .

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

O'Sullivan, T. (1995). *Keys of concepts in communication and cultural studies* . Londres : Amorrortu

Portales, D. (1986). *La contribución democrática de la televisión* . Texas: ILET.

Prado, E. (1999). El fenómeno infoshow: la realidad está ahí fuera. *Área Sinco* , 197-210.

Prado, E. (2003). La espectacularización de la realidad . *Anuario de la Televisión 2003* , 178-186.

Prado, E. (1999). Traficante de emociones . *Diálogos de la comunicación* , 8-17.

Ribés, M. (2005). *La hibridación de géneros y la crisis de la calidad televisiva:consejos audiovisuales en el panorama televisivo*. Castellón: Universidad Jaime I.

Saló, G. (2003). *¿Qué es eso del formato? Cómo nace y se desarrolla un programa de televisión*. Barcelona : Gedisa.

Swales, J. (1990). *Genre analysis: English in academic and research settings*. Londres: Cambridge University Press .

Telecinco. (2008). *Informe de Responsabilidad Corporativa 2008*. Madrid.

Telecinco. (2010). *Informe de Responsabilitat Corporativa 2010*. Madrid.

UTECA. (2007). *UTECA 2007* .

UTECA. (2008). *UTECA 2008*.

UTECA. (2010). *UTECA 2010*.

Violan, E. (2008). *Com fer un programa per a televisió* . Barcelona : Comunicació // Activa .

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

15. WEBGRAFÍA

Cadena Ser *"Gran Hermano 15 ya calienta motores"* 14/05/14. Consultat el 23/05/2014

URL: http://www.cadenaser.com/television/articulo/gran-hermano-calienta-motores/csrrcsrpor/20140514csrrcsrtel_4/Tes

Comunicació RTVE *"La 1, líder en 2010 por segundo año consecutivo con un 16%, y RTVE se mantiene como primer grupo audiovisual con un 24.1%"* 03/01/12. Consultat 21/03/14. URL: <http://www.rtve.es/rtve/20110103/1-lider-2010-segundo-ano-consecutivo-16-rtve-se-mantiene-como-primer-grupo-audiovisual-241/392149.html>

El Economista *"La Voz rompe la barrera de los seis millones de espectadores"* 18/10/12.

Consultat: 26/03/2014. URL: <http://ecoteuve.eleconomista.es/cadenas-generalistas/noticias/4330934/10/12/La-voz-supera-la-barrera-de-los-seis-millones-de-espectadores.html>

El Mundo *"Telecinco adquiere los derechos del concurso de talento musical 'The Voice'"* 30/11/2011. Consultat el 21/05/14.

El Mundo *"Telecinco adquiere los derechos del concurso de talento musical 'The Voice'"* 30/11/2011. Consultat el 21/05/14.

URL: <http://www.elmundo.es/elmundo/2011/11/30/television/1322679595.html>

Fórmula TV *"'The Voice' deja Cuatro y se emitirá en Telecinco"* 17/11/11. Consultat el 21/05/14.

URL: <http://www.formulatv.com/noticias/22220/the-voice-deja-cuatro-emitira-finalmente-telecinco/>

Fórmula TV *"Melendi completa el jurado provisional de 'La Voz' junto a David Bisbal, Malú y Rosario Flores"* 05/02/12. Consultat el 21/05/14.

URL: <http://www.formulatv.com/noticias/23469/melendi-completa-jurado-provisional-la-voz-david-bisbal-malu-rosario-flores/>

Fórmula TV *"Audiencias por franjas Miércoles, 19 de Septiembre de 2012"*. Consultat:

26/03/2014. URL: <http://www.formulatv.com/audiencias/2012-09-19/franjas/>

Fórmula TV *"'La Voz', mejor estreno de un formato de entretenimiento desde 'Operación Triunfo 2005'"* 20/09/12. Consultat: 26/03/2014. URL: <http://www.formulatv.com/noticias/27033/la-voz-mejor-estreno-formato-entretenimiento-desde-operacion-triunfo-2005/>

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

Fórmula TV “*‘La Voz’ (30,6%) arranca con gran éxito de audiencia tras seducir a casi 4,6 millones en Telecinco*” 20/09/12. Consultat: 26/03/2014. URL:

<http://www.formulatv.com/noticias/27023/audiencias-la-voz-arranca-gran-exito-audiencia-tras-seducir-mas-cuatro-millones-medio-espectadores/>

Fórmula TV “*Audiencias por franjas, 26 de Septiembre de 2012*” Consultat: 26/03/2014. URL:

<http://www.formulatv.com/audiencias/2012-09-26/>

Fórmula TV “*Audiencias Octubre, 2012*” Consultat: 26/03/2014. URL:

<http://www.formulatv.com/audiencias/2012-10/>

Fórmula TV “*Audiencias por franjas, 3 de Octubre de 2012*” Consultat: 26/03/2014. URL:

<http://www.formulatv.com/audiencias/2012-10-03/>

Fórmula TV “*Audiencias por franjas, 10 de Octubre de 2012*” Consultat: 26/03/2014. URL:

<http://www.formulatv.com/audiencias/2012-10-10/>

Fórmula TV “*Audiencias por franjas, 14 de Octubre de 2012*” Consultat: 26/03/2014. URL:

<http://www.formulatv.com/audiencias/2012-10-14/>

Fórmula TV “*Audiencias por franjas, 17 de Octubre de 2012*” Consultat: 26/03/2014. URL:

<http://www.formulatv.com/audiencias/2012-10-17/>

Fórmula TV. “*Jesús Vázquez <<La gente va a ver desmoronarse a los coaches en “las batallas”, nos van a ver llorar a todos >>”.* 23/10/2012. Consultat: 26/03/2014. URL:

<http://www.formulatv.com/noticias/27533/jesus-vazquez-gente-vera-desmoronarse-coaches-las-batallas-la-voz-lloraremos-todos/>

Fórmula TV “*‘La Voz’ y ‘Pesadilla en la cocina’, grandes estrenos de programas en el arranque de temporada*”. 26/10/12. Consultat: 26/03/2014. URL:

<http://www.formulatv.com/noticias/27585/la-voz-pesadilla-en-la-cocina-grandes-estrenos-programas-arranque-temporada/>

Fórmula TV “*Audiencias por franjas, 31 de Octubre de 2012*” Consultat: 26/03/2014. URL:

<http://www.formulatv.com/audiencias/2012-10-31/>

Fórmula TV “*Audiencias por franjas, 7 de Noviembre de 2012*” Consultat: 26/03/2014. URL:

<http://www.formulatv.com/audiencias/2012-11-07/>

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

Fórmula TV “*Audiencias por franjas, 15 de Noviembre de 2012*” Consultat: 26/03/2014. URL: <http://www.formulatv.com/audiencias/2012-11-15/>

Fórmula TV “*Audiencias por franjas, 22 de Noviembre de 2012*” Consultat: 26/03/2014. URL: <http://www.formulatv.com/audiencias/2012-11-22/>

Fórmula TV “*Audiencias por franjas, 26 de Noviembre de 2012*” Consultat: 26/03/2014. URL: <http://www.formulatv.com/audiencias/2012-11-26/>

Fórmula TV “*Audiencias por franjas, 3 de Diciembre de 2012*” Consultat: 26/03/2014. URL: <http://www.formulatv.com/audiencias/2012-12-03/>

Fórmula TV “*Telecinco abre el casting para la segunda edición de “La Voz”*” 17/04/13. Consultat el 21/05/14. URL: <http://www.formulatv.com/noticias/30550/telecinco-abre-casting-segunda-edicion-la-voz-la-voz-kids/>

La Razón “*La 1 de TVE cierra el año como líder de audiencia*” 05/01/2011. Consultat 21/03/14. URL: http://www.larazon.es/detalle_hemeroteca/noticias/LA_RAZON_351078/1520-la-1-de-tve-cierra-el-ano-como-lider-de-audiencia

La Vanguardia “*La Voz y La Voz Kids volverán a Telecinco en 2015*” 24/03/14. Consultat el 21/05/2014. URL: <http://www.lavanguardia.com/television/realities/20140324/54404396427/la-voz-kids-2015-nueva-temporada.html>

Telecinco “*“La Voz”, el fenómeno televisivo y social que arrasa en todo el mundo, llega a España*” 13/08/12. Consultat el 21/05/14. URL: http://www.telecinco.es/lavoz/Voz-fenomeno-televisivo-social-Espana_0_1450050107.html

Telecinco “*Comienzan las grabaciones de La Voz*”. 21/08/12. Consultat: 26/03/2014. URL: http://www.telecinco.es/lavoz/Melendi-Jesus-Vazquez-Rosario-Bisbal_4_1464285011.html

Telecinco “*“La Voz” arrasa en su estreno con un 30,6% de share y 4.591.000 de espectadores*”. 20/09/12. Consultat: 26/03/2014. URL: http://www.telecinco.es/lavoz/Voz-arrasa-estreno-share_0_1479975521.html

VerTele “*Jesús Vázquez vuelve a Telecinco “The Voice”*” 19/01/12. Consultat el 21/05/14. URL: <http://www.vertele.com/noticias/jesus-vazquez-vuelve-a-telecinco-con-the-voice/>

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

16. ANNEXOS

16.1. ANNEX 1: ANÀLISI I. GRAN HERMANO

GRAN HERMANO (PRIMERA TEMPORADA)							
Nº	PROGRAMA	PLATAFORMA	EMISSIÓ	DIA D'EMISSIÓ	HORA	DURADA	ESPECTADORS
1	PRESENTACIÓN - ENTRADA	TV	DIRECTE	23/04/2000	PRIME TIME	1:45:27	5.296.000
2	NOMINACIONES	TV	DIRECTE	26/04/2000	PRIME TIME	x	5.859.000
3	EXPULSIÓN MARÍA JOSÉ	TV	DIRECTE	03/05/2000	PRIME TIME	x	8.557.000
4	NOMINACIONES	TV	DIRECTE	10/05/2000	PRIME TIME	x	8.273.000
5	EXPULSIÓN ISRAEL/ABANDONO SILVIA	TV	DIRECTE	17/05/2000	PRIME TIME	x	9.909.000
6	NOMINACIONES/ ENTRADA KOLDO - IÑIGO - MÓNICA	TV	DIRECTE	24/05/2000	PRIME TIME	x	7.862.000
7	EXPULSIÓN VANESA	TV	DIRECTE	31/05/2000	PRIME TIME	x	9.654.000
8	NOMINACIONES	TV	DIRECTE	07/06/2000	PRIME TIME	x	9.224.000
9	EXPULSIÓN MARINA / ENTRADA MABEL	TV	DIRECTE	14/06/2000	PRIME TIME	x	9.340.000
10	NOMINACIONES	TV	DIRECTE	21/06/2000	PRIME TIME	x	7.497.000
11	EXPULSIÓN IÑIGO	TV	DIRECTE	28/06/2000	PRIME TIME	x	7.334.000
12	NOMINACIONES	TV	DIRECTE	05/07/2000	PRIME TIME	x	7.486.000
13	EXPULSIÓN MABEL	TV	DIRECTE	12/07/2000	PRIME TIME	x	7.904.000
14	NOMINACIONES / ESPECIAL DEBATE	TV	DIRECTE	16/07/2000	PRIME TIME	x	4.196.000
15	EXPULSIÓN KOLDO	TV	DIRECTE	19/07/2000	PRIME TIME	x	7.483.000
16	FINAL	TV	DIRECTE	21/07/2000	PRIME TIME	2:26:10	9.105.000

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

16.2. ANNEX 2: ANÀLISI I. LA VOZ

LA VOZ (PRIMERA TEMPORADA)							
Nº	PROGRAMA	PLATAFORMA	EMISSIÓ	DIA D'EMISSIÓ	HORA	DURADA	ESPECTADORS
1	EL PREESTRENO	TV	DIFERIT	17/09/2012	ACCES PRIME TIME	0:05:54	3.752.000
2	AUDICIONES A CIEGAS I	TV	DIFERIT	19/09/2012	PRIME TIME	2:27:16	4.591.000
3	LA VOZ EXPRÉS	TV	DIFERIT	26/09/2012	ACCES PRIME TIME	0:17:00	3.102.000
4	AUDICIONES A CIEGAS II	TV	DIFERIT	26/09/2012	PRIME TIME	2:02:13	5.268.000
5	LA VOZ: TELECINCO.ES	INTERNET	DIFERIT	26/09/2012	LATE TIME	0:45:49	1.223.000
6	LA VOZ: LOS ELEGIDOS	TV	DIFERIT	01/10/2012	ACCES PRIME TIME	0:08:31	3.618.000
7	LA VOZ EXPRÉS	TV	DIFERIT	03/10/2012	ACCES PRIME TIME	0:17:51	3.115.000
8	AUDICIONES A CIEGAS III	TV	DIFERIT	03/10/2012	PRIME TIME	2:05:47	5.423.000
9	LA VOZ: TELECINCO.ES	INTERNET	DIFERIT	03/10/2012	LATE TIME	0:48:21	1.237.000
10	LA VOZ: LOS ELEGIDOS	TV	DIFERIT	08/10/2012	ACCES PRIME TIME	0:20:27	3.076.000
11	LA VOZ EXPRÉS	TV	DIFERIT	10/10/2012	ACCES PRIME TIME	0:18:25	3.340.000
12	AUDICIONES A CIEGAS IV	TV	DIFERIT	10/10/2012	PRIME TIME	2:03:55	5.685.000
13	LA VOZ: TELECINCO.ES	INTERNET	DIFERIT	10/10/2012	LATE TIME	0:44:10	1.761.000
14	LA VOZ: LOS ELEGIDOS	TV	DIFERIT	15/10/2012	ACCES PRIME TIME	0:20:09	2.732.000
15	LA VOZ EXPRÉS	TV	DIFERIT	17/10/2012	ACCES PRIME TIME	0:14:47	3.311.000
16	AUDICIONES A CIEGAS V	TV	DIFERIT	17/10/2012	PRIME TIME	1:56:42	6.030.000
17	LA VOZ: TELECINCO.ES	INTERNET	DIFERIT	17/10/2012	LATE TIME	0:50:01	1.354.000
18	LA VOZ: LOS ELEGIDOS	TV	DIFERIT	22/10/2012	ACCES PRIME TIME	0:24:58	2.912.000
19	LAS BATALLAS I	TV	DIFERIT	24/10/2012	PRIME TIME	3:11:03	5.336.000
20	LA VOZ: LOS ELEGIDOS	TV	DIFERIT	29/10/2012	ACCES PRIME TIME	0:30:49	2.830.000
21	LAS BATALLAS II	TV	DIFERIT	31/10/2012	PRIME TIME	3:04:48	4.899.000
22	LA VOZ: TELECINCO.ES	INTERNET	DIFERIT	31/10/2012	LATE TIME	0:18:41	2.014.000
23	LA VOZ: LOS ELEGIDOS	TV	DIFERIT	05/11/2012	ACCES PRIME TIME	0:33:19	2.832.000
24	LAS BATALLAS III	TV	DIFERIT	07/11/2012	PRIME TIME	2:35:06	5.307.000
25	LA VOZ: TELECINCO.ES	INTERNET	DIFERIT	07/11/2012	LATE TIME	0:28:58	1.512.000
26	LA VOZ: LOS ELEGIDOS	TV	DIFERIT	12/11/2012	ACCES PRIME TIME	0:30:44	2.676.000
27	LA VOZ: CAMINO A LOS DIRECTOS	TV	DIFERIT	14/10/2012	ACCES PRIME TIME	2:03:16	2.883.000
28	LA HORA DE LOS ELEGIDOS	TV	DIFERIT	15/11/2012	ACCES PRIME TIME/LATE TIME	1:55:14	2.136.000/585.000
29	LA VOZ: LOS ELEGIDOS	TV	DIFERIT	19/11/2012	ACCES PRIME TIME	0:32:53	2.143.000
30	GALAS EN DIRECTO I	TV	DIRECTE	21/11/2012	PRIME TIME	2:41:05	4.955.000
31	CHAT	TV	DIRECTE	22/11/2012	LATE TIME	0:19:37	1.582.000
32	LA HORA DE LOS ELEGIDOS EXPRÉS	TV	DIFERIT	22/11/2012	ACCES PRIME TIME	1:34:41	1.445.000/564.000
33	LA VOZ: LOS ELEGIDOS	TV	DIFERIT	26/11/2012	ACCES PRIME TIME	0:31:39	2.130.000
34	GALAS EN DIRECTO II	TV	DIRECTE	28/11/2012	PRIME TIME	2:46:32	4.840.000
35	LA VOZ: LOS ELEGIDOS	TV	DIFERIT	03/12/2012	ACCES PRIME TIME	0:33:55	2.198.000
36	GALAS EN DIRECTO III	TV	DIRECTE	05/12/2012	PRIME TIME	3:01:04	4.653.000
37	GALAS EN DIRECTO IV	TV	DIRECTE	12/12/2012	PRIME TIME	3:06:24	5.044.000
38	LA VOZ: LOS ELEGIDOS	TV	DIFERIT	17/12/2012	ACCES PRIME TIME	0:20:15	1.509.000
39	GALAS EN DIRECTO V (FINAL)	TV	DIRECTE	19/12/2012	PRIME TIME	2:52:04	5.453.000

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

LA VOZ (PRIMERA TEMPORADA)								
Nº	PROGRAMA	PLATAFORMA	EMISSIÓ	DIA D'EMISSIÓ	HORA	DURADA	ESPECTADORS	SHARE
1	AUDICIONES A CIEGAS I	TV	DIFERIT	19/09/2012	PRIME TIME	2:27:16	4.591.000	30,60%
2	AUDICIONES A CIEGAS II	TV	DIFERIT	26/09/2012	PRIME TIME	2:02:13	5.268.000	31,80%
3	AUDICIONES A CIEGAS III	TV	DIFERIT	03/10/2012	PRIME TIME	2:05:47	5.423.000	33,40%
4	AUDICIONES A CIEGAS IV	TV	DIFERIT	10/10/2012	PRIME TIME	2:03:55	5.685.000	35,50%
5	AUDICIONES A CIEGAS V	TV	DIFERIT	17/10/2012	PRIME TIME	1:56:42	6.030.000	35,20%
6	LAS BATALLAS I	TV	DIFERIT	24/10/2012	PRIME TIME	3:11:03	5.336.000	35,50%
7	LAS BATALLAS II	TV	DIFERIT	31/10/2012	PRIME TIME	3:04:48	4.899.000	33,90%
8	LAS BATALLAS III	TV	DIFERIT	07/11/2012	PRIME TIME	2:35:06	5.307.000	34,40%
9	GALAS EN DIRECTO I	TV	DIRECTE	21/11/2012	PRIME TIME	2:41:05	4.955.000	32,60%
10	GALAS EN DIRECTO II	TV	DIRECTE	28/11/2012	PRIME TIME	2:46:32	4.840.000	33,00%
11	GALAS EN DIRECTO III	TV	DIRECTE	05/12/2012	PRIME TIME	3:01:04	4.653.000	31,90%
12	GALAS EN DIRECTO IV	TV	DIRECTE	12/12/2012	PRIME TIME	3:06:24	5.044.000	35,70%
13	GALAS EN DIRECTO V (FINAL)	TV	DIRECTE	19/12/2012	PRIME TIME	2:52:04	5.453.000	37,30%

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

16.3. ANNEX 3: ANÀlisi II. GRAN HERMANO – Presentació

GRAN HERMANO (PRIMERA TEMPORADA)								
Nº		PLATAFORMA	EMISSIÓ	DIA D'EMISSIÓ	HORA	DURADA	ESPECTADORS	SHARE
1	PRESENTACIÓN - ENTRADA	TV	DIRECTE	23/04/2000	PRIME TIME	1:45:27	5.296.000	36,50%
ESTRUCTURA DEL PROGRAMA								
Nº	SITUACIÓ	ACCIÓ			TEMPS RESTANT	TEMPS PARCIAL	ESPAI	OBSERVACIONS
1	INTRODUCCIÓ AL PROGRAMA	Mercedes Milà introdueix un nou programa (GH) explicació breu de la dinàmica			1:44:57	0:00:30	PLATÓ	Set 1 (atrill)
2	INTRODUCCIÓ FERNANDO ACASO	Introducció col·laborador del programa + explicació introductòria de la casa			1:44:25	0:01:02	CONNEXIÓ EN DIRECTE	
3	CARETA				1:43:58	0:01:29		
4	INFORMACIÓ DEL PROGRAMA	Explicació més ampla de la dinàmica + PAS a VTR "Com va nèixer el projecte"			1:42:02	0:03:25	PLATÓ	Referències al directe + altres plataformes del programa
5	VTR - Com va nèixer	Detalls de la recerca de la casa, les obres, la posada en marxa del projecte, realització...			1:39:44	0:05:43	VTR	
6	INTRODUCCIÓ CONCURSANTS	Presentació dels concursants, normes sota les que hauran de viure + PAS VTR			1:38:57	0:06:30	PLATÓ	Canvi de set (Set 2: grades)
7	VTR - Presentació 10 concursants	Petits fragments dels concursants, què és per ells GH i perquè volen participar			1:37:47	0:07:40	VTR	
8	INFORMACIÓ DEL PROGRAMA	Petita explicació sobre que s'hi trobaran a la casa			1:36:47	0:08:40	PLATÓ	Canvi de set (Set 1)
9	CONNEXIÓ CASA	Explicació sobre l'alimentació dels concursants + espais de la casa			1:34:27	0:11:00	CONNEXIÓ EN DIRECTE	Realització: alternació entre la connexió en directe i plató
10	INTRODUCCIÓ CONCURSANT I	Introducció Israel + presentació familiar a plató + PAS VTR			1:33:27	0:12:00	PLATÓ	Canvi de set (Set 2)
11	VTR ISRAEL	Presentació Israel: ciutat, que faries amb el premi, infantesa, cercle social, casa, comentaris familiars			1:30:51	0:14:36	VTR	
12	INFORMACIÓ DEL PROGRAMA	Normes del programa: Austeritat, Estalvi i Consens			1:29:26	0:16:01	PLATÓ	Canvi de set (Set 1)
13	CONNEXIÓ CASA	Funcionament normes explicades+ presentació de la casa per Fernando Acaso			1:27:00	0:18:27	CONNEXIÓ EN DIRECTE	Realització: alternació entre la connexió en directe i plató
14	INTRODUCCIÓ CONCURSANT II	Introducció Maria José + PAS VTR			1:26:45	0:18:42	PLATÓ	
15	VTR Mª JOSÉ	Presentació Mª José: ciutat, que faries amb el premi, infantesa, cercle social, casa, comentaris familiars			1:24:03	0:21:24	VTR	
16	ENTREVISTA + CONCURSANT INTRODUCCIÓ III	Breu entrevista a la mare de Mª José + Introducció concursant III (Nacho) + PAS VTR			1:22:33	0:22:54	PLATÓ	Canvi de set (Set 2)
17	VTR NACHO	Presentació Nacho: ciutat, que faries amb el premi, infantesa, cercle social, casa, comentaris familiars			1:20:01	0:25:26	VTR	
18	ENTREVISTA + CONCURSANT INTRODUCCIÓ IV	Breu entrevista germà Nacho i familiars concursants presentats + Introducció concursant III (Nacho) + PAS VTR			1:15:50	0:29:37	PLATÓ	
PUBLICITAT								
19	INFORMACIÓ DEL PROGRAMA	Normes del programa II+ Introducció confessorari			1:14:15	0:31:12	PLATÓ	Canvi de set (Set 1) + Referències al directe
20	CONNEXIÓ CASA	Explicació funcionament del confessorari			1:10:47	0:34:40	CONNEXIÓ EN DIRECTE	Realització: alternació entre la connexió en directe i plató
21	INTRODUCCIÓ CONCURSANT IV	Introducció concursant IV (Sílvia) + PAS VTR			1:10:09	0:35:18	PLATÓ	
22	VTR SÍLVIA	Presentació Sílvia: ciutat, que faries amb el premi, infantesa, cercle social, casa, comentaris familiars			1:07:25	0:38:02	VTR	
23	ENTREVISTA + CONCURSANT INTRODUCCIÓ V	Breu entrevista al germà de la Sílvia + Introducció concursant V (Jorge) + PAS VTR			1:06:09	0:39:18	PLATÓ	Canvi de set (Set 2)
24	VTR JORGE	Presentació Jorge: ciutat, que faries amb el premi, infantesa, cercle social, casa, comentaris familiars			1:03:40	0:41:47	VTR	
25	ENTREVISTA + INFORMACIÓ DEL PROGRAMA	Breu entrevista al germà del Jorge + Explicació perdú de la intimitat			1:00:34	0:44:53	PLATÓ	
26	CONNEXIÓ CASA	Mostra dels dormitoris + bany			0:55:24	0:50:03	CONNEXIÓ EN DIRECTE	Canvi de set (Set 1) Realització: alternació entre la connexió en directe i plató / Mostra de les càmeres ocultes de la casa // Presentadora: destaca que no s'empran més del necessari les càmeres del bany
27	ENTREVISTA + INTRODUCCIÓ CONCURSANT VI	Breu entrevista la mare de l'Ania+ Introducció concursant VI (Ania) + PAS VTR			0:53:45	0:51:42	PLATÓ	Canvi de set (Set 2)
28	VTR ANIA	Presentació Ania: ciutat, que faries amb el premi, infantesa, cercle social, casa, comentaris familiars			0:50:57	0:54:30	VTR	
29	INTRODUCCIÓ CONCURSANT VII	Introducció concursant VII (Iván) + PAS VTR			0:50:25	0:55:02	PLATÓ	
30	VTR IVÁN	Presentació Iván: ciutat, que faries amb el premi, infantesa, cercle social, casa, comentaris familiars			0:47:49	0:57:38	VTR	
31	ENTREVISTA + INFORMACIÓ DEL PROGRAMA	Breu entrevista pare de Iván+ Explicació funcionament tècnic			0:45:42	0:59:45	PLATÓ	Canvi de set (Set 1) després de l'entrevista
32	CONNEXIÓ CASA	Explicació i mostra del funcionament tècnic: espais habilitats per les càmeres, etc.			0:43:02	1:02:25	CONNEXIÓ EN DIRECTE	
33	PAS A PUBLICITAT				0:43:41	1:01:46	PLATÓ	
PUBLICITAT								
34	INTRODUCCIÓ CONCURSANT VIII	Introducció concursant VIII (Marina) + PAS VTR			0:43:00	1:02:27	PLATÓ	Referències al directe
35	VTR MARINA	Presentació Marina: ciutat, que faries amb el premi, infantesa, cercle social, casa, comentaris familiars			0:40:43	1:04:44	VTR	
36	ENTREVISTA + INTRODUCCIÓ CONCURSANT IX	Breu entrevista marit de Marina + preguntes a altres familiars + Introducció concursant IX (Ismael) + PAS VTR			0:36:10	1:09:17	PLATÓ	Canvi de set (Set 2)
37	VTR ISMAEL	Presentació Ismael: ciutat, que faries amb el premi, infantesa, cercle social, casa, comentaris familiars			0:33:46	1:11:41	VTR	
38	ENTREVISTA + INFORMACIÓ DEL PROGRAMA	Breu entrevista a la mare de Ismael + Explicació realització			0:31:13	1:14:14	PLATÓ	Canvi de set (Set 1)
39	CONNEXIÓ CASA	Mostra de la sala de realització de la casa + entrevista realitzadors			0:29:25	1:16:02	CONNEXIÓ EN DIRECTE	Realització: alternació entre la connexió en directe i plató
40	INTRODUCCIÓ CONCURSANT X	Introducció concursant X (Vanesa) + PAS VTR			0:28:54	1:16:33	PLATÓ	
41	VTR VANESA	Presentació Vanesa: ciutat, que faries amb el premi, infantesa, cercle social, casa, comentaris familiars			0:26:13	1:19:14	VTR	
42	ENTREVISTA + INFORMACIÓ DEL PROGRAMA	Breu entrevista mare de Vanesa + Funcionament de la dinàmica del programa (expulsions i nominacions)			0:23:50	1:21:37	PLATÓ	Canvi de set (Set 2)
43	INFORMACIÓ DEL PROGRAMA	Normes del programa + PAS VTR			0:23:10	1:22:17	PLATÓ	Canvi de set (Set 1)
44	VTR MALETES (I)	Concursants noies fent les maletes ajudades per Fernando Acaso			0:21:33	1:23:54	VTR	
45	PAS VTR	PAS VTR			0:21:25	1:24:02	PLATÓ	Referència a error seu
46	VTR MALETES (II)	Concursants nois fent les maletes ajudats per Fernando Acaso			0:19:58	1:25:29	VTR	
47	CONNEXIÓ CASA	Entrevista familiars davant la casa + espera a l'arribada dels concursants			0:18:04	1:27:23	CONNEXIÓ EN DIRECTE	Realització: alternació entre la connexió en directe i plató
48	PAS A PUBLICITAT				0:18:37	1:26:50	PLATÓ	Pas espontani
PUBLICITAT								

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

49	CONNEXIÓ CASA	ENTRADA COTXE I (Israel) + Paraules a càmera + abraçades familiars	0:17:54	1:27:33	CONNEXIÓ EN DIRECTE	
50	CONNEXIÓ CASA	ENTRADA COTXE II (M ³ José) + Paraules a càmera + abraçades familiars	0:17:08	1:28:19	CONNEXIÓ EN DIRECTE	
51	CONNEXIÓ CASA	ENTRADA COTXE III (Nacho) + abraçades familiars	0:16:45	1:28:42	CONNEXIÓ EN DIRECTE	
52	CONNEXIÓ CASA	ENTRADA COTXE IV (Silvia) + abraçades familiars	0:16:22	1:29:05	CONNEXIÓ EN DIRECTE	
53	CONNEXIÓ CASA	ENTRADA COTXE V (Jorge) + abraçades familiars	0:16:00	1:29:27	CONNEXIÓ EN DIRECTE	
54	CONNEXIÓ CASA	ENTRADA COTXE VI (Ania) + Paraules a càmera + abraçades familiars	0:15:38	1:29:49	CONNEXIÓ EN DIRECTE	
55	CONNEXIÓ CASA	ENTRADA COTXE VII (Iván) + Paraules a càmera + abraçades familiars	0:15:00	1:30:27	CONNEXIÓ EN DIRECTE	
56	CONNEXIÓ CASA	ENTRADA COTXE VIII (Marina) + Paraules a càmera + abraçades familiars	0:14:21	1:31:06	CONNEXIÓ EN DIRECTE	
57	CONNEXIÓ CASA	ENTRADA COTXE IX (Ismael) + Paraules a càmera + abraçades familiars	0:13:54	1:31:33	CONNEXIÓ EN DIRECTE	
58	CONNEXIÓ CASA	ENTRADA COTXE X (Vanesa) + Paraules a càmera + abraçades familiars	0:13:27	1:32:00	CONNEXIÓ EN DIRECTE	
59	CONNEXIÓ CASA	Entrevista als familiars reunits a la casa i els concursants + reunió concursants per la foto + entrada a la casa	0:09:52	1:35:35	CONNEXIÓ EN DIRECTE	
60	PAS CONNEXIÓ A LA CASA		0:09:41	1:35:46	PLATÓ	
61	CONNEXIÓ CASA	Connexió a la casa: salutacions dels concursants + primers moviments dins la casa	0:04:00	1:41:27	CONNEXIÓ EN DIRECTE	Els habitants no senten el que passa a plató, intercalació del so de la casa amb el de plató
62	ACOMIADAMENT		0:03:00	1:42:27	PLATÓ	
63	CONNEXIÓ CASA	Últimes imatges del que està passant a la casa	0:00:11	1:45:16	CONNEXIÓ EN DIRECTE	
CRÈDITS I IMATGE CORPORATIVA						
	TEMPS TOTAL		0:00:00	1:45:27		
	MOMENTS DE CLÍMAX					
	MOMENTS D'ANTICLÍMAX					
	CRÈDITS I PUBLICITAT					

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

16.4. ANNEX 4: ANÀlisi II. GRAN HERMANO – Final

16	FINAL	TV	DIRECTE	21/07/2000	PRIME TIME	2:26:10	9.105.000	70,80%	http://www.mitele.es/programas-tv/gran-hermano/gh-revival/gh-1-gala-final/
ESTRUCTURA DEL PROGRAMA									
Nº	SITUACIÓ	ACCIÓ			TEMPS RESTANT	TEMPS PARCIAL	ESPAI	OBSERVACIONS	
1	VTR NEXTCOMING	VTR nextcoming amb els telèfons per votar als tres finalistes			2:25:43	0:00:27	VTR		
2	VTR INICIS	VTR com va començar el programa, el dia de l'entrada dels concursants			2:25:14	0:00:56	VTR		
3	CONNEXIÓ EN DIRECTE	Situació de com es troben els concursants a la casa			2:25:02	0:01:08	CONNEXIÓ CASA	No hi ha contacte entre presentadora i concursants	
4	INICI PROGRAMA	Mercedes Milà dona la benvinguda i inicia la gala final			2:24:52	0:01:18	PLATÓ		
5	CARETA				2:24:29	0:01:41			
6	INFORMACIÓ DE LES VOTACIONS	Mercedes Milà anima al espectador a votar i enumera els telèfons per cada concursant + raons dels familiars per votar a cada concursant			2:22:18	0:03:52	PLATÓ	Set 1	
7	CONNEXIÓ EN DIRECTE	Salutacions als concursants de la casa+ impressions dels concursants en la final + primera mostra de percentatges			2:20:00	0:06:10	CONNEXIÓ CASA	Concursants veuen per primer cop a la Mercedes Milà i es veuen a ells mateixos en la televisió	
8	ENTREVISTA EXCONCURSANTS	Impressions dels concursants que ja van sortir de la casa, qui serà el primer eliminat i les repercussions del programa en les seves vides (Koldo + Marina)			2:17:50	0:08:20	PLATÓ	Canvi de set (Set 2)	
9	PAS VTR	Mercedes Milà dona PAS al VTR del primer dia que van arribar			2:17:34	0:08:36	PLATÓ		
10	VTR PRIMER DIA	El primer dia de la casa			2:16:45	0:09:25	VTR		
11	ENTREVISTA EXCONCURSANTS	Impressions dels concursants que ja van sortir de la casa (Israel + Jorge)			2:15:20	0:10:50	PLATÓ		
12	CONNEXIÓ EN DIRECTE	Connexió exteriors de la casa amb Fernando Acaso. Presentació dels seguidors de cada concursant.			2:13:35	0:12:35	CONNEXIÓ CASA EXTERIORS		
13	PAS CONNEXIÓ A LA CASA	Mercedes Milà dona pas a la connexió a l'interior de la casa			2:13:28	0:12:42	PLATÓ		
14	CONNEXIÓ EN DIRECTE	Connexió amb els concursants. Primer en abandonar la casa: el gos de la casa (Mafi)			2:11:18	0:14:52	CONNEXIÓ CASA	M.M. juga amb els concursants i espectadors, fa pensar que surt el primer concursant de la nit.	
15	CONNEXIÓ EN DIRECTE	Fernando Acaso agafa el gos i el porta fins al cotxe perquè el portin a plató			2:09:52	0:16:18	CONNEXIÓ CASA EXTERIORS		
16	INFORMACIÓ DE LES VOTACIONS	Recordatori que han de votar + Pas casa per veure els percentatges			2:08:28	0:17:42	PLATÓ		
17	CONNEXIÓ EN DIRECTE	Ensenyen els percentatges als concursants + discussió entre concursants sobre a qui pertany cada			2:08:03	0:18:07	CONNEXIÓ CASA	Referències al directe	
18	ABANS PUBLICITAT- PROMO VOTACIONS	Promo amb els números de telèfon per cada concursant			2:06:34	0:19:36	PROMO		
19	RÀFAGA PROGRAMA	CARETA curta del programa			2:06:28	0:19:42	CARETA		
PUBLICITAT									
20	TORNADA PUBLICITAT- PROMO VOTACIONS	Promo amb els números de telèfon per cada concursant			2:06:04	0:20:06	PROMO		
21	RÀFAGA PROGRAMA	CARETA curta del programa			2:05:57	0:20:13	CARETA		
22	CONNEXIÓ EN DIRECTE	Connexió interior de la casa, comentaris dels concursants entre ells sobre qui sortirà primer			2:04:25	0:21:45	CONNEXIÓ CASA	No tenen contacte amb la presentadora	
23	CONNEXIÓ EN DIRECTE	Connexió amb Fernando Acaso, mostra els regals que la gent seguidora del programa ha portat als concursants			2:01:06	0:25:04	CONNEXIÓ CASA EXTERIORS		
24	ENTREVISTA EXCONCURSANTS	Entrevistes a les parelles que s'han format dins el programa i la casa (Jorge + Mª José - Israel + Sílvia - Nacho + Vanesa) + PAS a VTR			1:55:27	0:30:43	PLATÓ	Canvi de set (Set 2)	
25	VTR PARELLES	Parelles que s'han creat dins al programa			1:52:59	0:33:11	VTR		
26	ENTREVISTA EXCONCURSANTS	Impressions dels concursants, repercussió del programa (Ifigo + Marina)			1:51:12	0:34:58	PLATÓ		
27	CONNEXIÓ EN DIRECTE	Visonat de percentatges juntament amb els concursants dins la casa + Breu entrevista amb ells + PAS a PUBLICITAT			1:48:41	0:37:29	CONNEXIÓ CASA	Referències al directe	
28	ABANS PUBLICITAT- PROMO VOTACIONS	Promo amb els números de telèfon per cada concursant			1:48:41	0:37:29	PROMO		
29	RÀFAGA PROGRAMA	CARETA curta del programa			1:48:09	0:38:01	CARETA		
PUBLICITAT									
30	TORNADA PUBLICITAT- PROMO VOTACIONS	Promo amb els números de telèfon per cada concursant			1:47:44	0:38:26	PROMO		
31	RÀFAGA PROGRAMA	CARETA curta del programa			1:47:38	0:38:32	CARETA		
32	CONNEXIÓ EN DIRECTE	Es mostra el que fan els concursants a la casa. Mercedes Milà dona PAS a un VTR			1:47:00	0:39:10	CONNEXIÓ CASA		
33	CONNEXIÓ EN DIRECTE	Es tanquen les línies telefòniques			1:42:52	0:43:18	CONNEXIÓ CASA		
34	INFORMACIÓ DE LES VOTACIONS	Es tanquen línies i els espectadors són informats que han de deixar de votar fins nou avis. PAS a la CASA			1:42:21	0:43:49	PLATÓ	Referències al directe	
35	CONNEXIÓ EN DIRECTE	Se'ls anuncia que s'està fent el recompte + entrevista amb els finalistes + PAS a VTR sortides de GH			1:39:58	0:46:12	CONNEXIÓ CASA		
36	VTR SORTIDES	Recull de les sortides de tots els concursants que han passat per la casa			1:38:26	0:47:44	VTR		
37	CONNEXIÓ EN DIRECTE	Són cridats a anar al jardí. S'anuncia el primer expulsat i tercer finalista (Iván). Es despedeixen.			1:33:40	0:52:30	CONNEXIÓ CASA	Realització: alternació entre la connexió en directe i plató	
38	CONNEXIÓ EN DIRECTE	Iván surt de la casa, Fernando Acaso l'acull rodejat de la gent que l'espera fora. Es portat al cotxe que el porta a plató			1:29:23	0:56:47	CONNEXIÓ CASA EXTERIORS		
39	CONNEXIÓ EN DIRECTE	Reaccions dels dos concursants que queden després de la sortida			1:28:44	0:57:26	CONNEXIÓ CASA		
40	RÀFAGA PROGRAMA	CARETA curta del programa			1:28:35	0:57:35	CARETA		
PUBLICITAT									
41	RÀFAGA PROGRAMA	CARETA curta del programa			1:28:29	0:57:41	CARETA		
42	CONNEXIÓ EN DIRECTE	Concursants xerren sobre l'expulsió i els diners del premi			1:27:21	0:58:49	CONNEXIÓ CASA		
43	INFORMACIÓ DE LES VOTACIONS	Percentatges de les votacions + arribada de la Mafi, gossa de la casa			1:26:18	0:59:52	PLATÓ	De Set 1 a 2 i tornant a 1	
44	CONNEXIÓ EN DIRECTE	Entrevista als dos concursants (s'imaginaven on estan, que trobaran a faltar) + regals (revistes sobre ells, repercussió del programa)			1:19:04	1:07:06	CONNEXIÓ CASA		
45	CONNEXIÓ EN DIRECTE	Preguntes sobre el que han fet els seus companys un cop fora + segon regal (merchandising programa)			1:15:54	1:10:16	CONNEXIÓ CASA		
46	PAS CONNEXIÓ ESTUDIS	Tornen a plató i PAS a arribada Iván a Telecinco			1:15:30	1:10:40	PLATÓ		
47	CONNEXIÓ EN DIRECTE	Arribada Iván estudis Telecinco			1:14:30	1:11:40	CONNEXIÓ ESTUDIS DE TELECINCO		
48	ENTRADA IVÁN	Explicació trajectòria Iván + entrada a plató + abraçades familiars i concursants			1:12:13	1:13:57	PLATÓ	Canvi a Set 3 (porta)	
49	ENTREVISTA IVÁN	Explicació del seu pas per GH			1:05:51	1:20:19	PLATÓ	Canvi de set (Set 1) / Realització: Intercalació del que diu amb reaccions dels seus	
50	CONNEXIÓ EN DIRECTE	Concursants són obligats a sortir al jardí a veure una actuació d'un grup que els hi dedica una cançó			0:59:42	1:26:28	CONNEXIÓ CASA	Realització: alternació entre la connexió en directe i plató	
51	PREPARACIÓ PER ANUNCIAR EL GUANYADOR	Mercedes Milà demana atenció perquè té el sobre amb el guanyador. Connecta amb la casa			0:59:15	1:26:55	PLATÓ		

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

52	CONNEXIÓ EN DIRECTE	S'anuncia el guanyador: ISMAEL	0:54:27	1:31:43	CONNEXIÓ CASA	Realització: alternació entre la connexió en directe i plató
53	CONNEXIÓ EN DIRECTE	Sortida de Ania de la casa. La rep la multitud + breu entrevista de Fernando Acaso. L'acompanya al cotxe que la porta a plató.	0:50:39	1:35:31	CONNEXIÓ CASA EXTERIORS	
54	CONNEXIÓ EN DIRECTE	Connexió a la casa, Ismael es dona un bany a la piscina.	0:50:33	1:35:37	CONNEXIÓ CASA	
55	INFORMACIÓ DE LES VOTACIONS	Mostren els resultats finals. Passen a connectar amb la casa.	0:49:44	1:36:26	PLATÓ	
56	CONNEXIÓ EN DIRECTE	Mercedes Milà dona l'enhorabona a Ismael + pregunta sobre les primeres impressions + últim recorregut a la casa	0:43:06	1:43:04	CONNEXIÓ CASA	Realització: alternació entre la connexió en directe i plató
57	CONNEXIÓ EN DIRECTE	Sortida de Ismael de la casa. El rep la multitud + breu entrevista de Fernando Acaso. L'acompanya a un helicópter que el porta a plató	0:34:30	1:51:40	CONNEXIÓ CASA EXTERIORS	
58	REACCIONS FAMILIARS	Mercedes Milà demana al germà d'Ismael el que sent + PAS al helicópter d'Ismael	0:33:59	1:52:11	PLATÓ	
59	CONNEXIÓ EN DIRECTE	L'helicópter s'enlaira cap als estudis de Telecinco	0:33:45	1:52:25	CONNEXIÓ CASA EXTERIORS	
60	PAS CONNEXIÓ ESTUDIS	Tornen a plató i PAS a arribada Ania a Telecinco	0:33:24	1:52:46	PLATÓ	
61	CONNEXIÓ EN DIRECTE	Arribada Ania estudis Telecinco	0:32:44	1:53:26	CONNEXIÓ ESTUDIS DE TELECINCO	
62	ENTRADA ANIA	Explicació trajectòria Ania + entrada a plató + abraçades familiars i concursants	0:30:18	1:55:52	PLATÓ	Canvi a Set 3 (porta)
63	CARETA	CARETA curta del programa	0:30:09	1:56:01	CARETA	
PUBLICITAT						
64	CARETA	CARETA curta del programa	0:29:59	1:56:11	CARETA	
65	ENTREVISTA ANIA	Explicació del seu pas per GH + PAS a helicópter	0:21:59	2:04:11	PLATÓ	Canvi de set (Set 1) / Realització: Intercalació del que diu amb reaccions dels seus
66	CONNEXIÓ EN DIRECTE	Aterratge helicópter estudis + Entrevista camí de plató per Fernando Acaso + salutacions a fans	0:13:55	2:12:15	CONNEXIÓ ESTUDIS DE TELECINCO	
67	ENTRADA ISMAEL	Introducció a Ismael + entrada a plató + abraçades familiars i concursants	0:08:05	2:18:05	PLATÓ	
68	ENTREVISTA ISMAEL	Entrevista sobre com està + entrada (Set 3) i entrega premi + acomiadament de tots els concursants	0:02:55	2:23:15	PLATÓ	Acció a Set 3 i Set 2
69	ACOMIADAMENT	Mercedes Milà agraeix el seguiment del programa als espectadors + PAS a la casa	0:02:32	2:23:38	PLATÓ	Des de Set 2
70	CONNEXIÓ EN DIRECTE	Connexió a la casa buida + tancament de les llums	0:00:21	2:25:49	CONNEXIÓ CASA	
CRÈDITS I IMATGE CORPORATIVA						
	TEMPS TOTAL		0:00:00			

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

16.5. ANNEX 5: ANÀLISI II. LA VOZ – Audicions a cegues

Nº	PROGRAMA	PLATAFORMA	EMISSIÓ	DIA D'EMISSIÓ	HORA	DURADA	ESPECTADORS	SHARE	LINK
1	AUDICIONES A CIEGAS I	TV	DIFERIT	19/09/2012	PRIME TIME	2:16:21	4.591.000	30,60%	http://www.mitele.es/it
ESTRUCTURA DEL PROGRAMA									
Nº	SITUACIÓ	ACCIÓ			TEMPS RESTANT	TEMPS PARCIAL	ESPAI	OBSERVACIONS	
1		CARETA			2:15:56	0:00:25			
2	INTRODUCCIÓ AL PROGRAMA	Jesús Vázquez introdueix el programa			2:15:25	0:00:56	GRADES	Posició Set 3 (grades públic)	
3	VTR ESCENARI	Presentació de l'espai més important del programa: l'escenari			2:15:08	0:01:13	VTR	*Utilització de les imatges de l'escenari per a separar continguts	
4	DINÀMICA DEL PROGRAMA	Explicació de la funció dels coaches + PAS a VTR			2:14:53	0:01:28	BUTAQUES	Posició Set 2 (Butaques Coaches)	
5	VTR COACHES	Presentació dels coaches			2:13:02	0:03:19	VTR	*Estètica videoclip	
6	ACTUACIÓ	Actuació I: coaches			2:02:15	0:14:06	ESCENARI PRINCIPAL	Posició Set 1	
7	VTR	Que significa LA VOZ pels coaches + Funcionament de les audicions a cegues			2:07:00	0:09:21	VTR	*Realització: Intercalació del que diuen els coaches amb les actuacions que vindran (reforç del que estan dient)	
8	INICI DE LES AUDICIONS	Els coaches prenen posicions i s'asseuen a les butaques giratòries			2:06:52	0:09:29	ESCENARI BUTAQUES	*Canvi de set (a Set 2)	
9	PRESENTACIÓ I	Introducció concursant I (Mara): Entrevista a ella i a la seva família			2:04:34	0:11:47	EXTERIORS+HALL		
10	PREVI ENTRADA	Desplaçament cap al escenari principal amb STAND UP concursant sobre el que espera aconseguir			2:04:15	0:12:06	PASSADÍS	*Realització: Intercalació de plans entre el camí cap a l'escenari + stand up	
11	ACTUACIÓ I	Entrada + Actuació + Moment de selecció (Bisbal)			2:02:28	0:13:53	ESCENARI PRINCIPAL + SALA FAMILIARS	*Realització: Intercalació reaccions Set 2 + Sala familiars	
12	COMENTARIS JURAT	Gir de cadires + impressions del jurat sobre la concursant + sortida de l'escenari			1:59:55	0:16:26	ESCENARI PRINCIPAL + ESCENARI BUTAQUES	*Realització: Intercalació del que està passant a plató amb les reaccions dels familiars (sala familiars)	
13	REBUDA FAMILIARS I (1)	Els familiars es preparen per a rebre a la concursant			1:59:40	0:16:41	SALA FAMILIARS		
14	IMPRESSIONS I	Comentaris del jurat sobre la concursant un cop fora de plató			1:59:19	0:17:02	ESCENARI BUTAQUES		
15	REBUDA FAMILIARS I (2)	Arribada concursant + felicitacions familiars i presentador			1:57:49	0:18:32	SALA FAMILIARS		
16	DECLARACIONS CONCURSANT I	Declaracions després del veredict			1:57:35	0:18:46	HALL		
17	PRESENTACIÓ II	Introducció concursant I (Maika) Entrevista a ella i a la seva família			1:56:58	0:19:23	HALL		
18	PREVI ENTRADA	Desplaçament cap al escenari principal amb off concursant sobre el que sent			1:56:47	0:19:34	PASSADÍS		
19	ACTUACIÓ II	Entrada + Actuació + Moment de selecció (Tots)			1:54:35	0:21:46	ESCENARI PRINCIPAL + SALA FAMILIARS	*Realització: Intercalació reaccions Set 2 + Set 3 + Sala familiars	
20	COMENTARIS JURAT	Impressions del jurat sobre el concursant + tria del coach per part de la concursant (Melendi) + sortida de l'escenari			1:51:20	0:25:01	ESCENARI PRINCIPAL + ESCENARI BUTAQUES	*Realització: Intercalació reaccions Set 2 + Sala familiars	
21	IMPRESSIONS II (1)	Comentaris del jurat sobre la concursant un cop fora de plató			1:51:09	0:25:12	ESCENARI BUTAQUES		
22	REBUDA FAMILIARS II (1)	Arribada concursant + felicitacions familiar			1:50:52	0:25:29	SALA FAMILIARS		
23	IMPRESSIONS II (2)	Comentaris del jurat sobre la concursant un cop fora de plató			1:50:35	0:25:46	ESCENARI BUTAQUES		
24	REBUDA FAMILIARS II (1)	Felicitació del presentador			1:49:58	0:26:23	SALA FAMILIARS		
25	STAND UP MALÚ	STAND UP MALÚ sobre la concursant (Maika)			1:49:50	0:26:31	SALA BLANCA		
26	ANUNCI ENTRADA I	Jesús Vázquez es desplaça a Almeria per dir-li a un concursant (Borja) que està al concurs			1:47:49	0:28:32	EXTERIORS		
27	PREVI ENTRADA	Desplaçament cap al escenari principal amb off concursant sobre el que sent			1:47:45	0:28:36	PASSADÍS		
28	ACTUACIÓ III	Entrada + Actuació			1:45:48	0:30:33	ESCENARI PRINCIPAL + ESCENARI BUTAQUES	*Realització: Intercalació reaccions Set 2 + Sala familiars	
29	COMENTARIS JURAT	Gir de cadires + impressions del jurat sobre el concursant + sortida de l'escenari			1:43:24	0:32:57	ESCENARI PRINCIPAL + ESCENARI BUTAQUES	*Realització: Intercalació del que està passant a plató amb les reaccions dels familiars (sala familiars)	
30	IMPRESSIONS III	Comentaris del jurat sobre el concursant un cop fora de plató			1:43:05	0:33:16	ESCENARI BUTAQUES		
31	REBUDA FAMILIARS III (1)	Arribada concursant + consol dels familiars			1:42:30	0:33:51	SALA FAMILIARS		
32	STAND UP BISBAL	STAND UP BISBAL sobre els concursants que no són escollits			1:42:20	0:34:01	SALA BLANCA		
33	REBUDA FAMILIARS III (2)	Consol presentador			1:41:32	0:34:49	SALA FAMILIARS		
34	DECLARACIONS CONCURSANT III	Declaracions després del veredict			1:41:25	0:34:56	HALL		
35	VTR PROGRAMA	VTR del que ha passat fins aquest moment en el programa			1:40:57	0:35:24	VTR		
36	PRESENTACIÓ IV	Introducció concursant IV (Angelica) Entrevista a ella i a la seva família			1:40:16	0:36:05	EXTERIORS + HALL		
37	PREVI ENTRADA	Desplaçament cap al escenari principal amb off concursant sobre el que sent			1:39:58	0:36:23	PASSADÍS		
38	ACTUACIÓ IV	Entrada + Actuació + Moment de selecció (Tots)			1:37:49	0:38:32	ESCENARI PRINCIPAL + ESCENARI BUTAQUES	*Realització: Intercalació reaccions Set 2 + Set 3 + Sala familiars	
39	COMENTARIS JURAT	Impressions del jurat sobre la concursant + tria del coach per part de la concursant (Rosario)+ sortida de l'escenari			1:34:26	0:41:55	ESCENARI PRINCIPAL + ESCENARI BUTAQUES	*Realització: Intercalació reaccions Set 2 + Sala familiars	
40	IMPRESSIONS IV (1)	Comentaris del jurat sobre la concursant un cop fora de plató			1:34:07	0:42:14	ESCENARI BUTAQUES		

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

41	REBUDA FAMILIARS IV (1)	Els familiars es preparen per a rebre a la concursant	1:33:57	0:42:24	SALA FAMILIARS	
42	IMPRESSIONS IV (2)	Comentaris del jurat sobre la concursant un cop fora de plató	1:33:52	0:42:29	ESCENARI BUTAQUES	
43	REBUDA FAMILIARS IV (2)	Arribada de la concursant + felicitacions dels familiars	1:33:49	0:42:32	SALA FAMILIARS	
44	IMPRESSIONS IV (3)	Comentaris del jurat sobre la concursant un cop fora de plató	1:33:39	0:42:42	ESCENARI BUTAQUES	
45	REBUDA FAMILIARS IV (3)	Felicitació del presentador	1:33:20	0:43:01	SALA FAMILIARS	
46	STAND UP ROSARIO	STAND UP ROSARIO sobre Angelica	1:33:11	0:43:10	SALA BLANCA	
47	PRESENTACIÓ V	Introducció concursant V (Neus) Entrevista a ella i a la seva família	1:31:32	0:44:49	EXTERIORS + HALL	
48	PREVI ENTRADA	Desplaçament cap al escenari principal amb off concursant sobre el que sent	1:30:57	0:45:24	PASSADÍS	
49	ACTUACIÓ V	Entrada + Actuació + Moment de selecció (Melendi + Malú)	1:29:16	0:47:05	ESCENARI PRINCIPAL + SALA FAMILIARS	*Realització: Intercalació reaccions Set 2 + Set 3 + Sala familiars
50	COMENTARIS JURAT	Impressions del jurat sobre el concursant + tria del coach per part de la concursant (Melendi) + sortida de l'escenari	1:27:04	0:49:17	ESCENARI PRINCIPAL + ESCENARI BUTAQUES	*Realització: Intercalació reaccions Set 2 + Sala familiars
51	IMPRESSIONS V (1)	Comentaris del jurat sobre la concursant un cop fora de plató	1:26:52	0:49:29	ESCENARI BUTAQUES	
52	REBUDA FAMILIARS V (1)	Arribada concursant + felicitacions familiar	1:26:31	0:49:50	SALA FAMILIARS	
53	STAND UP MELENDI	STAND UP MELENDI sobre el seu equip	1:26:20	0:50:01	SALA BLANCA	
54	PRESENTACIÓ VI	Introducció concursant VI (Rocío) Entrevista a ella i a la seva família	1:24:32	0:51:49	EXTERIORS + HALL	
55	PREVI ENTRADA	Desplaçament cap al escenari principal amb off concursant sobre el que sent	1:24:11	0:52:10	PASSADÍS	
56	ACTUACIÓ VI	Entrada + Actuació	1:22:18	0:54:03	ESCENARI PRINCIPAL + ESCENARI BUTAQUES	*Realització: Intercalació reaccions Set 2 + Sala familiars
57	COMENTARIS JURAT	Gir de cadires + impressions del jurat sobre el concursant + sortida de l'escenari	1:20:18	0:56:03	ESCENARI PRINCIPAL + ESCENARI BUTAQUES	*Realització: Intercalació del que està passant a plató amb les reaccions dels familiars (sala familiars)
58	IMPRESSIONS VI (1)	Comentaris del jurat sobre la concursant un cop fora de plató	1:19:45	0:56:36	ESCENARI BUTAQUES	
59	REBUDA FAMILIARS VI (1)	Arribada concursant + consol dels familiars	1:19:27	0:56:54	SALA FAMILIARS	
60	IMPRESSIONS VI (2)	Comentaris del jurat sobre la concursant un cop fora de plató	1:19:20	0:57:01	ESCENARI BUTAQUES	
61	REBUDA FAMILIARS VI (2)	Consol dels familiars	1:19:13	0:57:08	SALA FAMILIARS	
62	IMPRESSIONS VI (3)	Comentaris del jurat sobre la concursant un cop fora de plató	1:19:07	0:57:14	ESCENARI BUTAQUES	
63	REBUDA FAMILIARS VI (3)	Consol presentador	1:18:45	0:57:36	SALA FAMILIARS	
64	DECLARACIONS CONCURSANT VI	Declaracions després del veredict	1:18:41	0:57:40	EXTERIORS	
65	STAND UP JESÚS	STAND UP JESÚS com van fins ara les audicions	1:18:23	0:57:58	HALL	
66	PRESENTACIÓ VII	Introducció concursant VII (Abraham) Entrevista a ell i a la seva família	1:16:34	0:59:47	EXTERIORS + HALL	
67	PREVI ENTRADA	Desplaçament cap al escenari principal amb off concursant sobre el que sent	1:16:05	1:00:16	PASSADÍS	
68	ACTUACIÓ VII	Entrada + Actuació + Moment de selecció (Melendi + Rosario)	1:14:21	1:02:00	ESCENARI PRINCIPAL + ESCENARI BUTAQUES	*Realització: Intercalació reaccions Set 2 + Sala familiars
69	COMENTARIS JURAT	Impressions del jurat sobre el concursant + tria del coach per part del concursant (Rosario) + sortida de l'escenari	1:12:35	1:03:46	ESCENARI PRINCIPAL + ESCENARI BUTAQUES	*Realització: Intercalació del que està passant a plató amb les reaccions dels familiars (sala familiars)
70	IMPRESSIONS VII (1)	Comentaris del jurat sobre la concursant un cop fora de plató	1:12:18	1:04:03	ESCENARI BUTAQUES	
71	REBUDA FAMILIARS VII (1)	Arribada de la concursant + felicitacions dels familiars i presentadors	0:11:34	2:04:47	SALA FAMILIARS	*Muntatge: Inici off Rosario sobre imatges dels familiars abraçant al concursant
72	STAND UP ROSARIO	STAND UP ROSARIO sobre com veu el seu equip	1:11:32	1:04:49	SALA BLANCA	
73	PRESENTACIÓ VIII	Introducció concursant VII (Paula): Entrevista a ella i a la seva família	1:09:47	1:06:34	EXTERIORS + HALL	
74	PREVI ENTRADA	Desplaçament cap al escenari principal amb off concursant sobre el que sent	1:09:35	1:06:46	PASSADÍS	
75	ACTUACIÓ VIII	Entrada + Actuació + Moment de selecció (Tots)	1:07:24	1:08:57	ESCENARI PRINCIPAL + ESCENARI BUTAQUES	*Realització: Intercalació reaccions Set 2 + Sala familiars
76	COMENTARIS JURAT	Impressions del jurat sobre la concursant + tria del coach per part de la concursant (Melendi) + sortida de l'escenari	1:02:05	1:14:16	ESCENARI PRINCIPAL + ESCENARI BUTAQUES	*Realització: Intercalació reaccions Set 2 + Sala familiars
77	IMPRESSIONS VIII (1)	Comentaris del jurat sobre la concursant un cop fora de plató	1:01:48	1:14:33	ESCENARI BUTAQUES	
78	REBUDA FAMILIARS VIII (1)	Arribada del concursant + felicitacions dels familiars	1:01:37	1:14:44	SALA FAMILIARS	
79	IMPRESSIONS VIII (2)	Comentaris del jurat sobre la concursant un cop fora de plató	1:01:18	1:15:03	ESCENARI BUTAQUES	
80	REBUDA FAMILIARS VIII (2)	Felicitacions dels familiars i el presentador	1:00:42	1:15:39	SALA FAMILIARS	*Muntatge: Inici off Melendi sobre imatges dels familiars abraçant la
81	STAND UP MELENDI	STAND UP MELENDI sobre la concursant	1:00:27	1:15:54	SALA BLANCA	*Intercalació plans de l'actuació i la sala familiars amb la cançó que ha cantat
82	STAND UP JESÚS	STAND UP JESÚS sobre la web de la Voz	1:00:05	1:16:16	HALL	
83	PRESENTACIÓ IX	Introducció concursant IX (Virginia) Entrevista a ella i a la seva família	0:58:44	1:17:37	EXTERIORS + HALL	

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

84	PREVI ENTRADA	Desplaçament cap al escenari principal amb off concursant sobre el que sent	0:58:20	1:18:01	PASSADÍS	
85	ACTUACIÓ IX	Entrada + Actuació + Moment de selecció (Bisbal)	0:56:34	1:19:47	ESCENARI PRINCIPAL + ESCENARI BUTAQUES	*Realització: Intercalació reaccions Set 2 + Sala familiars
86	COMENTARIS JURAT	Impressions del jurat sobre la concursant + sortida de l'escenari	0:54:49	1:21:32	ESCENARI PRINCIPAL + ESCENARI BUTAQUES	*Realització: Intercalació reaccions Set 2 + Sala familiars
87	IMPRESSIONS IX (1)	Comentaris del jurat sobre la concursant un cop fora de plató	0:54:30	1:21:51	ESCENARI BUTAQUES	
88	REBUDA FAMILIARS IX (1)	Arribada del concursant + felicitacions dels familiars	0:53:18	1:23:03	SALA FAMILIARS	
89	STAND UP JESÚS + VTR	STAND UP JESÚS + VTR que ha passat fins ara	0:52:21	1:24:00	HALL + VTR	
90	PRESENTACIÓ X	Introducció concursant X (Tina) Entrevista a ella i a la seva família	0:51:17	1:25:04	EXTERIORS + HALL	
91	PREVI ENTRADA	Desplaçament cap al escenari principal amb off concursant sobre el que sent	0:51:00	1:25:21	PASSADÍS	
92	ACTUACIÓ X	Entrada + Actuació	0:49:20	1:27:01	ESCENARI PRINCIPAL + ESCENARI BUTAQUES	*Realització: Intercalació reaccions Set 2 + Sala familiars
93	COMENTARIS JURAT	Gir de cadires + impressions del jurat sobre la concursant + sortida de l'escenari	0:47:21	1:29:00	ESCENARI PRINCIPAL + ESCENARI BUTAQUES	*Realització: Intercalació reaccions Set 2 + Sala familiars
94	IMPRESSIONS X (1)	Comentaris del jurat sobre la concursant un cop fora de plató	0:47:02	1:29:19	ESCENARI BUTAQUES	
95	STAND UP MALÚ	STAND UP MALÚ sobre els que no són escollits	0:46:54	1:29:27	SALA BLANCA	
96	REBUDA FAMILIARS X (1)	Arribada del concursant + consol dels familiars	0:46:17	1:30:04	SALA FAMILIARS	
97	PRESENTACIÓ XI	Introducció concursant XI (Rebeca) Entrevista a ella i a la seva família	0:45:16	1:31:05	EXTERIORS + HALL	
98	PREVI ENTRADA	Desplaçament cap al escenari principal amb off concursant sobre el que sent	0:44:57	1:31:24	PASSADÍS	
99	ACTUACIÓ XI	Entrada + Actuació+ Moment de selecció (Tots)	0:42:56	1:33:25	ESCENARI PRINCIPAL + ESCENARI BUTAQUES	*Realització: Intercalació reaccions Set 2 + Sala familiars
100	COMENTARIS JURAT	Impressions del jurat sobre la concursant + tria del coach per part de la concursant (Malú) + sortida de l'escenari	0:39:09	1:37:12	ESCENARI PRINCIPAL + ESCENARI BUTAQUES	*Realització: Intercalació reaccions Set 2 + Sala familiars
101	IMPRESSIONS XI (1)	Comentaris del jurat sobre la concursant un cop fora de plató	0:38:56	1:37:25	ESCENARI BUTAQUES	
102	REBUDA FAMILIARS XI (1)	Arribada del concursant + felicitacions dels familiars	0:38:35	1:37:46	SALA FAMILIARS	
103	IMPRESSIONS XI (2)	Comentaris del jurat sobre la concursant un cop fora de plató	0:38:20	1:38:01	ESCENARI BUTAQUES	
104	STAND UP MALÚ	STAND UP MALÚ què busca	0:38:15	1:38:06	SALA BLANCA	
105	STAND UP JESÚS	STAND UP JESÚS sobre el què es busca a LA VOZ	0:37:54	1:38:27	HALL	
106	ANUNCI ENTRADA II	Jesús Vázquez es desplaça per dir-li a una concursant (Mercedes) que està al concurs	0:35:39	1:40:42	EXTERIORS	*Muntatge: off del que suposa per ella entrar a la voz
107	PREVI ENTRADA	Desplaçament cap al escenari principal amb off concursant sobre el que sent	0:35:16	1:41:05	PASSADÍS	
108	ACTUACIÓ XII	Entrada + Actuació+ Moment de selecció (Melendi)	0:32:27	1:43:54	ESCENARI PRINCIPAL + ESCENARI BUTAQUES	*Realització: Intercalació reaccions Set 2 + Sala familiars
109	COMENTARIS JURAT	Gir de cadires + impressions del jurat sobre el concursant + sortida de l'escenari	0:30:19	1:46:02	ESCENARI PRINCIPAL + ESCENARI BUTAQUES	*Realització: Intercalació del que està passant a plató amb les reaccions dels familiars (sala familiars)
110	REBUDA FAMILIARS XII (1)	Arribada del concursant + felicitacions dels familiars	0:30:10	1:46:11	ESCENARI BUTAQUES	
111	IMPRESSIONS XI (1)	Comentaris del jurat sobre la concursant un cop fora de plató	0:30:00	1:46:21	SALA FAMILIARS	
112	REBUDA FAMILIARS XII (2)	Felicitacions del presentador	0:29:40	1:46:41	ESCENARI BUTAQUES	*Muntatge: inici off STAND UP MELENDI
113	STAND UP MELENDI	STAND UP MELENDI sobre la concursant (Mercedes)	0:29:27	1:46:54	SALA BLANCA	
114	REBUDA FAMILIARS XII (3)	Entrada Melendi a la sala + felicitacions	0:28:57	1:47:24	SALA FAMILIARS	
115	DECLARACIONS CONCURSANT XII	Declaracions després del veredict	0:28:45	1:47:36	HALL	*Realització: Intercalació de plans amb l'actuació que ha fet
116	STAND UP JESÚS VÁZQUEZ	STAND UP JESÚS VÁZQUEZ sobre la web de LA VOZ	0:28:34	1:47:47	HALL	
117	PRESENTACIÓ XIII	Introducció concursant XIII (Charo) Entrevista a ella i a la seva família	0:27:20	1:49:01	EXTERIORS + HALL	
118	PREVI ENTRADA	Desplaçament cap al escenari principal amb off concursant sobre el que sent	0:27:02	1:49:19	PASSADÍS	
119	ACTUACIÓ XII	Entrada + Actuació	0:25:17	1:51:04	ESCENARI PRINCIPAL + ESCENARI BUTAQUES	*Realització: Intercalació reaccions Set 2 + Sala familiars
120	COMENTARIS JURAT	Impressions del jurat sobre la concursant + sortida de l'escenari	0:24:00	1:52:21	ESCENARI PRINCIPAL + ESCENARI BUTAQUES	*Realització: Intercalació reaccions Set 2 + Sala familiars
121	REBUDA FAMILIARS XII (1)	Arribada del concursant + consol dels familiars	0:23:43	1:52:38	SALA FAMILIARS	
122	IMPRESSIONS XIII (1)	Comentaris del jurat sobre la concursant un cop fora de plató	0:23:35	1:52:46	ESCENARI BUTAQUES	
123	REBUDA FAMILIARS XII (2)	Consol del presentador	0:23:21	1:53:00	SALA FAMILIARS	
124	PRESENTACIÓ XIV	Introducció concursant XIV (Mirela) Entrevista a ella i a la seva família	0:22:32	1:53:49	EXTERIORS+HALL	
125	PREVI ENTRADA	Desplaçament cap al escenari principal amb off concursant sobre el que sent			PASSADÍS	
126	ACTUACIÓ XIV	Entrada + Actuació+Moment de selecció (Melendi)	0:20:18	1:56:03	ESCENARI PRINCIPAL + ESCENARI BUTAQUES	*Realització: Intercalació reaccions Set 2 + Sala familiars
127	COMENTARIS JURAT	Gir de cadires + impressions del jurat sobre el concursant + sortida de l'escenari	0:18:00	1:58:21	ESCENARI PRINCIPAL + ESCENARI BUTAQUES	*Realització: Intercalació reaccions Set 2 + Sala familiars

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

128	REBUDA FAMILIARS XII (1)	Arribada del concursant + felicitacions dels familiars	0:17:46	1:58:35	SALA FAMILIARS	
129	DECLARACIONS CONCURSANT XIV	Declaracions després del veredict	0:17:34	1:58:47	HALL	*Muntatge: Intercalació de plans amb la felicitació dels familiars
130	PRESENTACIÓ XV	Introducció concursant XIV (Yago) Entrevista a ell i a la seva família	0:16:28	1:59:53	EXTERIORS+HALL	
131	PREVI ENTRADA	Desplaçament cap al escenari principal amb off concursant sobre el que sent	0:16:08	2:00:13	PASSADÍS	
132	ACTUACIÓ XV	Entrada + Actuació+Moment de selecció (Melendi)	0:13:56	2:02:25	ESCENARI PRINCIPAL + ESCENARI BUTAQUES	*Realització: Obertura des de Set 3 a Set 1/ Intercalació reaccions Set 2 + Sala familiars
133	COMENTARIS JURAT	Gir de cadires + impressions del jurat sobre el concursant + sortida de l'escenari	0:12:33	2:03:48	ESCENARI PRINCIPAL + ESCENARI BUTAQUES	*Realització: Intercalació reaccions Set 2 + Sala familiars
134	REBUDA FAMILIARS XV	Arribada del concursant + consol dels familiars	0:12:19	2:04:02	SALA FAMILIARS	
135	IMPRESSIONS XV	Comentaris del jurat sobre la concursant un cop fora de plató	0:12:06	2:04:15	ESCENARI BUTAQUES	*Muntatge: Intercalació de plans del consol dels familiars
136	PRESENTACIÓ XVI	Introducció concursant XIV (Juan Carlos) Entrevista a ell i a la seva família	0:11:09	2:05:12	EXTERIORS+HALL	
137	PREVI ENTRADA	Desplaçament cap al escenari principal amb off concursant sobre el que sent	0:10:53	2:05:28	PASSADÍS	
138	ACTUACIÓ XVI	Entrada + Actuació+Moment de selecció (Tots)	0:08:44	2:07:37	ESCENARI PRINCIPAL + ESCENARI BUTAQUES	*Realització: Intercalació reaccions Set 2 + Sala familiars
139	COMENTARIS JURAT	Impressions del jurat sobre el concursant + tria del coach (Rosario) + sortida de l'escenari	0:04:16	2:12:05	ESCENARI PRINCIPAL + ESCENARI BUTAQUES	*Realització: Intercalació reaccions Set 2 + Sala familiars
140	IMPRESSIONS XVI	Comentaris del jurat sobre la concursant un cop fora de plató	0:03:54	2:12:27	ESCENARI BUTAQUES	
141	REBUDA FAMILIARS XVI (1)	Arribada del concursant + felicitacions dels familiars	0:03:47	2:12:34	SALA FAMILIARS	
142	IMPRESSIONS XVI (1)	Comentaris del jurat sobre la concursant un cop fora de plató	0:03:35	2:12:46	ESCENARI BUTAQUES	
143	REBUDA FAMILIARS XVI (2)	Arribada del concursant + felicitacions dels familiars	0:03:15	2:13:06	SALA FAMILIARS	
144	IMPRESSIONS XVI (3)	Comentaris del jurat sobre la concursant un cop fora de plató	0:03:06	2:13:15	ESCENARI BUTAQUES	
145	STAND UP ROSARIO	STAND UP ROSARIO sobre el concursant (Juan Carlos)	0:02:54	2:13:27	SALA BLANCA	*Muntatge: Intercalació amb plans de les felicitacions de la família
146	STAND UP JESÚS VÁZQUEZ + VTR	STAND UP JESÚS VÁZQUEZ Acomiadament + VTR del que ha passat fins ara	0:01:07	2:15:14	HALL + VTR	
147	VTR SETMANA QUE VE	VTR sobre el que es veurà en el següent programa	0:00:14	2:16:07	VTR	
CRÈDITS						

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

16.6. ANNEX 6: ANÀLISI II. LA VOZ – Batalles

Nº	PROGRAMA	PLATAFORMA	EMISSIÓ	DIA D'EMISSIÓ	HORA	DURADA	ESPECTADORS	SHARE	LINK
6	LAS BATALLAS I	TV	DIFERIT	24/10/2012	PRIME TIME	3:11:03	5.336.000	35,50%	http://www.mitele.es/programas-tv/la-voz/temporada-1/gala
ESTRUCTURA DEL PROGRAMA									
Nº	SITUACIÓ	ACCIÓ	TEMPS RESTANT	TEMPS PARCIAL	ESPAI	OBSERVACIONS			
1		CARETA	3:10:39	0:00:24					
2	INTRODUCCIÓ A LES BATALLES	Jesús Vázquez introdueix les batalles	3:10:13	0:00:50	ESCENARI PRINCIPAL (RING)	Posició Set 1 (ring)			
3	VTR LAS BATALLAS	Presentació del que són les batalles + introducció als assessors dels coaches	3:07:20	0:03:43	VTR				
4	RÀFAGA	RÀFAGA curta de la CARETA	3:07:14	0:03:49	CARETA				
PUBLICITAT									
5	RÀFAGA	RÀFAGA curta de la CARETA	3:07:09	0:03:54	CARETA				
6	STAND UP JESÚS	STAND UP JESÚS: PUBLICITAT	3:06:13	0:04:50	HALL	*Muntatge: imatges del producte			
7	STAND UP JESÚS	Recordatori del que va passar a les audicions + inici de les batalles	3:05:06	0:05:57	ESCENARI PRINCIPAL (RING)	*Realització: Presentador: Set 1 / Jurat: Set 2 (intercalació d'imatges)			
8	BATALLA I	Jesús Vázquez anuncia que la primera batalla serà de l'equip Bisbal + reaccions del coach + PAS VTR	3:04:34	0:06:29	ESCENARI PRINCIPAL (RING) + ESCENARI BUTAQUES				
9	VTR REUNIO BISBAL	VTR del David Bisbal amb els seus escollits: Assignació de rival a les batalles (Lola vs. Virginia) + stand ups dels rivals + assajos	2:57:32	0:13:31	VTR	*Intercalació amb les actuacions dels concursants a les audicions			
10	PREVI ENTRADA	Rivals esperant per sortir	2:57:04	0:13:59	PASSADÍS + ESCENARI PRINCIPAL	*off de les impressions abans de sortir de les rivals + intercalació amb			
11	ANUNCI ENTRADA	Jesús Vázquez introdueix els concursants a banda i banda del ring	2:56:16	0:14:47	ESCENARI PRINCIPAL (RING)	*Intercalació plans a Set 2 i 3 (familiars)			
12	ACTUACIÓ I	Actuació	2:53:26	0:17:37	ESCENARI PRINCIPAL (RING)	*Intercalació plans a Set 2 i 3 (familiars)			
13	VALORACIONS DEL JURAT	Valoracions de tot el jurat excepte Bisbal + Tria de qui segueix al concurs (Lola)	2:50:45	0:20:18	ESCENARI PRINCIPAL (RING) + ESCENARI BUTAQUES				
14	DECLARACIONS GUANYADORA	Impressions després del veredict	2:50:29	0:20:34	PASSADÍS				
15	REBUDA FAMILIARS	Familiars feliciten a la guanyadora	2:50:19	0:20:44	PASSADÍS				
16	DECLARACIONS PERDEDORA	Agraïments al coach i al programa + sortida	2:48:46	0:22:17	ESCENARI PRINCIPAL (RING) + ESCENARI BUTAQUES				
17	REBUDA FAMILIARS	Familiars reben i consolen a la perdedora	2:48:18	0:22:45	PASSADÍS				
18	DECLARACIONS PERDEDORA (2)	Com se sent i què farà	2:48:12	0:22:51	PASSADÍS				
19	RÀFAGA	RÀFAGA curta de la CARETA	2:48:00	0:23:03	CARETA				
PUBLICITAT									
20	RÀFAGA	RÀFAGA curta de la CARETA	2:47:56	0:23:07	CARETA				
21	BATALLA II	Jesús Vázquez anuncia la segona batalla a l'equip Rosario + reaccions del coach + PAS VTR	2:47:36	0:23:27	ESCENARI PRINCIPAL (RING) + ESCENARI BUTAQUES				
22	VTR REUNIO ROSARIO	VTR del Rosario Flores amb els seus escollits: Assignació de rival a les batalles (Jorge vs. Damaris) + stand ups dels rivals + assajos	2:41:23	0:29:40	VTR	*Intercalació amb les actuacions dels concursants a les audicions			
23	PREVI ENTRADA	Rivals esperant per sortir	2:40:56	0:30:07	PASSADÍS + ESCENARI PRINCIPAL	*off de les impressions abans de sortir dels rivals			
24	ANUNCI ENTRADA	Jesús Vázquez introdueix els concursants a banda i banda del ring	2:40:15	0:30:48	ESCENARI PRINCIPAL (RING)	*Intercalació plans a Set 2 i 3 (familiars)			
25	ACTUACIÓ II	Actuació	2:37:31	0:33:32	ESCENARI PRINCIPAL (RING)	*Intercalació plans a Set 2 i 3 (familiars)			
26	VALORACIONS DEL JURAT	Valoracions de tot el jurat excepte Rosario + Tria de qui segueix al concurs (Jorge)	2:38:18	0:32:45	ESCENARI PRINCIPAL (RING) + ESCENARI BUTAQUES	*Intercalació plans Set 3 (família)			
27	REBUDA FAMILIARS	Familiars feliciten al guanyador	2:33:08	0:37:55	PASSADÍS				
28	DECLARACIONS GUANYADOR	Impressions despres del veredict	2:32:58	0:38:05	PASSADÍS				
29	DECLARACIONS PERDEDORA	Agraïments al coach i al programa + sortida	2:32:09	0:38:54	ESCENARI PRINCIPAL (RING) + ESCENARI BUTAQUES	*Intercalació plans Set 3 (família)			
30	REBUDA FAMILIARS	Familiars reben i consolen a la perdedora	2:31:55	0:39:08	PASSADÍS				
31	DECLARACIONS PERDEDORA (2)	Com se sent i què farà	2:31:53	0:39:10	PASSADÍS				
32	STAND UP JESÚS	STAND UP JESÚS amb publicitat del programa	2:31:31	0:39:32	ESCENARI PRINCIPAL (RING)				
33	BATALLA III	Jesús Vázquez anuncia la segona batalla a l'equip Melendi + reaccions del coach + PAS VTR	2:31:07	0:39:56	ESCENARI PRINCIPAL (RING) + ESCENARI BUTAQUES				
34	VTR REUNIO MELENDI	VTR del Melendi amb els seus escollits: Assignació de rival a les batalles (Tony vs. Maika) + stand ups dels rivals + assajos	2:22:21	0:48:42	VTR	*Intercalació amb les actuacions dels concursants a les audicions			
35	PREVI ENTRADA	Rivals esperant per sortir	2:21:58	0:49:05	PASSADÍS + ESCENARI PRINCIPAL	*off de les impressions abans de sortir dels rivals			
36	ANUNCI ENTRADA	Jesús Vázquez introdueix els concursants a banda i banda del ring	2:21:18	0:49:45	ESCENARI PRINCIPAL (RING)	*Intercalació plans a Set 2 i 3 (familiars)			
37	ACTUACIÓ III	Actuació	2:18:32	0:52:31	ESCENARI PRINCIPAL (RING)	*Intercalació plans a Set 2 i 3 (familiars)			
38	VALORACIONS DEL JURAT	Valoracions de tot el jurat excepte Melendi + Tria de qui segueix al concurs (Maika)	2:14:07	0:56:56	ESCENARI PRINCIPAL (RING) + ESCENARI BUTAQUES	*Intercalació plans Set 3 (família)			
39	REBUDA FAMILIARS	Familiars feliciten al guanyador	2:13:52	0:57:11	PASSADÍS				
40	DECLARACIONS PERDEDOR	Agraïments al coach i al programa + sortida	2:12:51	0:58:12	ESCENARI PRINCIPAL (RING) + ESCENARI BUTAQUES	*Intercalació plans Set 3 (família)			
41	REBUDA FAMILIARS	Familiars reben i consolen a la perdedora	2:12:43	0:58:20	PASSADÍS				
42	REBUDA FAMILIARS	Familiars reben i consolen a la perdedora	2:12:27	0:58:36	PASSADÍS				
43	STAND UP MELENDI	Impressions del coach sobre la batalla III	2:11:59	0:59:04	SALA D'ASSAJOS	Muntatge: imatges de la batalla			
44	PUBLICITAT	Jesús Vázquez anuncia la pel·lícula SKYFALL	2:11:10	0:59:53	SALA D'ASSAJOS				
45	PUBLICITAT INSERIDA	ANUNCI inserit EVAX	2:11:04	0:59:59	ANUNCI				

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

46	RÀFAGA	RÀFAGA curta de la CARETA	2:11:59	0:59:04	CARETA	
PUBLICITAT						
47	RÀFAGA	RÀFAGA curta de la CARETA	2:10:54	1:00:09	CARETA	
48	BATALLA IV	Jesús Vázquez anuncia la segona batalla a l'equip Malú + reaccions del coach + PAS VTR	2:10:29	1:00:34	ESCENARI PRINCIPAL (RING) + ESCENARI BUTAQUES	
49	VTR REUNIÓ MALÚ	VTR del Malú amb els seus escollits: Assignació de rival a les batalles (Macarena vs. Pau) + stand ups dels rivals + assajos	2:02:40	1:08:23	VTR	*Intercalació amb les actuacions dels concursants a les audicions
50	PREVI ENTRADA	Rivals esperant per sortir	2:02:01	1:09:02	PASSADÍS + ESCENARI PRINCIPAL	*off de les impressions abans de sortir dels rivals
51	ANUNCI ENTRADA	Jesús Vázquez introdueix els concursants a banda i banda del ring	2:01:14	1:09:49	ESCENARI PRINCIPAL (RING)	*Intercalació plans a Set 2 i 3 (familiars)
52	ACTUACIÓ IV	Actuació	1:58:57	1:12:06	ESCENARI PRINCIPAL (RING)	*Intercalació plans a Set 2 i 3 (familiars)
53	VALORACIONS DEL JURAT	Valoracions de tot el jurat excepte Malú + Tria de qui segueix al concurs (Pau)	1:54:15	1:16:48	ESCENARI PRINCIPAL (RING) + ESCENARI BUTAQUES	*Intercalació plans Set 3 (família)
54	REBUDA FAMILIARS	Familiars feliciten al guanyador	1:54:05	1:16:58	PASSADÍS	
55	DECLARACIONS GUANYADOR	Impressions després del veredict	1:53:56	1:17:07	PASSADÍS	
56	DECLARACIONS PERDEDORA	Agraïments al coach i al programa + sortida	1:53:17	1:17:46	ESCENARI PRINCIPAL (RING) + ESCENARI BUTAQUES	*Intercalació plans Set 3 (família)
57	REBUDA FAMILIARS	Familiars reben i consolen a la perdedora	1:53:10	1:17:53	PASSADÍS	
58	DECLARACIONS PERDEDORA (2)	Com se sent i què farà	1:52:59	1:18:04	PASSADÍS	
59	RÀFAGA	RÀFAGA curta de la CARETA	1:52:52	1:18:11	CARETA	
PUBLICITAT						
60	RÀFAGA	RÀFAGA curta de la CARETA	1:52:48	1:18:15	CARETA	
61	BATALLA V	Jesús Vázquez anuncia la cinquena batalla a l'equip Melendi + reaccions del coach + PAS VTR	1:52:20	1:18:43	ESCENARI PRINCIPAL (RING) + ESCENARI BUTAQUES	
62	VTR PUBLICITAT	VTR Jesús Vázquez regalant càmeres SONY als concursants	1:51:33	1:19:30	VTR	
63	VTR REUNIÓ MELENDI (II)	Assignació de la segona batalla de l'equip (Paula vs. Yhadira) + stand up dels rivals + assajos	1:47:35	1:23:28	VTR	*off de les impressions abans de sortir dels rivals
64	PREVI ENTRADA	Rivals esperant per sortir	1:47:06	1:23:57	PASSADÍS + ESCENARI PRINCIPAL	*off de les impressions abans de sortir dels rivals
65	ANUNCI ENTRADA	Jesús Vázquez introdueix els concursants a banda i banda del ring	1:46:22	1:24:41	ESCENARI PRINCIPAL (RING)	*Intercalació plans a Set 2 i 3 (familiars)
66	ACTUACIÓ V	Actuació	1:43:38	1:27:25	ESCENARI PRINCIPAL (RING)	*Intercalació plans a Set 2 i 3 (familiars)
67	VALORACIONS DEL JURAT	Valoracions de tot el jurat excepte Melendi + Tria de qui segueix al concurs (Paula)	1:40:00	1:31:03	ESCENARI PRINCIPAL (RING) + ESCENARI BUTAQUES	*Intercalació plans Set 3 (família)
68	REBUDA FAMILIARS	Familiars feliciten a la guanyadora	1:39:38	1:31:25	PASSADÍS	*off de les declaracions després del veredict
69	DECLARACIONS PERDEDORA	Agraïments al coach i al programa + sortida	1:38:22	1:32:41	ESCENARI PRINCIPAL (RING) + ESCENARI BUTAQUES	*Intercalació plans Set 3 (família)
70	REBUDA FAMILIARS	Familiars reben i consolen a la perdedora	1:38:18	1:32:45	PASSADÍS	*off de les declaracions després del veredict
71	RÀFAGA	RÀFAGA curta de la CARETA	1:38:07	1:32:56	CARETA	
PUBLICITAT						
72	RÀFAGA	RÀFAGA curta de la CARETA	1:38:03	1:33:00	CARETA	
73	STAND UP JESÚS	STAND UP JESÚS: PUBLICITAT	1:37:15	1:33:48	HALL	
74	BATALLA VI	Jesús Vázquez anuncia la sisena batalla a l'equip Bisbal + reaccions del coach + PAS VTR	1:37:00	1:34:03	ESCENARI PRINCIPAL (RING) + ESCENARI BUTAQUES	
75	VTR REUNIÓ BISBAL (II)	Assignació de la segona batalla de l'equip (Sandra vs. Nieves) + stand ups dels rivals + assajos	1:36:50	1:34:13	VTR	*Intercalació amb les actuacions dels concursants a les audicions
76	PREVI ENTRADA	Rivals esperant per sortir	1:31:14	1:39:49	PASSADÍS + ESCENARI PRINCIPAL	*off de les impressions abans de sortir de les rivals + intercalació amb l'acció a Set 1 (Jesús)
77	ANUNCI ENTRADA	Jesús Vázquez introdueix els concursants a banda i banda del ring	1:30:33	1:40:30	ESCENARI PRINCIPAL (RING)	*Intercalació plans a Set 2 i 3 (familiars)
78	ACTUACIÓ VI	Actuació	1:27:38	1:43:25	ESCENARI PRINCIPAL (RING)	*Intercalació plans a Set 2 i 3 (familiars)
79	VALORACIONS DEL JURAT	Valoracions de tot el jurat excepte Bisbal + Tria de qui segueix al concurs (Nieves)	1:22:20	1:48:43	ESCENARI PRINCIPAL (RING) + ESCENARI BUTAQUES	
80	REBUDA FAMILIARS	Familiars feliciten a la guanyadora	1:22:04	1:48:59	PASSADÍS	
81	DECLARACIONS PERDEDORA	Agraïments al coach i al programa + sortida	1:21:36	1:49:27	ESCENARI PRINCIPAL (RING) + ESCENARI BUTAQUES	
82	REBUDA FAMILIARS	Familiars reben i consolen a la perdedora	1:20:20	1:50:43	PASSADÍS	
83	DECLARACIONS PERDEDORA (2)	Com se sent i què farà + reaccions a Set 2 de Bisbal	1:19:41	1:51:22	PASSADÍS + ESCENARI BUTAQUES	*Intercalació de les declaracions amb les reaccions de Bisbal
84	STAND UP JESÚS	Jesús Vázquez fa balanç de la nit + PAS VTR	1:19:28	1:51:35	ESCENARI PRINCIPAL (RING)	
85	VTR	VTR de les actuacions de la nit	1:18:36	1:52:27	VTR	
86	BATALLA VII	Jesús Vázquez anuncia la setena batalla a l'equip Rosario + reaccions del coach + PAS VTR	1:18:23	1:52:40	ESCENARI PRINCIPAL (RING) + ESCENARI BUTAQUES	
87	VTR REUNIÓ ROSARIO (2)	Assignació de rival a les batalles (Monica vs. Nuria) + stand ups dels rivals + assajos	1:14:07	1:56:56	VTR	*Intercalació amb les actuacions dels concursants a les audicions
88	PREVI ENTRADA	Rivals esperant per sortir	1:13:41	1:57:22	PASSADÍS + ESCENARI PRINCIPAL	*off de les impressions abans de sortir dels rivals
89	ANUNCI ENTRADA	Jesús Vázquez introdueix els concursants a banda i banda del ring	1:13:05	1:57:58	ESCENARI PRINCIPAL (RING)	*Intercalació plans a Set 2 i 3 (familiars)
90	ACTUACIÓ II	Actuació	1:10:18	2:00:45	ESCENARI PRINCIPAL (RING)	*Intercalació plans a Set 2 i 3 (familiars)
91	VALORACIONS DEL JURAT	Valoracions de tot el jurat excepte Rosario + Tria de qui segueix al concurs (Monica)	1:06:51	2:04:12	ESCENARI PRINCIPAL (RING) + ESCENARI BUTAQUES	*Intercalació plans Set 3 (família)
92	REBUDA FAMILIARS	Familiars feliciten al guanyador	1:06:44	2:04:19	PASSADÍS	
93	DECLARACIONS PERDEDORA	Agraïments al coach i al programa + sortida	1:06:02	2:05:01	ESCENARI PRINCIPAL (RING) + ESCENARI BUTAQUES	*Intercalació plans Set 3 (família)
94	REBUDA FAMILIARS	Familiars reben i consolen a la perdedora	1:05:33	2:05:30	PASSADÍS	*Inici off Rosario
95	STAND UP ROSARIO	Rosario explica la dificultat de les eleccions	1:05:12	2:05:51	SALA ASSAJOS	

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

93	DECLARACIONS PERDEDORA	Agraïments al coach i al programa + sortida	1:06:02	2:05:01	ESCENARI PRINCIPAL (RING) + ESCENARI BUTAQUES	*Intercalació plans Set 3 (família)
94	REBUDA FAMILIARS	Familiars reben i consolen a la perdedora	1:05:33	2:05:30	PASSADÍS	*Inici off Rosario
95	STAND UP ROSARIO	Rosario explica la dificultat de les eleccions	1:05:12	2:05:51	SALA ASSAJOS	
96	STAND UP JESÚS	STAND UP JESÚS: PUBLICITAT	1:04:46	2:06:17	ESCENARI PRINCIPAL (RING)	
97	BATALLA VIII	Jesús Vázquez anuncia la vuitena batalla a l'equip Melendi + reaccions del coach + PAS VTR	1:04:32	2:06:31	ESCENARI PRINCIPAL (RING) + ESCENARI BUTAQUES	
98	VTR REUNIÓ MELENDI (II)	Assignació de la tercera batalla de l'equip (Ruiman vs. Eduardo) + stand up dels rivals + assajos	1:00:23	2:10:40	VTR	
99	PREVI ENTRADA	Rivals esperant per sortir	1:00:01	2:11:02	PASSADÍS + ESCENARI PRINCIPAL	*off de les impressions abans de sortir dels rivals
100	ANUNCI ENTRADA	Jesús Vázquez introdueix els concursants a banda i banda del ring	0:59:19	2:11:44	ESCENARI PRINCIPAL (RING)	*Intercalació plans a Set 2 i 3 (familiars)
101	ACTUACIÓ VIII	Actuació	0:56:46	2:14:17	ESCENARI PRINCIPAL (RING)	*Intercalació plans a Set 2 i 3 (familiars)
102	VALORACIONS DEL JURAT	Valoracions de tot el jurat excepte Melendi	0:53:07	2:17:56	ESCENARI PRINCIPAL (RING) + ESCENARI BUTAQUES	*Intercalació plans Set 3 (família)
103	VTR NEXTCOMING	VTR del que passarà després de la publicitat	0:52:36	2:18:27	VTR	
104	STAND UP JESÚS	STAND UP JESÚS: PUBLICITAT	0:51:45	2:19:18	HALL	
105	RAFAGA	RAFAGA curta de la CARETA	0:51:37	2:19:26	CARETA	
PUBLICITAT						
106	RAFAGA	RAFAGA curta de la CARETA	0:51:33	2:19:30	CARETA	*Intercalació plans Set 3 (família)
107	VALORACIONS DEL JURAT (2)	Tria del que segueix en el concurs (Ruiman) + sortida	0:48:43	2:22:20	PASSADÍS	*off de les declaracions després del veredict
108	REBUDA FAMILIARS	Familiars feliciten al guanyador	0:48:31	2:22:32	PASSADÍS	*Intercalació plans Set 3 (família)
109	DECLARACIONS PERDEDOR	Agraïments al coach i al programa + sortida	0:48:16	2:22:47	ESCENARI PRINCIPAL (RING) + ESCENARI BUTAQUES	*off de les declaracions després del veredict
110	REBUDA FAMILIARS	Familiars reben i consolen al perdedor	0:48:10	2:14:17	PASSADÍS	*off declaracions concursant com se sent i què farà
111	STAND UP MELENDI	STAND UP sobre l'actuació VIII	0:47:45	2:23:18	SALA D'ASSAJOS	
112	BATALLA IX	Jesús Vázquez anuncia la novena batalla a l'equip Malú + reaccions del coach + PAS VTR	0:47:33	0:31:10	ESCENARI PRINCIPAL (RING) + ESCENARI BUTAQUES	
113	VTR REUNIÓ MALÚ (2)	Assignació de rival a les batalles (Hector vs. Nicky) + stand ups dels rivals + assajos	0:42:44	2:28:19	VTR	*Intercalació amb les actuacions dels concursants a les audicions
114	PREVI ENTRADA	Rivals esperant per sortir	0:42:05	2:28:58	PASSADÍS + ESCENARI PRINCIPAL	*off de les impressions abans de sortir dels rivals
115	ANUNCI ENTRADA	Jesús Vázquez introdueix els concursants a banda i banda del ring	0:41:28	2:29:35	ESCENARI PRINCIPAL (RING)	*Intercalació plans a Set 2 i 3 (familiars)
116	ACTUACIÓ IX	Actuació	0:38:36	2:32:27	ESCENARI PRINCIPAL (RING)	*Intercalació plans a Set 2 i 3 (familiars)
117	VALORACIONS DEL JURAT	Valoracions de tot el jurat excepte Malú + Tria de qui segueix al concurs (Hector)	0:34:24	2:36:39	ESCENARI PRINCIPAL (RING) + ESCENARI BUTAQUES	*Intercalació plans Set 3 (família)
118	REBUDA FAMILIARS	Familiars feliciten al guanyador	0:34:17	2:36:46	PASSADÍS	
119	DECLARACIONS GUANYADOR	Impressions després del veredict	0:34:11	2:36:52	PASSADÍS	
120	DECLARACIONS PERDEDOR	Agraïments al coach i al programa + sortida	0:32:30	2:38:33	ESCENARI PRINCIPAL (RING) + ESCENARI BUTAQUES	*Intercalació plans Set 3 (família)
121	REBUDA FAMILIARS	Familiars reben i consolen al perdedor	0:32:19	2:38:44	PASSADÍS	
122	DECLARACIONS PERDEDOR (2)	Com se sent i què farà	0:31:53	2:39:10	PASSADÍS	
123	IMPRESSIONS MALÚ	Off de Malú amb imatges de Nicky dient que pensa d'ell com a artista	0:31:26	2:39:37	IMATGES	
124	BATALLA X	Jesús Vázquez anuncia la desena batalla a l'equip Rosario + reaccions del coach + PAS VTR	0:31:10	2:39:53	ESCENARI PRINCIPAL (RING) + ESCENARI BUTAQUES	
125	VTR REUNIÓ ROSARIO (3)	Assignació de rival a les batalles (Anabella vs. Lorena + stand ups dels rivals + assajos	0:25:46	2:45:17	VTR	*Intercalació amb les actuacions dels concursants a les audicions
126	PREVI ENTRADA	Rivals esperant per sortir	0:25:12	2:45:51	PASSADÍS + ESCENARI PRINCIPAL	*off de les impressions abans de sortir dels rivals
127	ANUNCI ENTRADA	Jesús Vázquez introdueix els concursants a banda i banda del ring	0:24:33	2:46:30	ESCENARI PRINCIPAL (RING)	*Intercalació plans a Set 2 i 3 (familiars)
128	ACTUACIÓ X	Actuació	0:21:31	2:49:32	ESCENARI PRINCIPAL (RING)	*Intercalació plans a Set 2 i 3 (familiars)
129	VALORACIONS DEL JURAT	Valoracions de tot el jurat excepte Rosario + Tria de qui segueix al concurs (Anabella)	0:18:28	2:52:35	ESCENARI PRINCIPAL (RING) + ESCENARI BUTAQUES	*Intercalació plans Set 3 (família)
130	REBUDA FAMILIARS	Familiars feliciten al guanyador	0:18:17	2:52:46	PASSADÍS	
131	DECLARACIONS PERDEDORA	Agraïments al coach i al programa + sortida	0:16:09	2:54:54	ESCENARI PRINCIPAL (RING) + ESCENARI BUTAQUES	*Intercalació plans Set 3 (família)
132	REBUDA FAMILIARS	Familiars reben i consolen a la perdedora	0:15:57	2:55:06	PASSADÍS	*Inici off Rosario
133	DECLARACIONS PERDEDORA (2)	Com se sent i què farà	0:15:51	2:55:12	PASSADÍS	*Intercalació de plans de l'actuació
134	STAND UP JESÚS	STAND UP JESÚS: PUBLICITAT	0:15:33	2:55:30	ESCENARI PRINCIPAL (RING)	
135	BATALLA XI	Jesús Vázquez anuncia l'onzena batalla a l'equip Malú + reaccions del coach + PAS VTR	0:15:11	2:55:52	ESCENARI PRINCIPAL (RING) + ESCENARI BUTAQUES	
136	VTR REUNIÓ MALÚ (3)	Assignació de rival a les batalles (Nuria vs. Manuela) + stand ups dels rivals + assajos	0:10:31	3:00:32	VTR	*Intercalació amb les actuacions dels concursants a les audicions
137	PREVI ENTRADA	Rivals esperant per sortir	0:10:07	0:13:31	PASSADÍS + ESCENARI PRINCIPAL	*off de les impressions abans de sortir dels rivals
138	ANUNCI ENTRADA	Jesús Vázquez introdueix els concursants a banda i banda del ring	0:09:28	3:01:35	ESCENARI PRINCIPAL (RING)	*Intercalació plans a Set 2 i 3 (familiars)
139	ACTUACIÓ XI	Actuació	0:06:56	3:04:07	ESCENARI PRINCIPAL (RING)	*Intercalació plans a Set 2 i 3 (familiars)
140	VALORACIONS DEL JURAT	Valoracions de tot el jurat excepte Malú + Tria de qui segueix al concurs (Nuria)	0:03:34	3:07:29	ESCENARI PRINCIPAL (RING) + ESCENARI BUTAQUES	*Intercalació plans Set 3 (família)
141	DECLARACIONS RIVALS	Declaracions tant de la guanyadora com la perdedora + sortida	0:01:43	3:09:20	ESCENARI PRINCIPAL	
142	REBUDA FAMILIARS	Familiars feliciten a la guanyadora	0:01:32	3:09:31	PASSADÍS	
143	DECLARACIONS GUANYADORA	Impressions després del veredict	0:01:20	3:09:43	PASSADÍS	*Intercalació plans Set 3 (família)
144	DECLARACIONS PERDEDORA	Com se sent i què farà	0:01:12	3:09:51	PASSADÍS	*Intercalació amb imatges de la família consolant

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

144	DECLARACIONS PERDEDORA	Com se sent i què farà	0:01:12	3:09:51	PASSADÍS	*Intercalació amb imatges de la família consolant
145	STAND UP MALÚ	STAND UP MALÚ Què sent després del veredict	0:01:08	3:09:55	SALA D'ASSAJOS	
146	VTR PROXIMA SETMANA	Avanç pròxima setmana	0:00:19	3:10:44	VTR	
CRÈDITS						

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

16.7. ANNEX 7: ANÀlisi II. LA VOZ – Gales en directe

Nº	PROGRAMA	PLATAFORMA	EMISSIÓ	DIA D'EMISSIÓ	HORA	DURADA	ESPECTADORS	SHARE	LINK
9	GALAS EN DIRECTO I	TV	DIRECTE	21/11/2012	PRIME TIME	2:41:05	4.955.000	32,60%	http://www.mitele.es/programas-tv/la-voz/temporada-1/gala-9/
ESTRUCTURA DEL PROGRAMA									
Nº	SITUACIÓ	ACCIÓ			TEMPS RESTANT	TEMPS PARCIAL	ESPAI	OBSERVACIONS	
1		CARETA			2:40:42	0:00:23			
2	INTRODUCCIÓ JESÚS VÁZQUEZ	Benvinguda + Introducció als directes + Introducció coaches + PAS a publicitat			2:37:29	0:03:36	ESCENARI GRADES	Posició Set 3 + Referències al directe	
3	RÀFAGA	RÀFAGA curta de la CARETA			2:37:26	0:03:39	CARETA		
PUBLICITAT									
4	PRESENTACIÓ MELENDI	Jesús Vázquez introdueix l'actuació de Melendi en motiu del seu nou treball			2:37:00	0:04:05	ESCENARI PRINCIPAL	*Posició 1	
5	ACTUACIÓ MELENDI	Actuació del coach			2:33:16	0:07:49	ESCENARI PRINCIPAL		
6	INFORMACIÓ DEL PROGRAMA	Breu explicació de la dinàmica dels directes + Connexió Tania Llasera des de la sala interactiva			2:32:15	0:08:50	ESCENARI PRINCIPAL		
7	CONNEXIÓ EN DIRECTE	Tania Llasera explica el que és la sala interactiva (on es troben els concursants)			2:30:50	0:10:15	SALA INTERACTIVA		
8	INFORMACIÓ DEL PROGRAMA	Explicació sobre la dinàmica + paper del espectador (votacions)			2:29:29	0:11:36	ESCENARI PRINCIPAL		
9	INTRODUCCIÓ ARTISTES BISBAL	Jesús Vázquez dona PAS a VTR dels artistes de l'equip Bisbal			2:28:38	0:12:27	ESCENARI PRINCIPAL +ESCENARI BUTAQUES	*Interacció amb els coaches	
10	VTR EQUIP BISBAL	VTR dels concursants de Bisbal			2:26:06	0:14:59	VTR	*Intercalació VTR amb imatges de plató	
11	INFORMACIÓ DE LES VOTACIONS	Jesús Vázquez dona les dades per votar els concursants			2:25:07	0:15:58	ESCENARI GRADES		
12	ANUNCI ACTUACIÓ CONCURSANT I	Jesús Vázquez presenta l'actuació de Lola Dorado			2:24:55	0:16:10	ESCENARI GRADES		
13	ACTUACIÓ LOLA	Actuació			2:22:15	0:18:50	ESCENARI PRINCIPAL	*Intercalació amb reaccions Set 2	
14	RECORDATORI VOTACIONS	Jesús Vázquez recorda els números per votar a Lola + els altres concursants			2:21:33	0:19:32	ESCENARI PRINCIPAL	*Intercalació imatges preparació següent concursant PASSADÍS	
15	VALORACIÓ BISBAL	Valoració del coach sobre l'actuació + sortida			2:20:50	0:20:15	ESCENARI PRINCIPAL + ESCENARI BUTAQUES		
16	PAS A PUBLICITAT	Jesús Vázquez dona PAS a PUBLICITAT			2:20:08	0:20:57	ESCENARI PRINCIPAL		
17	RÀFAGA	RÀFAGA curta de la CARETA			2:20:05	0:21:00	CARETA		
PUBLICITAT									
18	ANUNCI ACTUACIÓ CONCURSANT II	Jesús Vázquez presenta l'actuació de Paco Arrojo			2:19:32	0:21:33	ESCENARI PRINCIPAL		
19	ACTUACIÓ PACO	Actuació			2:16:55	0:24:10	ESCENARI PRINCIPAL	*Intercalació amb reaccions Set 2	
20	RECORDATORI VOTACIONS	Jesús Vázquez recorda els números per votar a Paco + els altres concursants			2:16:23	0:24:42	ESCENARI PRINCIPAL	*Intercalació imatges preparació següent concursant PASSADÍS	
21	VALORACIÓ BISBAL	Valoració del coach sobre l'actuació + sortida			2:14:54	0:26:11	ESCENARI PRINCIPAL + ESCENARI BUTAQUES	*Referències a la música en directe + Intercalació imatges preparació següent concursant PASSADÍS	
22	ANUNCI ACTUACIÓ CONCURSANT III	Jesús Vázquez presenta l'actuació de Yanela Brooks			2:14:19	0:26:46	ESCENARI PRINCIPAL		
23	ACTUACIÓ YANELA	Actuació			2:11:37	0:29:28	ESCENARI PRINCIPAL	*Intercalació amb reaccions Set 2	
24	RECORDATORI VOTACIONS	Jesús Vázquez recorda els números per votar a Yanela + els altres concursants			2:10:52	0:30:13	ESCENARI PRINCIPAL	*Intercalació imatges preparació següent concursant PASSADÍS	
25	VALORACIÓ BISBAL	Valoració del coach sobre l'actuació + sortida			2:09:54	0:31:11	ESCENARI PRINCIPAL + ESCENARI BUTAQUES	*Intercalació imatges preparació següent concursant PASSADÍS	
26	ANUNCI ACTUACIÓ EQUIP BISBAL	Jesús Vázquez anuncia l'actuació de Bisbal amb els seus concursants			2:09:13	0:31:52	ESCENARI PRINCIPAL + ESCENARI BUTAQUES		
27	IMPRESSIONS COACHES	Reaccions coaches sobre l'equip Bisbal			2:08:24	0:32:41	ESCENARI BUTAQUES		
28	RECORDATORI VOTACIONS	Jesús Vázquez recorda els números per votar l'equip Bisbal + anunci de pròxim			2:07:50	0:33:15	ESCENARI BUTAQUES		
29	IMPRESSIONS COACHES (2)	Reaccions coaches sobre l'equip Bisbal			2:07:14	0:33:51	ESCENARI BUTAQUES		
30	PAS SALA INTERACTIVA	Jesús Vázquez dona pas a la sala interactiva per saber els comentaris de la gent			2:07:07	0:33:58	ESCENARI BUTAQUES		
31	CONNEXIÓ EN DIRECTE	Explicació del termòmetre de popularitat dels concursants			2:06:32	0:34:33	SALA INTERACTIVA	*Intercalació amb el plató	
32	PAS ACTUACIÓ EQUIP BISBAL	Jesús Vázquez dona pas a l'actuació			2:06:16	0:34:49	ESCENARI BUTAQUES		
33	ACTUACIÓ EQUIP BISBAL	Actuació concursants + coach			2:03:28	0:37:37	ESCENARI PRINCIPAL		
34	OPINIÓ COACHES	Els altres coaches opinen sobre l'equip de Bisbal mentre es fa recompte de vots			2:00:18	0:40:47	ESCENARI PRINCIPAL	*Intercalació imatges preparació següent concursant PASSADÍS	
35	I SALVAT ESPECTADORS	Decisió de l'audiència: salven a Paco + sortida			1:58:45	0:42:20	ESCENARI PRINCIPAL		
36	II SALVAT BISBAL	Decisió de David Bisbal: salva a Yanela + sortida			1:55:31	0:45:34	ESCENARI PRINCIPAL + ESCENARI BUTAQUES		
37	DECLARACIONS PERDEDORA	Lola agraeix a David Bisbal l'oportunitat + sortida			1:53:06	0:47:59	ESCENARI PRINCIPAL		
38	PAS SALA INTERACTIVA	Jesús Vázquez dona pas a la sala interactiva després de l'expulsió			1:53:00	0:48:05	ESCENARI PRINCIPAL		
39	CONNEXIÓ EN DIRECTE	Reaccions després de l'expulsió a les xarxes + breu entrevista als salvats			1:51:27	0:49:38	SALA INTERACTIVA	*Intercalació amb el plató	
40	PAS A PUBLICITAT	Jesús Vázquez dona PAS a PUBLICITAT			1:51:12	0:49:53	ESCENARI PRINCIPAL	*Imatges finals preparació següents concursants PASSADÍS	

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

41	RÀFAGA	RÀFAGA curta de la CARETA	1:50:57	0:50:08	CARETA	
PUBLICITAT						
42	INTRODUCCIÓ ARTISTES ROSARIO	Jesús Vázquez dona PAS a VTR dels artistes de l'equip Rosario	1:50:19	0:50:46	ESCENARI PRINCIPAL +ESCENARI BUTAQUES	*Interacció amb els coaches
43	VTR EQUIP ROSARIO	VTR dels concursants de Rosario	1:47:51	0:53:14	VTR	*Intercalació VTR amb imatges de plató
44	INFORMACIÓ DE LES VOTACIONS	Jesús Vázquez dona les dades per votar els concursants	1:47:07	0:53:58	ESCENARI PRINCIPAL	
45	ANUNCI ACTUACIÓ CONCURSANT IV	Jesús Vázquez presenta l'actuació de Anabella	1:46:58	0:54:07	ESCENARI PRINCIPAL	
46	ACTUACIÓ ANABELLA	Actuació	1:44:28	0:56:37	ESCENARI PRINCIPAL	*Intercalació amb reaccions Set 2
47	RECORDATORI VOTACIONS	Jesús Vázquez recorda els números per votar a Anabella + els altres concursants	1:43:59	0:57:06	ESCENARI PRINCIPAL	*Intercalació imatges preparació següent concursant PASSADÍS
48	VALORACIÓ ROSARIO	Valoració del coach sobre l'actuació + sortida	1:42:37	0:58:28	ESCENARI PRINCIPAL + ESCENARI BUTAQUES	
49	STAND UP JESÚS	STAND UP JESÚS: PUBLICITAT CD de les BATALLAS de LA VOZ	1:41:52	0:59:13	ESCENARI PRINCIPAL	
50	ANUNCI ACTUACIÓ CONCURSANT V	Jesús Vázquez presenta l'actuació de Mónica	1:41:37	0:59:28	ESCENARI PRINCIPAL	
51	ACTUACIÓ MÓNICA	Actuació	1:39:30	1:01:35	ESCENARI PRINCIPAL	*Intercalació amb reaccions Set 2
52	RECORDATORI VOTACIONS	Jesús Vázquez recorda els números per votar a Mónica + els altres concursants	1:38:35	1:02:30	ESCENARI PRINCIPAL	*Intercalació imatges preparació següent concursant PASSADÍS
53	VALORACIÓ ROSARIO	Valoració del coach sobre l'actuació + sortida	1:37:46	1:03:19	ESCENARI PRINCIPAL + ESCENARI BUTAQUES	*Referències a la música en directe + Intercalació imatges preparació següent concursant PASSADÍS
54	ANUNCI ACTUACIÓ CONCURSANT VI	Jesús Vázquez presenta l'actuació de Jorge	1:37:26	1:03:39	ESCENARI PRINCIPAL	
55	ACTUACIÓ JORGE	Actuació	1:34:43	1:06:22	ESCENARI PRINCIPAL	*Intercalació amb reaccions Set 2
56	RECORDATORI VOTACIONS	Jesús Vázquez recorda els números per votar a Jorge + els altres concursants	1:34:06	1:06:59	ESCENARI PRINCIPAL	*Intercalació imatges preparació següent concursant PASSADÍS
57	VALORACIÓ ROSARIO	Valoració del coach sobre l'actuació + sortida	1:33:02	1:08:03	ESCENARI PRINCIPAL + ESCENARI BUTAQUES	
58	PAS A PUBLICITAT	Jesús Vázquez dona PAS a PUBLICITAT	1:32:40	1:08:25	ESCENARI PRINCIPAL	*Imatges finals preparació següents concursants PASSADÍS
59	RÀFAGA	RÀFAGA curta de la CARETA	1:32:37	1:08:28	CARETA	
PUBLICITAT						
60	PAS ACTUACIÓ EQUIP ROSARIO	Jesús Vázquez dona pas a l'actuació	1:31:47	1:09:18	ESCENARI PRINCIPAL	
61	ACTUACIÓ EQUIP ROSARIO	Actuació concursants + coach	1:28:54		ESCENARI PRINCIPAL	
62	OPINIÓ COACHES	Els altres coaches opinen sobre l'equip de Rosario mentre es fa recompte de vots	1:26:42	1:14:23	ESCENARI PRINCIPAL + ESCENARI BUTAQUES	
63	I SALVAT ESPECTADORS	Decisió de l'audiència: salven a Jorge + sortida	1:25:04	1:16:01	ESCENARI PRINCIPAL	
64	II SALVAT ROSARIO	Decisió de Rosario Flores; salva a Anabella + sortida	1:22:24	1:18:41	ESCENARI PRINCIPAL + ESCENARI BUTAQUES	
65	DECLARACIONS PERDEDORA	Mónica agraeix a l'oportunitat + sortida	1:21:01	1:20:04	ESCENARI PRINCIPAL	
66	PAS SALA INTERACTIVA	Jesús Vázquez dona pas a la sala interactiva després de l'expulsió	1:20:52	1:20:13	ESCENARI PRINCIPAL	
67	CONNEXIÓ EN DIRECTE	Reaccions després de l'expulsió a les xarxes + breu entrevista als salvats	1:19:43	1:21:22	SALA INTERACTIVA	*Intercalació amb el plató
68	INTRODUCCIÓ ARTISTES MELENDI	Jesús Vázquez dona PAS a VTR dels artistes de l'equip Melendi	1:19:22	1:21:43	ESCENARI PRINCIPAL +ESCENARI BUTAQUES	*Interacció amb els coaches
69	VTR EQUIP MELENDI	VTR dels concursants de Melendi	1:16:36	1:24:29	VTR	*Intercalació VTR amb imatges de plató
70	PUBLICITAT INSERIDA	PUBLICITAT: Peugeot 308	1:16:32	1:24:33	PUBLICITAT	
71	INFORMACIÓ DE LES VOTACIONS	Jesús Vázquez dona les dades per votar els concursants	1:15:51	1:25:14	ESCENARI PRINCIPAL	
72	PAS A PUBLICITAT	Jesús Vázquez dona PAS a PUBLICITAT	1:15:40	1:25:25	ESCENARI PRINCIPAL	
73	RÀFAGA	RÀFAGA curta de la CARETA	1:15:36	1:25:29	CARETA	
PUBLICITAT						
74	ANUNCI ACTUACIÓ CONCURSANT VII	Jesús Vázquez presenta l'actuació de Paula Rojo	1:15:18	1:25:47	ESCENARI PRINCIPAL	
75	ACTUACIÓ PAULA	Actuació	1:12:40	1:28:25	ESCENARI PRINCIPAL	*Intercalació amb reaccions Set 2
76	RECORDATORI VOTACIONS	Jesús Vázquez recorda els números per votar a Paula + els altres concursants	1:12:10	1:28:55	ESCENARI PRINCIPAL	
77	VALORACIÓ MELENDI	Valoració del coach sobre l'actuació + sortida	1:10:54	1:30:11	ESCENARI PRINCIPAL + ESCENARI BUTAQUES	
78	STAND UP JESÚS	STAND UP JESÚS: PUBLICITAT CD de les BATALLAS de LA VOZ	1:10:28	1:30:37	ESCENARI PRINCIPAL	
79	ANUNCI ACTUACIÓ CONCURSANT VIII	Jesús Vázquez presenta l'actuació de Claritzel	1:10:08	1:30:57	ESCENARI PRINCIPAL	
80	ACTUACIÓ CLARITZEL	Actuació	1:07:02	1:34:03	ESCENARI PRINCIPAL	*Intercalació amb reaccions Set 2
81	RECORDATORI VOTACIONS	Jesús Vázquez recorda els números per votar a Claritzel + els altres concursants	1:06:43	1:34:22	ESCENARI PRINCIPAL	
82	VALORACIÓ MELENDI	Valoració del coach sobre l'actuació + sortida	1:05:30	1:35:35	ESCENARI PRINCIPAL + ESCENARI BUTAQUES	
83	ANUNCI ACTUACIÓ CONCURSANT IX	Jesús Vázquez presenta l'actuació de Maika	1:04:37	1:36:28	ESCENARI PRINCIPAL	
84	ACTUACIÓ MAIKA	Actuació	1:01:30	1:39:35	ESCENARI PRINCIPAL	*Intercalació amb reaccions Set 2

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

85	VALORACIÓ MELENDI	Valoració del coach sobre l'actuació + sortida	1:00:00	1:41:05	ESCENARI PRINCIPAL + ESCENARI BUTAQUES	
86	RECORDATORI VOTACIONS	Jesús Vázquez recorda els números per votar a Maika + els altres concursants	0:59:45	1:41:20	ESCENARI PRINCIPAL	
87	VALORACIÓ COACHES	Valoració dels altres coaches a l'actuació	0:57:48	1:43:17	ESCENARI PRINCIPAL + ESCENARI BUTAQUES	
88	PAS SALA INTERACTIVA	Jesús Vázquez dona pas a la sala interactiva	0:56:33	1:44:32	ESCENARI PRINCIPAL	
89	CONNEXIÓ EN DIRECTE	Reaccions a les xarxes socials	0:55:13	1:45:52	SALA INTERACTIVA	*Intercalació amb el plató
90	PAS ACTUACIÓ EQUIP MELENDI	Jesús Vázquez dona pas a l'actuació	0:55:06	1:45:59	ESCENARI PRINCIPAL	
91	ACTUACIÓ EQUIP MELENDI	Actuació concursants + coach	0:52:05	1:49:00	ESCENARI PRINCIPAL	
92	PAS A PUBLICITAT	Jesús Vázquez dona PAS a PUBLICITAT	0:51:45	1:49:20	ESCENARI PRINCIPAL	
93	RÀFAGA	RÀFAGA curta de la CARETA	0:51:42	1:49:23	CARETA	
PUBLICITAT						
94	I SALVAT ESPECTADORS	Decisió de l'audiència: salven a Maika + sortida	0:49:06	1:51:59	ESCENARI PRINCIPAL	
95	II SALVAT MELENDI	Decisió de Melendi: salva a Paula + sortida	0:46:17	1:54:48	ESCENARI PRINCIPAL + ESCENARI BUTAQUES	
96	DECLARACIONS PERDEDORA	Claritzel agraeix a l'oportunitat + sortida	0:44:08	1:56:57	ESCENARI PRINCIPAL	
97	PAS SALA INTERACTIVA	Jesús Vázquez dona pas a la sala interactiva després de l'expulsió	0:43:43	1:57:22	ESCENARI PRINCIPAL	
98	CONNEXIÓ EN DIRECTE	Reaccions després de l'expulsió a les xarxes + breu entrevista als salvats	0:40:55	2:00:10	SALA INTERACTIVA	*Intercalació amb el plató
99	INTRODUCCIÓ ARTISTES MALÚ	Jesús Vázquez dona PAS a VTR dels artistes de l'equip Malú	0:40:34	2:00:31	ESCENARI PRINCIPAL	
100	VTR EQUIP MALÚ	VTR dels concursants de Malú	0:37:50	2:03:15	VTR	*Intercalació VTR amb imatges de plató
101	INFORMACIÓ DE LES VOTACIONS	Jesús Vázquez dona les dades per votar els concursants	0:37:07	2:03:58	ESCENARI PRINCIPAL	
102	IMPRESSIONS MALÚ	Jesús Vázquez li pregunta com se sent veient el que ha passat amb els altres	0:36:40	2:04:25	ESCENARI PRINCIPAL + ESCENARI BUTAQUES	
103	ANUNCI ACTUACIÓ CONCURSANT X	Jesús Vázquez presenta l'actuació d'Héctor	0:36:22	2:04:43	ESCENARI PRINCIPAL	
104	ACTUACIÓ HÉCTOR	Actuació	0:33:47	2:07:18	ESCENARI PRINCIPAL	*Intercalació amb reaccions Set 2
105	RECORDATORI VOTACIONS	Jesús Vázquez recorda els números per votar a Héctor + els altres concursants	0:32:27	2:08:38	ESCENARI PRINCIPAL	
106	VALORACIÓ MALÚ	Valoració del coach sobre l'actuació + sortida	0:30:30	2:10:35	ESCENARI PRINCIPAL + ESCENARI BUTAQUES	
107	PAS A PUBLICITAT	Jesús Vázquez dona PAS a PUBLICITAT	0:29:37	2:11:28	ESCENARI PRINCIPAL	*Imatges finals preparació següents concursants PASSADÍS
108	RÀFAGA	RÀFAGA curta de la CARETA	0:29:28	2:11:37	CARETA	
PUBLICITAT						
109	ANUNCI ACTUACIÓ CONCURSANT XI	Jesús Vázquez presenta l'actuació Núria	0:28:53	2:12:12	ESCENARI PRINCIPAL	
110	ACTUACIÓ NÚRIA	Actuació	0:26:11	2:14:54	ESCENARI PRINCIPAL	*Intercalació amb reaccions Set 2
111	RECORDATORI VOTACIONS	Jesús Vázquez recorda els números per votar a Núria + els altres concursants	0:25:10	2:15:55	ESCENARI PRINCIPAL	
112	VALORACIÓ MALÚ	Valoració del coach sobre l'actuació + sortida	0:23:26	2:17:39	ESCENARI PRINCIPAL + ESCENARI BUTAQUES	
113	ANUNCI ACTUACIÓ CONCURSANT XII	Jesús Vázquez presenta l'actuació de Pau	0:23:17	2:17:48	ESCENARI PRINCIPAL	
114	ACTUACIÓ PAU	Actuació	0:20:23	2:20:42	ESCENARI PRINCIPAL	*Intercalació amb reaccions Set 2
115	RECORDATORI VOTACIONS	Jesús Vázquez recorda els números per votar a Pau + els altres concursants	0:19:39	2:21:26	ESCENARI PRINCIPAL	
116	VALORACIÓ MALÚ	Valoració del coach sobre l'actuació + sortida	0:17:07	2:23:58	ESCENARI PRINCIPAL + ESCENARI BUTAQUES	
117	PAS SALA INTERACTIVA	Jesús Vázquez dona pas a la sala interactiva	0:16:15	2:24:50	ESCENARI PRINCIPAL	
118	CONNEXIÓ EN DIRECTE	Reaccions a les xarxes socials	0:14:32	2:26:33	SALA INTERACTIVA	*Intercalació amb el plató
119	PAS ACTUACIÓ EQUIP MALÚ	Jesús Vázquez dona pas a l'actuació	0:14:25	2:26:40	ESCENARI PRINCIPAL	
120	ACTUACIÓ EQUIP MALÚ	Actuació concursants + coach	0:11:22	2:29:43	ESCENARI PRINCIPAL	
121	PAS SALA INTERACTIVA	Jesús Vázquez dona pas a la sala interactiva	0:10:17	2:30:48	ESCENARI PRINCIPAL	
122	CONNEXIÓ EN DIRECTE	Reaccions a les xarxes socials	0:09:29	2:31:36	SALA INTERACTIVA	*Intercalació amb el plató
123	I SALVAT ESPECTADORS	Decisió de l'audiència: salven a Pau + sortida	0:06:43	2:34:22	ESCENARI PRINCIPAL	
124	II SALVAT MALÚ	Decisió de Malú salva a Núria+ sortida	0:03:37	2:37:28	ESCENARI PRINCIPAL + ESCENARI BUTAQUES	
125	DECLARACIONS PERDEDOR	Héctor agraeix a l'oportunitat + sortida	0:01:32	2:39:33	ESCENARI PRINCIPAL	
126	COMIAT	Jesús Vázquez despedeix el programa	0:00:42	2:40:23	ESCENARI PRINCIPAL	
127	VTR MOMENTS	VTR dels moments de la nit	0:00:06	2:40:59	VTR	

CRÈDITS

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

16.8. ANNEX 8: ANÀLISI II. LA VOZ – Final

Nº	PROGRAMA	PLATAFORMA	EMISSIÓ	DIA D'EMISSIÓ	HORA	DURADA	ESPECTADORS	SHARE	LINK
13	GALAS EN DIRECTO V (FINAL)	TV	DIRECTE	19/12/2012	PRIME TIME	2:52:04	5.453.000	37,30%	http://www.mitele.es/programas-tv/la-voz/temporada-1/fin
ESTRUCTURA DEL PROGRAMA									
Nº	SITUACIÓ	ACCIÓ			TEMPS RESTANT	TEMPS PARCIAL	ESPAI	OBSERVACIONS	
1		CARETA			2:51:41	0:00:23			
2	VTR FINALISTES	VTR amb la trajectòria dels finalistes			2:50:58	0:01:06	VTR		
3	INTRODUCCIÓ JESÚS VÁZQUEZ	Benvinguda + Introducció a la final + Introducció coaches + PAS a publicitat			2:49:26	0:02:38	ESCENARI GRADES	Posició Set 3 + imatges PASSADÍS propra actuació	
4	RÀFAGA	RÀFAGA curta de la CARETA			2:49:22	0:02:42	CARETA		
PUBLICITAT									
5	RÀFAGA	RÀFAGA curta de la CARETA			2:49:17	0:02:47	CARETA		
6	PUBLICITAT INSERIDA	PUBLICITAT: Morellato			2:49:12	0:02:52	PUBLICITAT		
7	INFORMACIÓ DEL PROGRAMA	Jesús Vázquez explica com anirà el programa			2:47:11	0:04:53	ESCENARI PRINCIPAL		
8	INFORMACIÓ DE LES VOTACIONS	Jesús Vázquez dona les dades per votar els concursants			2:46:36	0:05:28	ESCENARI PRINCIPAL		
9	ENTREGA PREMI	Jesús Vázquez entrega a David Bisbal el disc de platino			2:44:49	0:07:15	ESCENARI PRINCIPAL		
10	ANUNCI ACTUACIÓ MIKA	Jesús Vázquez presenta l'actuació de Mika + concursants			2:44:34	0:07:30	ESCENARI PRINCIPALº		
11	ACTUACIÓ CONVIDAT MIKA	Actuació Mika amb els concursants			2:41:19	0:10:45	ESCENARI PRINCIPAL		
12	ENTREVISTA MIKA	Jesús Vázquez entrevista breument a Mika			2:39:39	0:12:25	ESCENARI PRINCIPAL		
13	ENTREVISTA CONCURSANT	Jesús Vázquez entrevista breument als concursants			2:39:05	0:12:59	ESCENARI PRINCIPAL		
14	PAS PUBLICITAT	Jesús Vázquez dona PAS a PUBLICITAT			2:38:45	0:13:19	ESCENARI PRINCIPAL	*imatges PASSADÍS propra actuació	
15	RÀFAGA	RÀFAGA curta de la CARETA			2:38:38	0:13:26	CARETA		
PUBLICITAT									
16	RÀFAGA	RÀFAGA curta de la CARETA			2:38:35	0:13:29	CARETA		
17	MOSTRA PERCENTATGES	Ensenyen els percentatges de la votació			2:37:06	0:14:58	ESCENARI PRINCIPAL		
18	INFORMACIÓ DE LES VOTACIONS	Jesús Vázquez dona les dades per votar els concursants			2:36:47	0:15:17	ESCENARI PRINCIPAL		
19	IMPRESSIONS DELS COACHES	Reaccions despres de veure els percentatges + sortida concursants			2:35:34	0:16:30	ESCENARI PRINCIPAL + ESCENARI BUTAQUES		
20	PAS VTR ASSESSORS	Jesús Vázquez dona PAS al VTR dels assessors de LA VOZ			2:34:51	0:17:13	ESCENARI PRINCIPAL		
21	VTR ASSESSORS	VTR millors moments dels assessors			2:33:32	0:18:32	VTR		
22	ENTRADA ASSESSORS	Entren els assessors dels coaches			2:32:24	0:19:40	ESCENARI PRINCIPAL		
23	ENTREVISTA ASSESSORS	Jesús Vázquez entrevista breument als assessors + defensa de cada concursant			2:30:15	0:21:49	ESCENARI PRINCIPAL	*Intercalació amb reaccions Set 2	
24	ANUNCI ACTUACIÓ PABLO ALBORÁN	Jesús Vázquez presenta l'actuació de Pablo Alborán + Jorge i Pau			2:29:43	0:22:21	ESCENARI PRINCIPAL		
25	ACTUACIÓ CONVIDAT PABLO ALBORÁN	Actuació Pablo Alborán amb els concursants			2:25:57	0:26:07	ESCENARI PRINCIPAL		
26	PAS PUBLICITAT	Jesús Vázquez dona PAS a PUBLICITAT			2:25:24	0:26:40	ESCENARI PRINCIPAL		
27	RÀFAGA	RÀFAGA curta de la CARETA			2:25:22	0:26:42	CARETA		
PUBLICITAT									
28	RÀFAGA	RÀFAGA curta de la CARETA			2:25:16	0:26:48	CARETA		
29	PUBLICITAT INSERIDA	PUBLICITAT: Peugeot 308			2:25:11	0:26:53	PUBLICITAT		
30	PAS VTR PAU	Jesús Vázquez dona PAS a VTR			2:24:42	0:27:22	ESCENARI GRADES	*Referències al directe	
31	VTR PAU	VTR Trajectòria PAU			2:23:14	0:28:50	VTR		
32	ANUNCI ACTUACIÓ PAU	Jesús Vázquez presenta l'actuació de Pau			2:23:09	0:28:55	ESCENARI GRADES		
33	ACTUACIÓ PAU	Actuació			2:20:00	0:32:04	ESCENARI PRINCIPAL	*Intercalació amb reaccions Set 2 i Set 3 (família)	
34	RECORDATORI VOTACIONS	Jesús Vázquez recorda els números per votar a Pau			2:19:32	0:32:32	ESCENARI PRINCIPAL		
35	VALORACIÓ MALÚ	Valoració del coach sobre l'actuació + sortida			2:17:21	0:34:43	ESCENARI PRINCIPAL + ESCENARI BUTAQUES		
36	PAS SALA INTERACTIVA	Jesús Vázquez dona pas a la sala interactiva			2:17:16	0:34:48	ESCENARI PRINCIPAL		
37	CONNEXIÓ EN DIRECTE	Reaccions a les xarxes socials			2:16:03	0:36:01	SALA INTERACTIVA	*Intercalació amb el plató	
38	ANUNCI ACTUACIÓ NEK + MAIKA	Jesús Vázquez presenta l'actuació de Nek amb Maika			2:15:36	0:36:28	ESCENARI PRINCIPAL		
39	ACTUACIÓ NEK + MAIKA	Actuació assessor + concursant			2:12:55	0:39:09	ESCENARI PRINCIPAL	*Intercalació amb reaccions Set 2	
40	VALORACIÓ NEK	Valoració cap a Maika			2:12:16	0:39:48	ESCENARI PRINCIPAL		
41	INFORMACIÓ DE LES VOTACIONS	Jesús Vázquez dona les dades per votar els concursants			2:12:01	0:40:03	ESCENARI PRINCIPAL		
42	VALORACIÓ MELENDI	Valoració de l'actuació amb l'assessor			2:11:34	0:40:30	ESCENARI PRINCIPAL +ESCENARI BUTAQUES		
43	ANUNCI ACTUACIÓ ANTONIO + JORGE	Jesús Vázquez presenta l'actuació de Antonio Carmona amb Maika			2:10:25	0:41:39	ESCENARI PRINCIPAL		
44	ACTUACIÓ ANTONIO + JORGE	Actuació assessor + concursant			2:06:51	0:45:13	ESCENARI PRINCIPAL		
45	INFORMACIÓ DE LES VOTACIONS	Jesús Vázquez dona les dades per votar els concursants			2:06:28	0:45:36	ESCENARI PRINCIPAL		
46	VALORACIÓ ANTONIO	Valoració cap a Jorge			2:05:36	0:46:28	ESCENARI PRINCIPAL		

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

47	VALORACIÓ ROSARIO	Valoració de l'actuació amb l'assessor	2:04:51	0:47:13	ESCENARI PRINCIPAL +ESCENARI BUTAQUES	
48	PAS VTR RAFA	Jesús Vázquez dona PAS a VTR	2:04:26	0:47:38	ESCENARI PRINCIPAL	*Intercalació amb reaccions Set 2
49	VTR RAFA	VTR Trajectòria RAFA	2:02:56	0:49:08	VTR	
50	PAS PUBLICITAT	Jesús Vázquez dona PAS a PUBLICITAT	2:02:29	0:49:35	ESCENARI PRINCIPAL	*Imatges PASSADÍS propera actuació
51	RÀFAGA	RÀFAGA curta de la CARETA	2:02:22	0:49:42	CARETA	
PUBLICITAT						
52	RÀFAGA	RÀFAGA curta de la CARETA	2:02:15	0:49:49	CARETA	
53	PUBLICITAT INSERIDA	PUBLICITAT: Peugeot 308	2:02:11	0:49:53	PUBLICITAT	
54	MOSTRA PERCENTATGES	Ensenyen els percentatges de la votació	2:01:00	0:51:04	ESCENARI BUTAQUES	
55	ANUNCI ACTUACIÓ RAFA	Jesús Vázquez presenta l'actuació de Rafa	2:00:49	0:51:15	ESCENARI BUTAQUES	
56	ACTUACIÓ RAFA	Actuació	1:57:41	0:54:23	ESCENARI PRINCIPAL	*Intercalació amb reaccions Set 2 i Set 3 (família)
57	RECORDATORI VOTACIONS	Jesús Vázquez recorda els números per votar a Rafa	1:57:13	0:54:51	ESCENARI PRINCIPAL	
58	VALORACIÓ BISBAL	Valoració del coach sobre l'actuació + sortida	1:56:33	0:55:31	ESCENARI PRINCIPAL + ESCENARI BUTAQUES	
59	ENTREVISTA RAFA	Breu entrevista sobre com està després de participar al programa	1:55:38	0:56:26	ESCENARI PRINCIPAL + ESCENARI BUTAQUES	
60	AGRAÏMENTS COACHES	Jesús Vázquez dona les gràcies als coaches per participar + PAS VTR	1:54:40	0:57:24	ESCENARI PRINCIPAL + ESCENARI BUTAQUES	
61	VTR COACHES	VTR moments coaches	1:53:19	0:58:45	VTR	
62	STAND UP JESÚS	STAND UP JESÚS: PUBLICITAT LLIBRE LA VOZ	1:52:33	0:59:31	ESCENARI PRINCIPAL	
63	ANUNCI ACTUACIÓ MALÚ + PAU	Jesús Vázquez presenta l'actuació de Malú i Pau	1:52:05	0:59:59	ESCENARI PRINCIPAL	
64	ACTUACIÓ MALÚ + PAU	Actuació coach + concursant	1:48:25	1:03:39	ESCENARI PRINCIPAL	*Intercalació amb reaccions Set 2
65	RECORDATORI VOTACIONS	Jesús Vázquez recorda els números per votar a Pau	1:47:43	1:04:21	ESCENARI PRINCIPAL	
66	PAS SALA INTERACTIVA	Jesús Vázquez dona pas a la sala interactiva	1:47:08	1:04:56	ESCENARI PRINCIPAL	
67	CONNEXIÓ EN DIRECTE	Reaccions a les xarxes socials	1:45:50	1:06:14	SALA INTERACTIVA	*Intercalació amb el plató
68	ANUNCI PROPERA ACTUACIÓ + PAS PUBLICITAT	Jesús anuncia la propera actuació amb Eros Ramazzotti + PAS PUBLICITAT	1:45:31	1:06:33	ESCENARI PRINCIPAL	*Intercalació imatges PASSADÍS convidat
69	RÀFAGA	RÀFAGA curta de la CARETA	1:45:27	1:06:37	CARETA	
PUBLICITAT						
71	RÀFAGA	RÀFAGA curta de la CARETA	1:45:24	1:06:40	CARETA	
72	ANUNCI ACTUACIÓ EROS RAMAZZOTTI	Jesús Vázquez presenta l'actuació de Eros Ramazzotti + Maika i Rafa	1:44:51	1:07:13	ESCENARI PRINCIPAL	
73	ACTUACIÓ CONVIDAT EROS RAMAZZOTTI	Actuació Eros Ramazzotti amb els concursants	1:41:24	1:10:40	ESCENARI PRINCIPAL	
74	INFORMACIÓ DE LES VOTACIONS	Jesús Vázquez dona les dades per votar a Maika i Rafa	1:40:39	1:11:25	ESCENARI PRINCIPAL	
75	PAS VTR JORGE	Jesús Vázquez dona PAS a VTR	1:40:05	1:11:59	ESCENARI PRINCIPAL	*Intercalació amb reaccions Set 2
76	VTR JORGE	VTR Trajectòria JORGE	1:38:43	1:13:21	VTR	
77	ANUNCI ACTUACIÓ JORGE	Jesús Vázquez presenta l'actuació de Jorge	1:38:18	1:13:46	ESCENARI GRADES	
78	ACTUACIÓ JORGE	Actuació	1:35:12	1:16:52	ESCENARI PRINCIPAL	*Intercalació amb reaccions Set 2 i Set 3 (família)
79	RECORDATORI VOTACIONS	Jesús Vázquez recorda els números per votar a Jorge	1:34:50	1:17:14	ESCENARI PRINCIPAL	
80	VALORACIONS ROSARIO	Valoració del coach sobre l'actuació + sortida	1:32:47	1:19:17	ESCENARI PRINCIPAL + ESCENARI BUTAQUES	
81	STAND UP JESÚS	STAND UP JESÚS: PUBLICITAT LLIBRE LA VOZ	1:32:12	1:19:52	ESCENARI PRINCIPAL	
82	CONVERSA AMB ELS COACHES	Jesús Vázquez conversa amb els coaches + anècdotes del programa + PAS A PUBLICITAT	1:30:31	1:21:33	ESCENARI PRINCIPAL +ESCENARI BUTAQUES	*De set 1 a 2 / Referències al directe
83	RÀFAGA	RÀFAGA curta de la CARETA	1:30:29	1:21:35	CARETA	
PUBLICITAT						
84	RÀFAGA	RÀFAGA curta de la CARETA	1:30:26	1:21:38	CARETA	
85	ANUNCI ACTUACIÓ BISBAL + RAFA	Jesús Vázquez presenta l'actuació de David Bisbal + Rafa	1:30:12	1:21:52	ESCENARI PRINCIPAL	
86	ACTUACIÓ BISBAL + RAFA	Actuació coach + concursant	1:26:31	1:25:33	ESCENARI PRINCIPAL	*Intercalació amb reaccions Set 2
87	RECORDATORI VOTACIONS	Jesús Vázquez recorda els números per votar a Rafa	1:25:38	1:26:26	ESCENARI PRINCIPAL	
88	STAND UP JESÚS	STAND UP JESÚS: PUBLICITAT SONY + PAS SALA INTERACTIVA	1:24:53	1:27:11	ESCENARI PRINCIPAL	
89	CONNEXIÓ EN DIRECTE	STAND UP TÀNIA LLASERA: PUBLICITAT SONY	1:24:20	1:27:44	SALA INTERACTIVA	
90	CONNEXIÓ EN DIRECTE	Reaccions a les xarxes socials	1:23:06	1:28:58	SALA INTERACTIVA	*Intercalació amb el plató
91	ANUNCI ACTUACIÓ MALÚ + PAU	Jesús Vázquez presenta l'actuació de Malú i Pau	1:22:50	1:29:14	ESCENARI PRINCIPAL	
92	ACTUACIÓ MALÚ + PAU	Actuació coach + concursant	1:18:45	1:33:19	ESCENARI PRINCIPAL	*Intercalació amb reaccions Set 2

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

92	ACTUACIÓ MALÚ + PAU	Actuació coach + concursant	1:18:45	1:33:19	ESCENARI PRINCIPAL	*Intercalació amb reaccions Set 2
93	AGRAÏMENTS MÚSICS	Agraïments als músics i l'equip	1:17:18	1:34:46	ESCENARI PRINCIPAL	
94	ACTUACIÓ IMPROVITZADA MALÚ	Actuació Malú amb el seu germà (improvització)	1:15:12	1:36:52	ESCENARI PRINCIPAL	*Intercalació amb reaccions Set 2
95	STAND UP JESÚS	STAND UP JESÚS: PUBLICITAT CD + DVD de LA VOZ	1:13:58	1:38:06	ESCENARI PRINCIPAL	
96	PAS VTR MAIKA	Jesús Vázquez dona PAS a VTR	1:13:16	1:38:48	ESCENARI PRINCIPAL	*Intercalació amb reaccions Set 2
97	VTR MAIKA	VTR Trajectòria MAIKA	1:11:44	1:40:20	VTR	
98	ANUNCI ACTUACIÓ MAIKA	Jesús Vázquez presenta l'actuació de Maika	1:11:37	1:40:27	ESCENARI BUTAQUES	
99	ACTUACIÓ MAIKA	Actuació	1:08:40	1:43:24	ESCENARI PRINCIPAL	*Intercalació amb reaccions Set 2 i Set 3 (família)
100	RECORDATORI VOTACIONS	Jesús Vázquez recorda els números per votar a Maika + PAS PUBLICITAT	1:08:01	1:44:03	ESCENARI PRINCIPAL	*Intercalació imatges PASSADÍS convidat
101	RAFAGA	RAFAGA curta de la CARETA	1:07:59	1:44:05	CARETA	
PUBLICITAT						
102	RAFAGA	RAFAGA curta de la CARETA	1:07:50	1:44:14	CARETA	
103	VALORACIONS MELENDI	Valoració del coach sobre l'actuació + sortida	1:05:27	1:46:37	ESCENARI PRINCIPAL + ESCENARI BUTAQUES	
104	PAS PASSADÍS	Jesús Vázquez connecta amb el passadís	1:05:01	1:47:03	ESCENARI BUTAQUES	
105	CONNEXIÓ EN DIRECTE	Luis Fonsi + Rafa preparen l'actuació conjunta	1:04:28	1:47:36	PASSADÍS	*Intercalació amb el plató
106	ANUNCI ACTUACIÓ ROSARIO + JORGE	Jesús Vázquez presenta l'actuació de Rosario Flores i Jorge	1:04:14	1:47:50	ESCENARI BUTAQUES	
107	ACTUACIÓ ROSARIO + JORGE	Actuació coach + concursant	1:01:10	1:50:54	ESCENARI PRINCIPAL	*Intercalació amb reaccions Set 2
108	RECORDATORI VOTACIONS	Jesús Vázquez recorda els números per votar a Jorge	1:00:48	1:51:16	ESCENARI PRINCIPAL	
108	IMPRESSIONS DELS COACHES	Com se senten els coaches	0:59:41	1:52:23	ESCENARI PRINCIPAL	
109	ANUNCI ACTUACIÓ LUIS FONSI + RAFA	Jesús Vázquez presenta l'actuació de Nek amb Maika	0:59:35	1:52:29	ESCENARI PRINCIPAL	
110	ACTUACIÓ LUIS FONSI + RAFA	Actuació assessor + concursant	0:55:52	1:56:12	ESCENARI PRINCIPAL	*Intercalació amb reaccions Set 2
111	RECORDATORI VOTACIONS	Jesús Vázquez recorda els números per votar a Rafa	0:55:24	1:56:40	ESCENARI PRINCIPAL	
112	VALORACIONS LUIS FONSI	Valoració cap a Rafa	0:54:53	1:57:11	ESCENARI PRINCIPAL + ESCENARI BUTAQUES	
113	PAS SALA INTERACTIVA	Jesús Vázquez dona pas a la sala interactiva	0:54:31	1:57:33	ESCENARI PRINCIPAL	
114	CONNEXIÓ EN DIRECTE	Reaccions a les xarxes socials	0:53:06	1:58:58	SALA INTERACTIVA	*Intercalació amb el plató
115	ANUNCI ACTUACIÓ MELENDI + MAIKA	Jesús Vázquez presenta l'actuació de Melendi i Maika	0:52:42	1:59:22	ESCENARI PRINCIPAL	
116	ACTUACIÓ MELENDI + MAIKA	Actuació coach + concursant	0:47:52	2:04:12	ESCENARI PRINCIPAL	*Intercalació amb reaccions Set 2
117	RECORDATORI VOTACIONS	Jesús Vázquez recorda els números per votar a Maika	0:47:07	2:04:57	ESCENARI PRINCIPAL	
118	STAND UP JESÚS	STAND UP JESÚS: PUBLICITAT LLIBRE LA VOZ	0:46:38	2:05:26	ESCENARI PRINCIPAL	
119	PAS PUBLICITAT	Jesús Vázquez dona PAS a PUBLICITAT	0:46:10	2:05:54	ESCENARI PRINCIPAL	*imatges PASSADÍS propera actuació
120	RAFAGA	RAFAGA curta de la CARETA	0:46:03	2:06:01	CARETA	
PUBLICITAT						
121	RAFAGA	RAFAGA curta de la CARETA	0:45:57	2:06:07	CARETA	
122	PUBLICITAT INSERIDA	PUBLICITAT: Morellato	0:45:52	2:06:12	PUBLICITAT	
123	ANUNCI ACTUACIÓ JAIME CULLUM	Jesús Vázquez presenta l'actuació de Jaime Cullum + concursants	0:45:01	2:07:03	ESCENARI PRINCIPAL	*Referències al directe
124	ACTUACIÓ CONVIDAT JAIME CULLUM	Actuació Jamie Cullum amb els concursants	0:41:16	2:10:48	ESCENARI PRINCIPAL	
125	ENTREVISTA JAIME CULLUM	Jesús Vázquez entrevista breument a Jaime Cullum	0:40:27	2:11:37	ESCENARI PRINCIPAL	
126	INFORMACIÓ DE LES VOTACIONS	S'estan fent els recomptes de vots	0:39:51	2:12:13	ESCENARI PRINCIPAL	
127	DECLARACIONS COACHES	Cada coach defensa el seu concursant	0:38:27	2:13:37	ESCENARI PRINCIPAL + ESCENARI BUTAQUES	
128	PAS SALA INTERACTIVA	Jesús Vázquez dona pas a la sala interactiva	0:38:22	2:13:42	ESCENARI PRINCIPAL	
129	CONNEXIÓ EN DIRECTE	Reaccions a les xarxes socials	0:37:11	2:14:53	SALA INTERACTIVA	*Intercalació amb el plató
130	PRIMERA EXPULSIÓ	Primer eliminat de la nit: PAU	0:33:08	2:18:56	ESCENARI PRINCIPAL	
131	DECLARACIONS PAU	Explica com se sent + agraïments	0:31:09	2:20:55	ESCENARI PRINCIPAL	
132	VTR PAU	VTR d'homenatge al pas de Pau pel programa	0:30:34	2:21:30	VTR	
133	AGRAÏMENTS A PAU	Coaches i presentador agraïeixen a Pau la seva participació	0:30:00	2:22:04	ESCENARI PRINCIPAL	
134	ANUNCI ACTUACIÓ CONVIDAT PABLO ALBORÁN (2)	Jesús Vázquez presenta l'actuació de Pablo Alborán	0:29:33	2:22:31	ESCENARI PRINCIPAL	
135	ACTUACIÓ PABLO ALBORÁN (2)	Actuació Pablo Alborán	0:25:37	2:26:27	ESCENARI PRINCIPAL	
136	ENTREVISTA PABLO ALBORÁN	Jesús Vázquez entrevista breument a Pablo Alborán	0:24:51	2:27:13	ESCENARI PRINCIPAL	
137	PAS SALA INTERACTIVA	Jesús Vázquez dona pas a la sala interactiva	0:24:25	2:27:39	ESCENARI PRINCIPAL	
138	CONNEXIÓ EN DIRECTE	Brev entrevista amb Pau	0:23:25	2:28:39	SALA INTERACTIVA	*Intercalació amb el plató
139	SEGONA EXPULSIÓ	Segon eliminat de la nit: Maika	0:19:13	2:32:51	ESCENARI PRINCIPAL	
140	DECLARACIONS MAIKA	Explica com se sent + agraïments	0:17:37	2:34:27	ESCENARI PRINCIPAL	
141	VTR MAIKA	VTR d'homenatge al pas de Maika pel programa	0:16:59	2:35:05	VTR	
142	AGRAÏMENTS A MAIKA	Coaches i presentador agraïeixen a Pau la seva participació	0:16:24	2:35:40	ESCENARI PRINCIPAL	

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

143	ANUNCI ACTUACIÓ ROSARIO + ANTONIO CARMONA	Jesús Vázquez anuncia l'actuació entre coach i assessor	0:16:06	2:35:58	ESCENARI PRINCIPAL	
144	ACTUACIÓ ROSARIO + ANTONIO	Actuació Rosario Flores + assessor Antonio Carmona	0:12:13	2:39:51	ESCENARI PRINCIPAL	
145	IMPRESSIONS ROSARIO	Impressions de la coach sobre els finalistes	0:11:08	2:40:56	ESCENARI PRINCIPAL	
146	PAS SALA INTERACTIVA	Jesús Vázquez dona pas a la sala interactiva	0:10:55	2:41:09	ESCENARI PRINCIPAL	
147	CONNEXIÓ EN DIRECTE	Breu entrevista amb Maika	0:10:01	2:42:03	SALA INTERACTIVA	*Intercalació amb el plató
148	ANUNCI GUANYADOR	Guanyador de la primera edició de LA VOZ: RAFA	0:06:23	2:45:41	ESCENARI PRINCIPAL	*Intercalació reaccions Set 2
149	DECLARACIONS GUANYADOR	Impressions Rafa + David Bisbal	0:05:29	2:46:35	ESCENARI PRINCIPAL	
150	ACOMIADAMENT	Jesús Vázquez despedeix la primera temporada de LA VOZ	0:05:10	2:46:54	ESCENARI PRINCIPAL	
151	ACTUACIÓ FINAL RAFA	Rafa actua com a guanyador del programa	0:01:41	2:50:23	ESCENARI PRINCIPAL	
CRÈDITS						

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

16.9. ANNEX 9: ANÀLISI III. GRAN HERMANO – Presentació

GRAN HERMANO: PRESENTACIÓ - ENTRADA													
REALITZACIÓ													
PLATÓ													
SETS		CÀMERES		VTR		CONNEXIONS EN DIRECTE		PUBLICITAT					
Nº	LOCALITZACIÓ	TIPUS	Nº	SITUACIÓ	TOTAL	TIPUS	TOTAL	INSERIDA	TALLS				
1	ATRILL	ESTÀTICA	3-6	NAIXEMENT	1	CASA	9	0	3				
				INTRO 10 CONCURSANTS	1								
2	GRADES	GRÚA	1	PRES. INDIVIDUAL	10	EXTERIORS	2						
				MALETES	2								
3	PORTA ENTRADA			TOTAL	14	TOTAL	11	TOTAL	3				
ALTRES ESPAIS													
CASA					EXTERIORS								
CÀMERES					CÀMERES								
TIPUS		Nº			TIPUS				Nº				
DOLLYS		29			CÀMERA EN MÀ				1-3				
ESTÀTICA													
PRESENTADOR													
DADES													
NOM		EDAT		SEXE		ROL			ESPAI				
MERCEDES MILÀ		45-50		DONA		CONDUCTOR ABSOLUT DEL PROGRAMA			PLATÓ (SET 1)				
ACTITUD													
COL·LECTIU	TRETS PSICOLÒGICS												
	Social	Simpàtic	Alegre	Respectuós	Amable	Divertit	Sensible	Seriós	Atrevit	Arrogant	Agressiu	Pesat	Tímid
ESPECTADORS	X	X	X	X	X			X					
CONCURSANTS	EN LA PRIMERA GALA NO TÉ TRACTE AMB ELS CONCURSANTS												
FAMÍLIES	X	X	X	X	X			X	X				
OBSERVACIONS													
PRESENTADOR													
DADES													
NOM		EDAT		SEXE		ROL			ESPAI				
FERNANDO ACASO		35-40		HOME		SUPORT, CONNEXIONS A LA CASA			CASA - EXTERIORS				
ACTITUD													
COL·LECTIU	TRETS PSICOLÒGICS												
	Social	Simpàtic	Alegre	Respectuós	Amable	Divertit	Sensible	Seriós	Atrevit	Arrogant	Agressiu	Pesat	Tímid
ESPECTADORS	X	X		X	X			X					
CONCURSANTS	X	X		X	X			X					
FAMÍLIES	X	X		X	X			X					
OBSERVACIONS													
AUDIÈNCIA													
NO HI HA REFERÈNCIES A L'AUDIÈNCIA EN AQUEST PROGRAMA													
CLÍMAX													
SITUACIÓ													
	INICI PROGRAMA	VTRs	PRESENTACIÓ DELS CONCURSANTS			INFORMACIÓ PROGRAMA			MOMENTS DE CLÍMAX TOTAL				
SI/NO	SI	NO	SI			NO			16				
TOTAL	1		1										
	VTR CONCURSANTS	ENTREVISTES FAMILIARS	CONNEXIÓ DIRECTE			INTRODUCCIÓ ALS CONCURSANTS							
SI/NO	SI	NO	SI			SI							
TOTAL	10		3			1							

L'EVOLUCIÓ DEL GÈNERE *INFOSHOW* EN LA CADENA TELECINCO: ESTUDI COMPARATIU DELS PROGRAMES GRAN HERMANO I LA VOZ

16.10. ANNEX 10: ANÀLISI III. GRAN HERMANO – Final

GRAN HERMANO: FINAL														
REALITZACIÓ														
PLATÓ														
SETS		CÀMERES		VTR		CONNEXIONS EN DIRECTE		PUBLICITAT						
Nº	LOCALITZACIÓ	TIPUS	Nº	SITUACIÓ	TOTAL	TIPUS	TOTAL	INSERIDA	TALLS					
1	ATRILL	ESTÀTICA	3-6	NEXTCOMING	1	CASA	17	0	4					
				INICIS	2	EXTERIORS	7							
2	GRADES	STEADY	1	PARELLES	1	ESTUDIS	3							
				SORTIDES	1	TOTAL	27							
3	PORTA ENTRADA	GRÚA	1	TOTAL	5			TOTAL			4			
ALTRES ESPAIS														
CASA				EXTERIORS				ESTUDIS						
CÀMERES		CÀMERES												
TIPUS		Nº		TIPUS		Nº		TIPUS		Nº				
DOLLYS		29		CÀMERA EN MÀ		1-3		STEADY		1				
ESTÀTICA								GRÚA		1				
PRESENTADOR														
DADES														
NOM		EDAT		SEXE		ROL		ESPAI						
MERCEDES MILÀ		45-50		DONA		CONDUCTOR ABSOLUT DEL PROGRAMA		PLATÓ (SET 1)						
ACTITUD														
COL-LECTIU		TRETS PSICOLÒGICS												
		Social	Simpàtic	Alegre	Respectuós	Amable	Divertit	Sensible	Seriós	Atrevit	Arrogant	Agressiu	Pesat	Tímid
ESPECTADORS		X	X	X	X	X	X		X					
CONCURSANTS		X	X	X	X	X	X		X	X				
FAMÍLIES		X	X	X	X	X	X	X	X	X				
OBSERVACIONS		Actitud maternal amb els concursants, carinyosa												
PRESENTADOR														
DADES														
NOM		EDAT		SEXE		ROL		ESPAI						
FERNANDO ACASO		35-40		HOME		SUPORT, CONNEXIONS A LA CASA		CASA - EXTERIORS						
ACTITUD														
COL-LECTIU		TRETS PSICOLÒGICS												
		Social	Simpàtic	Alegre	Respectuós	Amable	Divertit	Sensible	Seriós	Atrevit	Arrogant	Agressiu	Pesat	Tímid
ESPECTADORS		X	X		X	X			X					
CONCURSANTS		X	X		X	X			X					
FAMÍLIES		X	X		X	X			X					
OBSERVACIONS														
AUDIÈNCIA														
REFERÈNCIES														
INFORMACIÓ DE LES VOTACIONS							PRECENTATGES							
8							5							
TOTAL		13												
CLÍMAX														
SITUACIÓ														
	NEXTCOMING	INICI PROGRAMA	VTRs	INFORMACIÓ VOTACIONS		ENTREVISTES		MOMENTS DE CLÍMAX TOTAL						
SI/NO	SI	NO	NO	NO		NO								
TOTAL	1													
	ENTRADA	ACOMIADAMENT	CONNEXIÓ DIRECTE	EXPULSIONS/GUANYADOR		PREPARACIÓ ANUNCI GUANYADOR		19						
SI/NO	SI	NO	SI	SI		SI								
TOTAL	3		11	3		1								

