

Treball de Fi de Grau

Títol

“Presencia y uso del infoentretenimiento en el periodismo deportivo a partir de las propuestas de ‘El Chiringuito’ y ‘Charlas de Fútbol’”

Autoria

Alejandro Muñoz Fortó

Professorat tutor

Nereida Carrillo Pérez

Grau

Comunicació Audiovisual	
Periodisme	X
Publicitat i Relacions Públiques	

Tipus de TFG

Projecte	
Recerca	X

Data

19-6-2020

Full resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Català:	“Presència i ús de l’infoentreteniment en el periodisme esportiu a partir de les propostes de ‘El Chiringuito’ i ‘Charlas de Fútbol’”		
Castellà:	“Presencia y uso del infoentretenimiento en el periodismo deportivo a partir de las propuestas de ‘El Chiringuito’ y ‘Charlas de Fútbol’”		
Anglès:	“Presence and use of the infotainment at the sportive journalism from the proposals of ‘El Chiringuito’ and ‘Charlas de Fútbol’”		
Autoria:	Alejandro Muñoz Fortó		
Professorat tutor:	Nereida Carrillo Pérez		
Curs:	2019/20	Grau:	Comunicació Audiovisual
			Periodisme
			Publicitat i Relacions Públiques

Paraules clau (mínim 3)

Català:	Infoentreteniment, periodisme esportiu, ‘El Chiringuito’, ‘Charlas de Fútbol’
Castellà:	Infoentretenimiento, periodismo deportivo, ‘El Chiringuito’, ‘Charlas de Fútbol’
Anglès:	Infotainment, sportive journalism, ‘El Chiringuito’, ‘Charlas de Fútbol’

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

Català:	El periodisme esportiu és un dels que més s'ha vist afectat per l'auge de l'infoentreteniment, un gènere que, com el seu nom indica, uneix informació i entreteniment fins al punt que el producte periodístic perd la seva raó de ser i es converteix pràcticament en un xou. Per a valorar la seva importància en els plantejaments actuals, s'analitzaran cinc esdeveniments succeïts la segona meitat de la temporada 2018-2019 i la primera de la 2019-2020 emesos per 'El Chiringuito' i 'Charlas de Fútbol', dues de les màximes referències en televisió i YouTube respectivament.
Castellà:	El periodismo deportivo es uno de los que más se ha visto afectado por el auge del infoentretenimiento, un género que, como su nombre indica, une información y entretenimiento hasta el punto de que el producto periodístico pierde su razón de ser y se convierte prácticamente en un <i>show</i> . Para valorar su importancia en los planteamientos actuales, se analizarán cinco eventos sucedidos la segunda mitad de la temporada 2018-2019 y la primera de la 2019-2020 emitidos por 'El Chiringuito' y 'Charlas de Fútbol', dos de las máximas referencias en televisión y YouTube respectivamente.
Anglès:	The sportive journalism is one of the most affected by the boom of the infotainment, a genus that, like his name signifies, joins information and entertainment until the point that the journalistic product misses his reason of being and converts it practically at a show. To value his importance at the ongoing approaches, will analyse five events happened the second half of the season 2018-2019 and the first of the 2019-2020 emitted by 'El Chiringuito' and 'Charlas de Fútbol', two of the maximum references at television and YouTube respectively.

ÍNDICE

1. Introducción	2
1.1. Justificación del tema	2
2. Marco teórico	3
2.1. Periodismo hoy en día.....	3
2.2. Infoentretenimiento.....	5
2.3. Características del infoentretenimiento.....	7
2.4. Periodismo deportivo.....	10
2.5. Tertulia televisiva.....	13
2.6. YouTube	15
3. Metodología	18
3.1. Objetivos.....	18
3.2. Hipótesis.....	19
3.3. Explicación de los programas	19
3.3.1. 'El Chiringuito'.....	19
3.3.2. 'Charlas de Fútbol'	22
3.4. Análisis y ficha.....	23
3.5. Los eventos para analizar	24
3.5.1. Vuelta de la Final Copa Libertadores River Plate – Boca Juniors	25
3.5.2. Zidane regresa como entrenador del Real Madrid	25
3.5.3. Eliminación del Barça en la Champions League frente al Liverpool.....	25
3.5.4. Entrega del Balón de Oro.....	26
3.5.5. Clásico Barça – Real Madrid.....	26
3.6. Justificación de los vídeos	26
4. Estudio de caso	28
4.1. Los roles de los participantes: más allá de los tertulianos	28
4.2. Una audiencia que también participa.....	32
4.3. Léxico: opinión y teatro	34
4.4. Las diferencias de entender el show	42
4.5. Música y efectos: más que un adorno	45
4.6. Apuesta firme por los planos cortos.....	48
4.7. Más allá de lo que se graba: la edición posterior	50
4.8. Observaciones: detalles que no pasan por alto	52
5. Conclusiones	55
6. Bibliografía.....	58
7. Anexo.....	61

1. Introducción

1.1. Justificación del tema

Para este trabajo se estudiará la manera en que el infoentretenimiento está presente en dos propuestas de actualidad deportiva muy determinadas: 'El Chiringuito' y 'Charlas de Fútbol'. Estos dos proyectos tienen varios puntos en común, como pueden ser la temática que tratan o un estilo similar en algunas secciones. A pesar de todo, es cierto que no se desarrollan en el mismo medio; pues uno de ellos se emite en televisión y el otro en YouTube.

Esto, más que un motivo en contra, es una gran oportunidad para analizar en profundidad el papel e importancia del infoentretenimiento en dos ámbitos diferentes y con sus particularidades. Además, y antes de concretar de manera más exhaustiva a ambos 'programas', es necesario mencionar que los dos son referentes, evidentemente en su respectivo ámbito, en cuanto a audiencia y popularidad.

La elección de 'El Chiringuito' surge a raíz de unas declaraciones del periodista Julio Maldonado, más conocido como Maldini, donde este afirmó lo siguiente del programa dirigido y presentado por Josep Pedrerol: "Se está tendiendo (en el periodismo deportivo) a programas tipo "El Chiringuito", que yo respeto, pero no veo. No es periodismo, sino un *show*"¹. Sus palabras suscitaron una gran polémica, e incluso recibió la respuesta del propio Pedrerol y tertulianos del programa. Sin embargo, más allá o no de si es periodismo, algo de lo que, en cierta manera, se profundizará más adelante, es evidente que el planteamiento del programa, pese a tratar temas de actualidad y aportar noticias e incluso sus propias exclusivas, es principalmente entretener a su audiencia.

De ahí que pueda ser tan interesante analizar de qué manera logran aplicar este infoentretenimiento, o incluso preguntarnos si este caso, extremo incluso dentro de las tertulias deportivas, es algo diferente al infoentretenimiento. En definitiva, haberlo escogido posibilita un acercamiento teórico a lo qué se entiende por infoentretenimiento, para posteriormente analizar el contenido propuesto en 'El Chiringuito' y asentar unas bases sobre si lo qué hacen se puede considerar o no como tal.

¹ DÍAZ-GUERRA, Iñako (2019). *Maldini: "La gente piensa en periodismo deportivo y piensa en 'El Chiringuito', y eso es un problema grave"*. El Mundo. Disponible en: <https://www.elmundo.es/papel/lideres/2019/09/26/5d8b40b9fc6c83ad3d8b462b.html>

Para entender su importancia, sus datos de audiencia muestran que 'El Chiringuito' es uno de los programas más destacados dentro de su cadena, presentando en el mes de diciembre unos números que superan, salvo en el programa del jueves 5, el 3% de audiencia. Destaca especialmente la emisión del miércoles 18 de diciembre, donde se llegó al 7%². Estas son cifras muy superiores a las de la cadena 'MEGA', ya que esta, durante el mismo mes analizado, obtuvo un share medio de apenas un 1,5%³.

En cuanto a 'Charlas de Fútbol', el hecho de que sea un canal de éxito en YouTube donde no solo participa una persona, sino que, igual que en el programa anterior, se incluyen varias intervenciones en sus propuestas. Esto ha resultado un factor determinante para su elección. Hace ya tiempo que en este proyecto sus creadores han apostado por incluir un contenido más similar al del debate y el análisis, aunque sin perder la esencia más de puro entretenimiento que tanto promueve una plataforma como en la que ellos trabajan.

De modo que, de cara al trabajo, puede ser interesante comparar el tratamiento de un mismo evento en un medio más tradicional como la televisión en comparación a YouTube, y algo similar se puede decir de la presencia de elementos característicos del infoentretenimiento. La manera en que los periodistas de este canal trabajan es más sosegada y calmada que en 'El Chiringuito', de modo que este choque de estilos es otro buen elemento comparativo.

Finalmente, y aunque sea únicamente con una breve mención, puede resultar positivo para esta obra establecer unas ciertas características de este nuevo periodismo audiovisual que se prodiga en YouTube, y que mejor manera de hacerlo que tomando como objeto de estudio a uno de los canales referencia dentro del panorama hispanohablante. Actualmente, a día 18 de diciembre de 2019, tienen un total de 189 mil suscriptores, acumulando hasta 45.647.010 visualizaciones.

2. Marco teórico

2.1. Periodismo hoy en día

² [Datos extraídos del portal 'Ecoteuve'](#). Consultable el cuadro completo en el apartado "Anexo" con el título 'Cuadro 1'

³ [Datos extraídos del portal 'Ecoteuve'](#). Consultable el cuadro completo en el apartado "Anexo" con el título "Cuadro 2"

¿El periodismo actual ha perdido su razón de ser? Una pregunta frecuente cuya respuesta es compleja. El periodismo ha cambiado, y en algunos casos para mal, eso es evidente, y son varios los motivos. Desde cambios del propio campo, tecnológicos, sociales... Una lista considerable que ha hecho surgir una nueva manera de ejercer y plantear esta profesión.

De hecho, tal y como indica Barrios (2016) “nos encontramos en un mundo en el que se pasó de una cultura de imprenta a una cultura de la pantalla donde surgen nuevas prácticas sociales que crean dispositivos a la medida de cada uno, elementos en los que conjugan el texto, el audio y el video configurando nuevos medios en los que se generan nuevas formas de interacción” (2016, pág. 163). Un panorama muy diferente al de hace años donde prácticamente todo tiene cabida.

Y es que según Nereida Carrillo (2013), se puede apreciar que “los contenidos mediáticos de hoy en día están destinados muchas veces a nutrir un nuevo periodismo volátil. Ahora atiende también —o, sobre todo— a anécdotas, pseudohechos no contrastados, hiperrealidades, rumores, ficciones y otras historietas. Se expresa a través de un lenguaje hinchado” (2013, pág. 12).

Similar es el punto de vista de García Avilés (2007), quien valora, como recogen García y Campos (2015), que “los contenidos y las formas narrativas se seleccionan teniendo como criterio supremo el impacto que puedan causar en la audiencia, en lugar de la capacidad para suministrar información relevante, de la forma más rigurosa posible” (2015, pág. 77).

Resulta preocupante que, siguiendo la idea anterior y tal y como apunta Innerarity, “vivimos más bien en una «sociedad de los rumores» y no tanto en una «sociedad del conocimiento»”. El autor destaca que esto surge en un contexto regido por una “cultura de la inmediatez” (Innerarity), lo que complementa la visión de que “la transmisión del conocimiento ha pasado de la narrativa (*narrative*), es decir, del relato de hechos verdaderos y provechosos, a las historias (*stories*), concebidas como un simple intercambio de anécdotas” (Salmon, 2008).

Así pues, elementos banales o anecdóticos se cuelan en las noticias mezclándose o sustituyendo a otros puntos verdaderamente más importantes (Carrillo, 2013), creando incluso “una nueva noción de noticia, que reúne elementos de humor o de tragedia, y confunde lo nuevo, lo conflictivo o lo espectacular con lo importante” (García Avilés,

2007, pág. 51). Un panorama alarmante que demuestra la fuerte instauración conseguida por un género que, desde su surgimiento en los últimos veinte años del siglo pasado, no ha dejado de ganar importancia: el infoentretenimiento.

2.2. Infoentretenimiento

El infoentretenimiento adquiere verdadera trascendencia, como explica Catalina Gayà haciendo referencia a Debord, “alrededor de 1987, entrando en los cuando el *show* como valor, que explotaba y encumbraba la figura del presidente estadounidense Ronald Reagan, estaba en pleno auge y cuando el modelo de televisión comercial, que se había impuesto en Estados Unidos, ya era un fenómeno mediático global” (Gayà en Ferré, 2013, pág. 12).

En lo que respecta a la televisión, y siguiendo la línea de lo ya comentado, “los motivos de la aparición del infoentretenimiento en las televisiones occidentales coinciden con la expansión de la televisión privada frente a la pública y, derivado de ello, la necesidad de desarrollar estrategias para atraer a una audiencia masiva en un mercado altamente competitivo” (Berrocal, Redondo et Campos, 2012, pág. 66).

Si nos centramos en España, la aparición del infoentretenimiento, tal y como menciona Ortells (2011), la podemos ubicar en el año 1993, momento en que la cadena ‘Telemadrid’ empezó a emitir el programa ‘Madrid Directo’. Este es “un magacín informativo pensado para entretener las tardes de su audiencia, con el que se emprendió un camino sin retorno hacia la nueva era de la información” (Ortells, 2011, pág. 280-281).

Una definición interesante para este género plantea que “el periodismo ha evolucionado desde la priorización de la información a la incorporación y la puesta en valor de características propias y definitorias del entretenimiento. Este matrimonio, a veces bien avenido y otras de convivencia difícil, es lo que conocemos como infoentretenimiento” (Carrillo en Ferré, 2013, pág. 34).

Por otro lado, Berrocal, Redondo, Martín y Campos (2014) destacan el apunte realizado por Spark (2000), que lo define como “un cambio en las prioridades dadas en un medio y que se apartan de las noticias y la información para poner su énfasis en el entretenimiento” (2014, pág. 88).

La definición de Thussu (2007), hace referencia a un “infoentretenimiento global” como “la globalización del estilo estadounidense de periodismo guiado por la televisión comercial que prioriza las noticias blandas privadas —sobre famosos, crimen, corrupción y violencia— y las presenta como una forma de espectáculo, en detrimento de las noticias sobre política y asuntos ciudadanos y públicos”.

Según explica Carrillo (2013), el infoentretenimiento “se insiere y bebe de una tendencia más amplia a la espectacularización y la dramatización en la sociedad, la economía y la política”. La propia autora relata que “en los programas y productos informativos, esta simbiosis se ha materializado, sobre todo, en el incremento de las llamadas noticias blandas. En cuanto a los programas y los productos del entretenimiento, como *late night shows*, también se han visto modelados por el infoentretenimiento incorporando en sus dominios temas propios de las llamadas *hard news* o noticias duras” (Carrillo, 2013, pág. 42).

Misma línea siguen también Berrocal, Redondo, Martín y Campos (2014), quienes destacan tres corrientes paralelas dentro de los contenidos televisivos donde el infoentretenimiento se manifiesta: “por un lado, en la incorporación de noticias ligeras o menores (*soft news*) dentro de los informativos tradicionales. Por otro, en la tendencia a abordar asuntos de información seria pertenecientes al debate público dentro de programas y formatos destinados prioritariamente a la distracción del espectador. Y, por último, en la aparición de programas que parodian la actualidad informativa” (2014, pág. 89).

El infoentretenimiento no se limita a cerrarse entorno a unos pocos asuntos, sino que “se adapta a la actualidad noticiosa abordada de manera frívola o superficial” (Berrocal, Redondo, Martín y Campos, 2014, pág. 89). Los mismos autores mencionan que, en lo que a temáticas se refiere, se opta “por aquellas informaciones más susceptibles de generar un impacto en el televidente o de fomentar el espectáculo visual: sucesos, desastres, noticias de interés humano, curiosidades, *celebrities*. El infoentretenimiento se caracteriza por recoger aquellas informaciones denominadas serias (política, economía) tratándolas de una manera dramática, paródica o humorística” (2014, pág. 89).

Se trata pues de algo complejo, donde uno de los grandes debates existentes se pregunta si es favorable o desfavorable a la hora de crear un contenido informativo de calidad y fiel a los principios periodísticos.

¿Es malo el infoentretenimiento? No tiene porque ¿Así pues, es bueno? Ya hemos comentado que el debate está abierto. Los estudiosos y autores académicos se dividen en dos puntos de vista claramente contrapuestos. Por un lado, encontramos a Debord (1992) o Edelman (1988), cuya visión es que este género es “una amenaza de consecuencias brutales no solo para la comunicación, sino también para la sociedad y la gestión pública”. Por otro lado, Bennett (1983, 1992), Brants (1998), Delli Carpini (2001), Van Zoonen (2005) y Thussu (2007) “conciben la hibridación entre información y entretenimiento como una evolución de la comunicación, como un paso necesario en un entorno en que el entretenimiento se convierte en imprescindible para llegar a la audiencia” (Carrillo en Ferré, 2013, pág. 45).

De hecho, Rojas Torrijos (2015), pág. 52) nos recuerda que en el Manual de Estilo de RTVE (2011) consta que “hacer un “entretenimiento de calidad” no solo es deseable, además es posible desde el mismo momento en que se huye de la vulgaridad y la trivialidad y se producen contenidos capaces de interesar a una mayoría de ciudadanos, porque han sido elaborados con rigor profesional, creatividad y buen gusto” (2015, pág 52).

Tanto Bennet como Carrillo destacan que existe un infoentretenimiento que margina y otro que empodera a la audiencia, y que en función del modelo por el que se apueste las consecuencias serán positivas o negativas tanto para la comunicación como, sobretudo, para la sociedad. Esto, en parte, da la razón a la opinión de José Carlos Lozano, quien valora que “bien manejados, los productos mediáticos que combinan elementos genuinamente informativos con recursos provenientes del entretenimiento pueden captar la atención de las audiencias y proporcionarles elementos de conocimiento y análisis de los sucesos actuales” (Lozano en Ferré, 2013, pág. 83).

Recordemos que Grabe (2000) demostró que una noticia cuya construcción y presentación se realizaba siguiendo las características del infoentretenimiento era capaz de generar en la audiencia un mayor interés que la misma información publicada de una manera más tradicional.

2.3. Características del infoentretenimiento

La problemática con el infoentretenimiento reside en que es complicado ajustar el grado necesario a aplicar antes de que este sobrepase a la información, algo que, además, en

varias ocasiones los medios evitan realizar adecuadamente. Como explica Carrillo, “el infoentretenimiento se caracteriza por su carácter híbrido: combina las formas de la con los elementos definitorios del entretenimiento. Pero este intercambio no se produce, por lo general, en condiciones de igualdad y en la mayoría de las ocasiones lo que observamos es una conquista de las formas de la información por parte del entretenimiento” (Carrillo, 2013, pág. 34).

La existencia de esta ‘mezcla’ es algo en lo que coinciden también García y Campos (2017), pág. 78), aportando estas una serie de características del campo televisivo, como por ejemplo “la hibridación entre realidad y ficción, entre información y entretenimiento, y entre contenidos informativos y promocionales” (2017, pág 78).

Autores como Thussu (2007) destacan elementos como el peinado, los gestos y la indumentaria, es decir elementos no verbales, como características básicas del género, mientras que, en cuanto al lenguaje, Bertoldi (2009) otorga una gran importancia a aflorar la emoción de la audiencia. Para lograrlo, Carrillo (2013) indica que el lenguaje descriptivo habitual se combina con la sorpresa, el alarmismo y las figuras retóricas.

Misma línea sigue Lipovetsky (2010), cuya opinión gira entorno a que “la información se produce y funciona como animación hiperrealista y emocional de la vida cotidiana, como un *show* semiangustiante, semirrecreativo”. De hecho “los programas de infoentretenimiento ofrecen el lado más humano de la realidad, contado en primera persona por los afectados” (Berrocal, Redondo, Martín et Campos, 2014, pág. 90).

En este punto también es necesario mencionar el concepto de ‘personalización’, considerado por investigadores como Van Zoonen y Holtz-Bacha (2000), Berrocal et al (2014) o Echeverría (2017) como uno de los elementos narrativos principales del infoentretenimiento. Especialmente destacado es el papel que esto tiene en la información política, pues se trata de “un factor diferenciador de la cobertura electoral” (Echeverría, 2017, pág. 72). Además, “esta tendencia es inevitable en televisión, un medio que necesita poner cara y voz a las ideas, pero se extrema en el infoentretenimiento de forma que –más que la realidad en su complejidad– importa la historia individual” (Berrocal, Redondo, Martín et Campos, 2014, pág. 92).

Aportar emoción no es malo, ya que puede incluso ser la motivación que enganche y mantenga informada a la audiencia, pero cuando la mecha se prende de un exceso de entretenimiento, la información explota y ya entramos en terreno del sensacionalismo.

En opinión de Luntz, para provocar la pugna que atraiga “buscamos palabras que dividan, que degraden, que resten validez a los demás, que suenen a desprecio”. Carrillo añade que “el lenguaje del sensacionalismo se conforma con impactarnos, quiere nuestra atención y, si es preciso, intentará atraparla de la forma más burda posible, pero cuando se haya apoderado de ella no nos ofrecerá nada a cambio” (Carrillo, 2013, pág. 35). Varias de las técnicas más usadas y despiadadas son el “vedetismo, el amarillismo, la superficialidad, la espectacularización, la frivolidad, el chisme, el escándalo, el conflicto y el drama” (Gayà en Ferré, 2013, pág. 13).

Resulta muy descriptiva la idea planteada por Fisk (2008), quien afirma que “en el periodismo actual empezamos a ver a todos los personajes como si viéramos una obra de teatro o una película, en la que suceda lo que suceda, el *show* debe continuar”. El drama es un elemento que otorga originalidad en un campo donde la información es la misma para todos, y con la necesidad de acumular todo el *share* posible, en los casos televisivos, sirve para diferenciarse de la competencia.

Así pues, “el periodista no es mero testigo de lo que cuenta, se implica en la noticia e incorpora su personalidad a través de sus gestos y de los comentarios que introduce en la narración de los hechos. De esta forma se genera en la audiencia un proceso de identificación con el periodista-personaje que encarna una serie de cualidades” (Berrocal, Redondo, Martín et Campos, 2014, pág. 90).

Pero no solo los periodistas, incluso aquellos a los que identificamos en algunos casos como actores de Hollywood, ejercen un papel clave en los programas y contenidos que trabajan el infoentretenimiento. La ciudadanía tiene una importancia capital, y es que, como aportan Currah (2009) y García Avilés (2011), “la audiencia deja de ser pasiva para convertirse en parte activa de la construcción del mensaje periodístico” (Ortells, 2015, pág. 494).

Para Currah (2009) estos espectadores no solo se limitan a ofrecer declaraciones, sino que, además, disponen de un material propio, el que graban con sus propios móviles u otros aparatos, de vital trascendencia para estas propuestas de las que hablamos. Incluso esta audiencia, demostrando que su papel es verdaderamente activo, “utiliza las redes sociales, el correo electrónico y el teléfono para ofrecer sus propias propuestas temáticas” (Ortells, 2015, pág. 495) lo que los lleva a tener una relación que podríamos considerar directa con el programa.

Evidentemente, también si nos centramos en los elementos más técnicos encontramos ciertos rasgos que son característicos de este tipo de propuestas. Varios autores, como Lozano (2004), dan una importancia fundamental a el plano subjetivo, la música dramática, la ralentización de las imágenes y los efectos de postproducción, mientras que, posteriormente, destaca la aportación de Ortells (2011), quien apunta las conexiones en directo, el estilo de grabación donde prima el movimiento, la utilización de la técnica de cámara al hombro o la introducción de música y efectos de audio para aportar dinamismo como elementos distintivos de este género.

También, como destaca Carrillo (en Ferré, 2013, pág. 42), “desde hace algunos años, los informativos de televisión tienen más ritmo, más ráfagas, más musicalidad, movimientos de cámara más arriesgados y un grafismo menos anquilosado”, todo de elementos formales más cercanos al entretenimiento que se unen a un lenguaje, como se puede apreciar, por ejemplo, en los informativos deportivos, que se aleja del rigor con el que se asocia a estos espacios. De nuevo la pregunta, ¿Eso es malo? La propia autora responde indicando que “debemos poder distinguir el relato de lo importante de las conversaciones de ascensor o de las acaloradas réplicas de la barra de un bar”.

2.4. Periodismo deportivo

El periodismo deportivo es, como su nombre indica, esa especialidad dentro del panorama periodístico que se encarga de tratar la actualidad deportiva. Así pues, nos referimos a un periodismo como cualquier otro, a la altura del político o el económico. Sin embargo, es una obviedad que, actualmente, este tipo de periodismo no pasa por su mejor momento, y eso puede deberse, como apuntan tanto Pedrero Esteban como Pedro Paniagua, a que en este campo “se observa aún con más nitidez como el espectáculo se impone al rigor” (Pedrero Esteban, 2016) y se convierte en “un “pseudoperiodismo” que termina por menoscabar la credibilidad de todo el medio” (Paniagua, 2006, pág. 153). Resulta muy ilustrativa la frase del futbolista Javier Mascherano, quien manifestó en 2011 que “lo que más me molesta como jugador de fútbol es que se hable cada vez menos de fútbol y se hable de todo lo que le rodea”.

Quizá uno de los planteamientos más destacados que ha generado este nuevo género es el del conocido como los *infoshows*, donde, como el nombre indica, se mezcla información con un verdadero *show*. Algunos de los ejemplos más destacados pueden ser “El Intermedio” o “Sé lo que hicisteis”, ambos emitidos por la cadena ‘La Sexta’ y

donde se “dio cabida a formatos de todo tipo, en todos los horarios y para todos los públicos, este macrogénero acogió éxitos de audiencia en prime time o sobremesa” (Nevado, 2020, pág 698). En el caso de los deportes los ejemplos más relevantes y conocidos serían “Deportes Cuatro” o “Jugones”, los informativos deportivos de las cadenas ‘Cuatro’ y ‘La Sexta’ respectivamente.

Ya hemos apuntado anteriormente que espectáculo y entretenimiento, bien llevados, sirven para reforzar y hacer más atractiva la información que se quiere transmitir. De hecho, “probablemente el periodismo deportivo nazca también como el primer periodismo de entretenimiento, con publicaciones dedicadas a tratar asuntos que son entretenidos por excelencia (juegos, competencias, hazañas deportivas), donde la información da cuenta de ciertos hechos y entretiene a su vez” (Pérez, 2009).

La del entretenimiento es una fórmula que consigue llamar la atención, destacando dentro de la parrilla televisiva por aportar algo diferente a su competencia. Se trata, además, de una manera de atraer al público joven, quien puede sentirse excluido cuando el contenido es únicamente informativo y, en consecuencia, tiende a refugiarse en plataformas como pueden ser YouTube o las redes sociales para enterarse de aquello que este tipo de programas también tratan. Es decir, se aplica esos elementos periodísticamente quizá menos rigurosos para asegurar una audiencia que se queda tanto por lo que se dice como por la manera en que se dice.

Lamentablemente, en muchos casos, se tiende a seguir “una fórmula que prioriza por encima de todo la búsqueda del éxito comercial, aunque para ello sea preciso renunciar a hacer periodismo” (Rojas Torrijos, 2015, pág. 49). El mismo autor añade que, al principio, el objetivo de los medios era apostar por el infoentretenimiento, aunque con el paso del tiempo este entretenimiento que debía actuar de complemento se alzó muy por encima de los hechos noticiosos. Algunos ejemplos que aporta Carrillo (en Ferré, 2013, pág. 41) son que “muchas veces se simplifica la presentación de un partido como un duelo entre los dos principales goleadores de los dos equipos o se subraya el morbo de ver qué pasará con un jugador y su exequipo”.

Existen, según apuntan autores como el propio Rojas Torrijos, Paniagua o Adrados, dos motivos principales que han hecho que el entretenimiento pase a ser el elemento característico en muchos de los programas y medios dedicados al periodismo deportivo. Para el primero, una de las claves es lo que él denomina “futbolización”, que no es más que “el excesivo sesgo temático de los contenidos, donde un elevado porcentaje suelen

concentrarse en torno a un reducido número de protagonistas –jugadores y entrenadores, equipos y clubes– de un mismo deporte, el fútbol” (Rojas Torrijos, 2015, pág. 52).

El segundo factor sería el lenguaje que los profesionales usan. Para Adrados (194: 152), “es una lengua que trata de presentar vivamente ante el lector el partido o la actuación de los jugadores y de reflejar la emoción. Es, por así decirlo, un segundo partido en que los recursos de la acción son traducidos a los de la palabra”. La misma línea sigue Paniagua, quien explica que “esta especialización del lenguaje le aporta a la información deportiva viveza, emoción, colorido, complicidad con la audiencia, capacidad de nombrar de forma precisa aspectos muy variados relacionados con el juego” (Paniagua, 2010, pág. 184).

¿Pero que elementos caracterizan a este lenguaje? “La innovación, los anglicismos, el lenguaje figurado, el fondo épico, la sustanciación del adjetivo, la multiplicidad de términos que designan un mismo objeto y las expresiones que provienen de otros campos como el jurídico o el religioso” (Paniagua, 2010, pág. 185-186). Además de estas, Rojas Torrijos (2017) señala “la posibilidad de crear neologismos, el intercambio de vocabulario entre los diferentes deportes, el uso de figuras retóricas y la ludificación”.

Esta unión ha hecho más notorio que nunca la existencia de un verdadero “periodismo de bufanda”, donde el periodista, lejos de perseguir la objetividad, opina sobre un tema o equipo basándose en sus sentimientos personales, ya sean favorables o adversos. Y si hay un sitio donde esto ha logrado destacar, ese es la televisión, que aprovecha el gran tirón de la polémica como principal hilo conductor (Rojas Torrijos, 2015, pág. 53) para ver aumentados su *share* y viralidad.

De hecho, el éxito de este tipo de programas se debe, en parte, a su capacidad de jugar con la pasión donde los sentimientos llevan incluso al periodista a ejercer no solo como hinchas, sino casi como *hooligan*, es decir el concepto inglés que hace referencia a esos aficionados más radicales e incluso violentos de los equipos. El representante del equipo defenderá a este con uñas y dientes al más mínimo ataque, a su vez que se muestra violento cada vez que debe hacer referencia a otros conjuntos, especialmente a aquel con el que la rivalidad, ya sea por cuestiones geográficas, históricas o competitivas, sea mayor.

2.5. Tertulia televisiva

El deporte es uno de los espacios fundamentales dentro de las cadenas televisivas españolas. Como indica Rojas Torrijos (2014, pág. 182), “la programación deportiva constituye uno de los pilares que conforman la oferta de programación de las principales cadenas de radio y televisión, ya que sus espacios se han consagrado en los últimos tiempos como los más escuchados o vistos”. Aquí nos centraremos únicamente en la Televisión, donde podemos destacar las retransmisiones en directo de los encuentros, informativos o tertulias.

De entre todos ellos, el que más nos incumbe para el presente estudio es el último mencionado. Pese a todo, y antes de continuar, merece la pena recordar lo dicho en líneas anteriores, pues incluso los informativos de deportes, siendo el caso más conocido ‘Deportes Cuatro’, también han pasado a plantear un modo de trabajar donde la manera de explicar la información cobra más importancia que la misma. Además, varios de estos espacios optan por incluir noticias de sucesos, corazón, moda y relaciones personales, lo que, como señala García Avilés (2007, pág. 51) se convierte “en un cóctel capaz de satisfacer los apetitos de un amplio sector de la audiencia”.

La mayoría de los programas deportivos “tienen como parte fundamental una tertulia” (Barrero Muñoz, 2009, pág. 216), y no es casualidad que las cadenas apuesten por este tipo de contenido, tal y como indica Rojas Torrijos: “En los medios audiovisuales, el deporte se ha convertido en un verdadero espectáculo de masas donde la información queda supeditada al entretenimiento como forma de expresión y en cuyo discurso se han incorporado elementos ajenos al ámbito del periodismo al formar parte de una estrategia comercial enfocada hacia la rentabilidad económica y la generación de negocio” (Rojas Torrijos, 2013, pág. 238).

Toda gira alrededor de la polémica, lo cual, como ya se ha mencionado anteriormente, atrae el *share* y la viralidad en redes sociales, un elemento que ha ido cobrando cada vez más importancia. De hecho, Aguilera (2019), pág 35) explica que “los formatos que se sirven del humor aplicado a informaciones son precisamente los que más tienden a la polémica”, lo que les conforma “como potencial foco de discusiones hacia determinados asuntos o personajes del panorama actual” (2019, pág 35).

La polémica, inevitablemente, ayuda a que ciertos tertulianos tengan la capacidad y la habilidad de ‘robarse el *show*’, destacando por el uso de expresiones características o mostrar una teatralidad que enamora al público. Algunos ejemplos que podemos mencionar, y que nos son muy útiles para este trabajo, son los de Cristóbal Soria o Alfredo Duro, ambos tertulianos de “El Chiringuito” y cuyas expresiones de “el chiquitito” o “al carrer” respectivamente se asocian rápidamente con su persona, el programa en el que aparecen y el panorama español de tertulias.

Algunas de sus características principales son que se tratan de programas con una duración considerable, cuyo contenido consiste básicamente en comentar y debatir los puntos más destacados de la jornada. El programa presenta a diferentes tertulianos, que pueden o no ser periodistas, y enfrenta sus opiniones entre ellos. “Se trata de un producto que no exige, en principio, grandes inversiones, al mismo tiempo que busca aprovechar el reclamo de tener en nómina a un grupo de contertulios más o menos populares, con el principal propósito de ganar audiencia” (Rojas Torrijos, 2015, pág. 51)

Una observación interesante antes de analizar en profundidad los elementos que componen las tertulias es entender de donde surgen. Como explica Rojas Torrijos (2015, pág. 50), inicialmente estos formatos de programa deportivo se emitían exclusivamente en fin de semana, momento en que se disputa la jornada futbolística, y en ellos la tertulia, el análisis y las curiosidades estaban presentes en forma de reportaje. Un ejemplo sería ‘El Día Después’, programa de Canal Plus que actualmente se sigue emitiendo en Movistar Plus, aunque con varias variaciones respecto a años anteriores. Sin embargo, como remarca el autor, “a partir de ahí, fueron introduciendo cada vez más variaciones y dando entrada a elementos extraperiodísticos”.

A la hora de definir los elementos de las tertulias, algunas de las observaciones indican que estos son programas que se construyen a partir del “humor, los concursos, la presencia de público en el plató y la autopromoción como rasgos diferenciadores o imágenes inéditas que recogen aspectos no deportivos de escenarios deportivos” (Paniagua, 2006, pág. 193).

Además, los investigadores Früh y Wirth (1997) aportan una serie de elementos que también son identificativos de este tipo de programas:

- Los programas de infoentretenimiento confieren un nuevo papel a la audiencia
- El periodista se convierte en coprotagonista de sus propias piezas informativas

- Las conexiones en directo son en una seña de identidad de este tipo de programas
- Entre las técnicas de grabación prima el movimiento continuo y la filmación con cámara al hombro.
- El montaje admite el uso de todo tipo de efectos y la introducción de pistas de audio musicales para aportar dinamismo
- Entre las temáticas seleccionadas para formar parte de los programas de infoentretenimiento destaca la introducción de noticias blandas.

Finalmente, Barrero Muñoz destaca que “cada tertuliano representa un papel en lo denominado como “teatrillo”. Hay periodistas que han creado un personaje, han comprobado que es rentable y exitoso, y dejan a un lado la primera faceta para centrarse en la segunda y explotarla al máximo” (Barrero Muñoz, 2009, pág. 216). Esto permite ver programas donde un patrón, lo que sería la marca característica de un determinado personaje, se repite de manera constante: frases, expresiones, provocaciones u opiniones inamovibles, todo ello acompañado, en ocasiones, de un lenguaje verbal y no verbal que tiende a la exageración y al hacerse ver.

2.6. YouTube

Un hecho que ha revolucionado todo el panorama informativo, incluyendo, evidentemente, el deportivo, ha sido el desarrollo de Internet. Los medios digitales nacieron como una apuesta que está resultando ser ganadora, y han logrado llegar a toda una audiencia insatisfecha con la oferta de los llamados ‘medios tradicionales’. Como afirma Rojas Torrijos (2014, pág. 183), “el crecimiento de Internet ha propiciado el nacimiento de nuevos medios digitales dedicados a este tipo de información, que han aprovechado el poderoso alcance de las nuevas plataformas para cubrir con mayor especialización el fútbol y el resto de las modalidades y satisfacer así necesidades informativas de la audiencia que no estaban siendo cubiertas por los medios convencionales”.

De hecho, existen numerosos estudios e informes que se elaboran para conocer el panorama del periodismo digital, lo que demuestra el afianzamiento que este ha conseguido. Algunos de los más destacados son el ‘Digital News Report’, elaborado por “Reuters”, o el ‘Informe Anual de la Profesión Periodística’. En ellos se detallan la situación laboral y profesional de los periodistas, las tendencias que han destacado en

la profesión y, en definitiva, todo lo que rodea en el ámbito digital a la industria de los medios de comunicación.

En opinión de Ramón Salaverría, “en el siglo XXI todo el periodismo será digital”⁴, y no se puede decir que esté equivocado. Cada vez son más los medios tradicionales que apuestan por desarrollar su versión en la red, mientras que existen otros que directamente nacen para competir en el mercado digital. Pero antes de continuar, ¿Qué entendemos por periodismo digital? El propio Salaverría (2019, pág. 3) lo define como “la especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir y, sobre todo, difundir contenidos periodísticos”. Cientos de miles de publicaciones que copan la red de información y que, como ya hemos ido apuntando, forman parte de un duro mercado competitivo donde la diferenciación es imprescindible para destacar.

Es en este punto donde no todo es mantenerse en lo escrito, ya sea en papel o mediante teclado. Lo audiovisual también está cambiando, y es por eso por lo que, en vez de lanzarse a proyectos televisivos, varios medios de comunicación ya están trabajando o empiezan a entrar en una plataforma que, hasta hace no tanto, pasaba desapercibida para el periodismo: YouTube.

El lanzamiento a Internet es un proyecto que varias cadenas han creído necesario para no perder el tren de la audiencia respecto a la competencia. Por eso se han creado plataformas donde albergar contenidos o incluso crear nuevos, como por ejemplo “Playz” o “Fluxer”, donde se pueden encontrar las producciones digitales de ‘RTVE’ y ‘Atresmedia’ respectivamente.

No es de extrañar que la plataforma haya adquirido semejante importancia. La convergencia digital ha traído consigo, según valoran Santín y Álvarez-Monzonillo (2020), “la integración de texto, imagen, sonido y vídeo. En consecuencia, cada vez es más frecuente que el vídeo complementa a la noticia escrita y se busque una mayor espectacularización en el poder de la imagen” (2020, pág 3). Estos mismos autores, haciendo referencia a lo dicho por Smith (2019), presentan algunos datos de YouTube que permiten entender las razones de su importancia actual en el campo periodístico: “Hoy es la comunidad de usuarios que comparten vídeos online más grande y popular del mundo. Es el segundo buscador tras Google en volumen de búsquedas; al día se visualizan cien mil millones de horas de vídeos y recibe 400 horas de vídeo por minuto”.

⁴ Declaraciones disponibles en el texto [“Es pot fer periodisme a YouTube?”](#)

Tal y como apunta Alemany (2018, pág. 41), “los medios de comunicación no han querido perder la oportunidad de coger un pellizco de estos millones de búsquedas. La gran mayoría aloja a sus canales pequeñas piezas que resumen las noticias destacadas del mes o clips de lo que han mostrado por televisión, como la ‘BBC’ o ‘Associated Press’”. Medios españoles deportivos también han apostado por eso, como son ejemplos ‘Sport’ o ‘Marca’, pero la plataforma de vídeos no se queda en eso. Y es que gracias a la libertad que permite, usuarios y periodistas han decidido crear sus proyectos aquí.

Desde 2008 en España han surgido 65 nuevos medios, micromedios o proyectos, un total del 17% de las nuevas iniciativas (Rojas Torrijos, 2016). La superespecialización temática es uno de los fuertes de toda esta ola, y uno de los apartados que YouTube más promueve entre sus millones de creadores de contenido. Ciertamente es que, hasta ahora, y como recuerda Alemany, los canales de más éxito en la plataforma se basan en géneros como *gaming* o entretenimiento general, sin que haya lugar para el periodismo, pero existen varios ejemplos de que esta tendencia no tiene porque ser permanente.

Las generaciones de entre 13 y 26 años consumen la información fundamentalmente a través de YouTube (Nadia González, 2017, pág. 22), con lo cual se trata de un rango de población que ha optado por ‘abandonar’ los medios tradicionales para informarse de la actualidad en esta plataforma. Pero ¿Puede YouTube ser un medio periodístico serio? Las opiniones son diversas. Según Ramón Salaverría, “YouTube no es un medio periodístico bien desarrollado, es un sitio lleno de vídeos independientes que no aportan información más allá de lo que están tratando”.

Ciertamente es que, con el objetivo de retener y ganar nueva audiencia, suscriptores y visitas, los creadores y creadoras de contenido optan por emplear ciertos trucos que les faciliten tener éxito, en lo que Alemany define como “adaptarse y jugar según las reglas de la plataforma”. Aquí es donde entrarían, sobretodo, los famosos *clickbates*, es decir esos títulos engañosos que tergiversan o agrandan la verdadera información. De hecho, alcanzar un número interesante de visitantes es el reto al que se enfrenta buena parte de los medios digitales (Berrocal, Redondo et Campos, 2012, pág. 72). Pero si nos regimos por el contenido, la seriedad, el trabajo periodístico y la adecuada transmisión de esta a la audiencia, sí encontramos canales que apuestan en firme por ello.

El periodista Guillermo González, uno de los creadores de contenido que trabajan en el canal 'Charlas de Fútbol', cree que en YouTube "se puede combinar perfectamente el entretenimiento y la naturalidad en comunicar el contenido con un periodismo serio, sincero y honesto". Él mismo añade que "no veo que entretenimiento e información tengan que estar separados"⁵.

La plataforma, además, dispone de un apartado para que los usuarios que lo deseen expresen sus comentarios en la zona inferior de cada vídeo. La interacción creador-audiencia es uno de los puntos que más importancia tienen en el panorama actual, de hecho, los usuarios "cada vez participan e influyen más en los contenidos que muestra el medio" (Montoya en Ferré, 2013, pág. 106), y una adecuada relación y creación de comunidad es uno de los puntos que marca el éxito o no de un proyecto audiovisual en YouTube.

Relacionado con esto está lo que expresa Cabrera (2009), pues precisamente es ese potencial interactivo el que ha originado un cambio en las audiencias que ahora "no solo reaccionan ante los medios, sino que también, participan de diversas formas en el proceso comunicativo aportando opiniones (foros, encuestas, chats...) y produciendo contenidos (textos, fotos, vídeos...)".

3. Metodología

3.1. Objetivos

Se quiere, especialmente, analizar la influencia que el infoentretenimiento, llevado más o menos al extremo, tiene en las actuales propuestas relacionadas con el periodismo y la actualidad deportiva. Además, al tratarse de 'programas' emitidos en diferentes plataformas, se quieren marcar un poco las características principales que los han llevado a ser considerados como referencias en sus campos. Finalmente, y ante la polémica que de ha surgido en ocasiones sobre qué es y qué no periodismo deportivo, y tomando como debate más reciente las ya mencionadas declaraciones de Julio Maldonado, se pretende marcar, dentro de lo posible, hasta que punto el infoentretenimiento aleja una propuesta de ser considerada periodística.

⁵ Declaraciones disponibles en el texto "[Es pot fer periodisme a YouTube?](#)"

3.2. Hipótesis

El presente trabajo pretende dar respuesta a tres hipótesis muy determinadas:

- El infoentretenimiento, bien empleado, permite enriquecer el discurso periodístico y aumentar el interés de la audiencia.
- ‘El Chiringuito de Jugones’, a pesar de su fama, es capaz de hacer una buena labor periodística.
- El paso a YouTube permite tener y mostrar una relación y unos contenidos de manera mucho más personales de lo que se haría en televisión.

3.3. Explicación de los programas

3.3.1. ‘El Chiringuito’

‘El Chiringuito de Jugones’, más conocido simplemente por ‘El Chiringuito’, es un programa televisivo deportivo que se emite en el canal ‘MEGA’. Se especializa, sobretodo, en comentar la actualidad del Real Madrid y Barcelona a base del debate entre todos sus colaboradores e invitados, y cuenta con Josep Pedrerol como presentador y cara más representativa.



Logo de ‘El Chiringuito’ | Fuente: @ElChiringuitoT

Este es un programa que, tanto en personas que intervienen como estilo, sigue con exactitud el camino de su predecesor, ‘Punto Pelota’, una tertulia deportiva emitida en el canal ‘Intereconomía’ y que simplemente cambió de nombre una vez sus derechos fueron adquiridos por la corporación ‘Atresmedia’. Su primera emisión en esta nueva etapa, producida el 6 de enero de 2014, se produjo en el canal ‘Nitro’.

Actualmente su emisión tiene un horario fijo de domingo a jueves de las 00:00 a las 02:45, es decir una duración aproximada de 170 minutos, y en cada programa los ocho tertulianos van rotando.

Como ya se ha comentado, el presentador de 'El Chiringuito' es Josep Pedrerol, quien se encarga de dirigir y mantener un 'cierto orden' en el momento en que tanto los tertulianos, ya sea los que proceden de la anterior etapa o los que se han ido incorporando de manera más reciente o esporádica, como los colaboradores expresan sus opiniones. La lista de estos es muy elevada y variable en cada programa, aunque, como es evidente, hay algunos que son más presentes que otros. Desde sus inicios, estos son los tertulianos, 'fichajes' y colaboradores del programa:

Tertulianos iniciales

- Rafa Almansa (COPE)
- Javier Balboa (Exjugador)
- Carme Barceló (Sport)
- Paco Buyo (Exjugador)
- Iñaki Cano (SportYou.es)
- Lobo Carrasco (Exjugador)
- Jorge D'Alessandro (Exjugador y exentrenador)
- José Félix Díaz (Eurosport)
- Quim Domènech (Jugones)
- Alfredo Duro (Marca)
- Papi Estrada (EsRadio)
- Carles Fité (COPE)
- Paco García Caridad (Marca)
- Hugo «Loco» Gatti (Exjugador)
- José Damián González (La Gaceta)
- Rafa Guerrero (Exasistente)
- José María Gutiérrez «Guti» (Exjugador)
- Eduardo Inda (Okdiario)
- José Antonio Martín «Petón» (Diario AS)
- Roberto Morales (Agencia EFE)
- Óscar Pereiro (Exciclista)
- Tomás Roncero (Diario AS)
- Manu Sainz (Diario AS)
- Fernando Sanz (Exjugador)
- José Luis Sánchez (Jugones)
- Luis Villarejo (Agencia EFE)

Fichajes

- Álvaro Arbeloa (Exjugador)
- Jaime Astráin (Exjugador)
- Jorge Calabrés (El Español)
- Edwin Congo (Exjugador)
- Jota Jordi (Agente FIFA)
- Quique de Lucas (Exjugador)
- Kike Mateu (LP Radio)
- Rocío Martínez (Antena 3)
- Antonio Oliver (Palabra de Fútbol)
- Mathias Pogba (Futbolista)
- Juanma Rodríguez (EsRadio)
- Cristóbal Soria (Exdelegado del Sevilla FC)
- Pol Tenorio (Real Madrid TV)
- Edu Velasco (Bilbao Sport)
- Jesús Capitán "Capi" (Exjugador)

Colaboradores

- Edu Aguirre
- José Luis Martín Ovejero
- Juanjo Martín

En cuanto a la estructura del programa, a menos que haya algún especial, esta siempre se mantiene. Se compone de un análisis a las portadas de los diarios nacionales e internacionales, un análisis de las apuestas de William Hill y la presentación del público que ha acudido al plató para seguir el programa.

Además de las declaraciones de Julio Maldonado, 'Maldini', la tertulia ha recibido otros comentarios negativos debido a su planteamiento, como, por ejemplo, por parte del periodista José María García, quien en 2017 lo definió como "una porquería"⁶ y lo asemejó al programa del corazón 'Sálvame'. Aún así, y tal y como los miembros que conforman 'El Chiringuito' se defendieron de las palabras de 'Maldini' citado lo que dijo

⁶ MUNDODEPORTIVO.COM (2017). *"El Chiringuito es una porquería"*. Mundo Deportivo. Disponible en: <https://www.mundodeportivo.com/futbol/fc-barcelona/20171030/432476954044/jose-maria-garcia-chiringuito-barcelona.html>

Ben Bradlee, director del 'Washington Post' durante el caso Watergate: "Periodismo es descubrir la verdad y contarla".

3.3.2. 'Charlas de Fútbol'

'Charlas de Fútbol' se trata de un canal de YouTube donde se realizan vídeos cuyo contenido gira entorno al fútbol, y, especialmente, en la Liga Santander. Sus tres caras más representativas son los periodistas Juan Arroita, Andrés Cabrera y Guillermo González, y alternan vídeos de debate con otros más enfocados al entretenimiento (básicamente retos).



Normalmente publican una grabación al día entre las 16:00 y las 18:00, de duración variable, aunque, en general, de 10 minutos. Sin embargo, en jornadas señaladas, como fines de semana o días de Champions League, suelen hacer un vídeo extra repasando los encuentros disputados una vez estos han finalizado.

Logo de 'Charlas de Fútbol' | Fuente: @CharlasDeFútbol

Igual que con 'El Chiringuito', este proyecto es la continuación de uno anterior. Inicialmente el canal de los tres creadores de contenido se llamaba 'Campeones', a pesar de que en ese canal apenas había contenido de debate y los retos copaban la mayoría de los vídeos. El nacimiento de este canal surgió y logró tener éxito, según explica González, debido a que, en ese momento, 2015, "no había ningún canal sobre fútbol en español en YouTube"⁷.

El 1 de octubre de 2017 se inició la actividad en 'Charlas de Fútbol', mediante un vídeo de apenas 30 segundos titulado "Esto es Charlas de Fútbol | Teaser", donde ellos se encargan de definir que es esta novedad: "Bienvenidos a nuestra nueva aventura. Semanalmente estaremos contigo en 'Charlas de Fútbol' ofreciéndote lo mejor del fútbol

⁷ Declaraciones disponibles en el texto ["Es pot fer periodismo a YouTube?"](#)

mundial. Análisis, debate, opinión... todo con un estilo desenfadado, ¿nos acompañas?”⁸.

En ese momento este, como se puede observar, era únicamente un proyecto semanal, secundario y totalmente ligado a ‘Campeones’. Sin embargo, todo cambió el 28 de diciembre de 2018, ya que, en el canal ‘Campeones’, se publicó un vídeo titulado “Campeones en 2019: todas las novedades”⁹, donde los tres periodistas se despedían de su audiencia, prometiendo mantener su actividad en otros proyectos. De modo que se puede decir que esa fecha fue la que dio inicio a la etapa más importante de ‘Charlas de Fútbol’ y le convirtió en un canal protagonista y no una simple ramificación.

Pese a que desde sus inicios el proyecto ha contado con la presencia de los tres *youtuber* ya mencionados, desde su creación han ido contando con diferentes miembros que han pasado a quedarse como fijos en el canal. Es por eso por lo que, en los vídeos, no siempre salen las mismas personas, sino que estas se van alternando. Estos son los componentes de ‘Charlas de Fútbol’:

Iniciales:

- Juan Arroita
- Andrés Cabrera
- Guillermo González

Incorporaciones:

- Diego Campoy
- Javier Navarro (no sigue)
- Bárbara Quesada
- Adri Contreras

3.4. Análisis y ficha

En este caso la manera en que se trabajarán los ‘programas’ es el análisis de contenido, ya que se visionaran una serie de vídeos de cinco eventos determinados para valorar el

⁸ ARROITA, Juan & CABRERA, Andrés & GONZÁLEZ, Guillermo [Charlas de Fútbol] (2017). *Esto es Charlas de Fútbol | Teaser*. Disponible en: <https://youtu.be/6gCqVCCQ6nb4>

⁹ ARROITA, Juan & CABRERA, Andrés & GONZÁLEZ, Guillermo [Campeones] (2018). *Campeones en 2019: todas las novedades*. Disponible en: <https://youtu.be/BLZm5PfYbmU>

papel que el infoentretenimiento tiene en los planteamientos de 'El Chiringuito' y 'Charlas de Fútbol'.

Dicho análisis pondrá el ojo en una serie de valores característicos de este género, los cuales ya se han ido detallando a lo largo del marco teórico. Además, tanto la televisión como YouTube tienen una serie de particularidades propios de su medio y entorno, algo que también se tendrá en cuenta para extraer las futuras conclusiones.

Así pues, el análisis se hará siguiendo los puntos que constan en la siguiente tabla, la cual se irá completando de manera separada según cada programa y cada evento, aunque luego, a la hora de desarrollar la explicación pertinente, los datos obtenidos se irán presentando conjunta y ordenadamente.

Número de ficha	
Programa	
Evento	
Fecha	
Temas	
Personas que intervienen	Presentador: Tertulianos: Aficionados:
Participación audiencia	
Léxico	
Gesticulación	
Elementos no verbales	
Música y efectos de sonido	
Movimientos de cámara	
Efectos de postproducción	
Observaciones	
Número de ficha	

3.5. Los eventos para analizar

Como ya se ha comentado anteriormente, el grueso del trabajo consistirá en el análisis de ciertos programas, o fragmentos de ellos, y vídeos de 'El Chiringuito' y 'Charlas de Fútbol' respectivamente. Se han seleccionado cinco temas que se han considerado

como particularmente importantes o destacados dentro de un marco de tiempo concreto, el cual abarca la segunda mitad de la temporada pasada y la primera parte de la actual (es decir de diciembre de 2018 a diciembre de 2019).

Dentro de los propios eventos, de algunos, como es obvio, se habló más que de otros, por lo que existirá más material analizable. Aun así, al tratarse los cinco de casos trascendentes, hay material más que suficiente para estudiarlo y analizarlo. Si el evento lo merece, se especificará en su justificación individual, se visionarán también elementos anteriores o posteriores al evento en si.

Los temas escogidos son los siguientes:

3.5.1. Vuelta de la Final Copa Libertadores River Plate – Boca Juniors (9/12/2018)

Un evento como la final de la Copa Libertadores, torneo equivalente a la Champions League en Sudamérica, normalmente no tendría excesiva repercusión en las tertulias o programas de España, pero la edición de la temporada pasada, y de ahí que esté aquí, fue la excepción. La ida (se juega a doble partido) transcurrió con la tensión propia de un encuentro tan importante que enfrenta a dos grandes rivales como Boca Juniors y River Plate, pero el verdadero problema se vivió en la vuelta. La violencia extrema que protagonizaron los radicales de ambos equipos obligó a la CONMEBOL a suspender y posponer el encuentro, y este finalmente se disputó en el Santiago Bernabéu, el estadio del Real Madrid. Unas circunstancias surrealistas que, tanto en su previa, durante el encuentro y en el postpartido fueron tratadas en profundidad desde ‘El Chiringuito’ y ‘Charlas de Fútbol’.

3.5.2. Zidane regresa como entrenador del Real Madrid (11/3/2019)

En una temporada atípica para el Real Madrid debido a los malos resultados, los blancos tomaron la decisión de contratar de nuevo a Zinedine Zidane como entrenador. La vuelta del francés generó sorpresa y fue tratada y analizada por medios deportivos de todo el mundo. Así pues, es interesante observar de qué manera se cubrió el anuncio, e incluso las posteriores reacciones que surgieron, por Pedrerol junto a sus tertulianos y también por los periodistas del canal de YouTube.

3.5.3. Eliminación del Barça en la Champions League frente al Liverpool (7/5/2019)

Pese a no tratarse de una final, ya que la eliminación se produjo en semifinales, este es, sin duda, un momento histórico en la más importante competición de clubes del mundo. Las circunstancias que se dieron, el Liverpool venció 4-0 al Barça en Anfield remontando el 3-0 de la ida, sorprendieron a todos los aficionados al fútbol, y, evidentemente, tanto en 'El Chiringuito' como en 'Charlas de Fútbol' este fue un tema que mereció un tratamiento y un análisis importante.

3.5.4. Entrega del Balón de Oro (2/12/2019)

La gala del Balón de Oro siempre es un momento especial, ya que es el momento donde, además de otros reconocimientos, se premia al mejor futbolista del año. En esta edición el ganador ha sido Leo Messi, quien, con su sexto trofeo, ha desempatado la igualdad que mantenía con Cristiano Ronaldo. Como es evidente, un evento de esta importancia genera un debate previo, durante y posterior que lidera la información deportiva durante esa semana y destaca, por encima de prácticamente todo, como lo más trascendente de cada año.

3.5.5. Clásico Barça – Real Madrid (18/12/2019)

No hay duelo entre estos dos equipos que no sea importante, pero las circunstancias extradeportivas que rodean al de esta temporada merecen un reconocimiento aparte. Debido a las protestas ciudadanas surgidas a raíz de conocerse la sentencia por la condena a los políticos catalanes, la fecha del Barça-Real Madrid, que originalmente iba a disputarse el 26 de octubre, se cambió al 18 de diciembre por no poder garantizarse las adecuadas medidas de seguridad. Es interesante analizar tanto el pre como el post partido, fijándonos, incluso, en los comentarios políticos, si los hubiera.

3.6. Justificación de los vídeos

La base de este trabajo es, como ya se ha explicado, el análisis de vídeos de cinco acontecimientos muy determinados, procedentes tanto de 'El Chiringuito de Jugones' como de 'Charlas de Fútbol'.

En lo que a 'Charlas de Fútbol' se refiere, no existe ninguna dificultad para obtenerlos. Todos los vídeos necesarios se encuentran en su canal, y únicamente hace falta realizar la búsqueda correspondiente en YouTube para encontrarlos. Todos ellos, salvo los que se realizan en la calle junto a los aficionados o algún especial, tienen una duración que

oscila entre los 6 y los 10 minutos, y con su visualización podemos entender el estilo que tienen y con el que trabajan los componentes de este canal.

De cada tema se disponen una cantidad variable de vídeos, aunque en todos los casos, los que hay, resultan interesantes para ver el planteamiento y la idea de periodismo deportivo que tienen los creadores de contenido. Concretamente hay, de la final de la Copa Libertadores tres vídeos (18'4"), de la vuelta de Zidane dos (14'78"), apenas uno del Liverpool-Barça (7'34"), tres del Balón de Oro (36'58") y, finalmente, del Barça-Real Madrid dos vídeos (10'25").

Con el 'Chiringuito de Jugones' los vídeos que se analizan corresponden a fragmentos extraídos de los programas, a excepción del evento del Clásico entre Barcelona y Real Madrid, donde, además de fragmentos, sí está disponible el programa completo emitido la misma noche tras el duelo disputado entre ambos conjuntos.

La razón de esto es que 'Mega', la cadena que emite el programa en televisión únicamente cuelga los programas completos durante 15 días desde la fecha en que se realizan, por lo que, por cuestiones de tiempo, únicamente se ha podido conseguir el ya mencionado. Del resto, y como ya se ha dicho, se usarán fragmentos para analizar los eventos, los cuales proceden tanto del mismo sitio web de 'Mega' como de YouTube.

Aunque no se analicen todos los programas íntegros, consideramos que la cantidad de vídeos disponibles son adecuados y suficientes para los propósitos de esta investigación, ya que, en primer lugar, son representativos y permiten ver de manera clara el modo de trabajar y de presentar la información que se tiene en este programa. En segundo lugar, la suma del total de los fragmentos es de 2 horas, 4 minutos y 25 segundos, lo que, unido a el programa completo del que sí se dispone, cuya duración es de 2 horas 33 minutos y 7 segundos, implica un total de 4 horas, 37 minutos y 32 segundos de contenido analizable.

Si vamos tema por tema, de la final de la Copa Libertadores son un total de siete fragmentos (32'58"), otros siete de la vuelta de Zidane (15'01"), la derrota del Barcelona frente al Liverpool consta de doce (33'37"), la entrega del Balón de Oro suma seis (24'15") y, finalmente, el Clásico, además del programa entero, el resto de los contenidos, son un total de ocho, (18'34"). En tercer lugar, el conjunto del contenido incluye las diferentes secciones, apartados y espacios del programa: debate, entrevistas, exclusivas, *show*... Los fragmentos que hay, pese a no ser el programa

completo, resultan suficientemente claros y de valor como para ser la base de este proyecto sobre el infoentretenimiento presente en el periodismo deportivo.

4. Estudio de caso

Una vez analizados los eventos, podemos comprobar como efectivamente estos dos programas han decidido apostar por el infoentretenimiento para destacar en sus respectivos campos. Estos se dan de maneras diferentes, siendo más común en la tertulia televisiva utilizar el entretenimiento mal entendido, donde los gritos y la teatralidad gestual e incluso formal copan más tiempo en pantalla de lo que deberían si se pretende transmitir información, mientras que en YouTube la edición es fundamental para añadir tanto datos relevantes como elementos de comedia que hagan más ameno el bullicio informativo.

‘El Chiringuito’ es un ejemplo de como el fanatismo y el periodismo de bandera pueden impedir que la labor informativa se realice de manera adecuada cuando el programa, en realidad, si es capaz, al contrario de lo que mucha gente pueda pensar, de realizar un muy buen trabajo periodístico. El Barça y el Real Madrid son un centro alrededor del cual es más fácil conseguir audiencia, aficionados de ambos equipos enfrentados entre si y que se ven representados en unos tertulianos que hacen lo mismo, pero en un plató, donde la teatralidad y la necesidad de *share* despiertan al personaje que llevan dentro.

En ‘Charlas de Fútbol’, en cambio, la apuesta por la información es más clara, pero la manera de transmitirla parece casi una conversa entre amigos, donde periodistas y audiencia están cada uno en un lado de la mesa de bar hablando de Zidane o del Balón de Oro. Esta naturalidad, a menudo extrema, les hace más cercanos y permite transmitir mucha más emoción que la simple presentación de datos o resultados. Es, en definitiva, un entretenimiento menos forzado y teatralizado, donde la naturalidad es la base de todo lo que se ha construido.

4.1. Los roles de los participantes: más allá de los tertulianos

En ‘El Chiringuito’ y en ‘Charlas de Fútbol’ tenemos tanto la figura del presentador como la de los tertulianos, aunque en el primero mucho más delimitado que el otro. Josep Pedrerol es la cara visible del programa de ‘MEGA’ en todo momento, mientras que el puesto de conductor se alterna entre los periodistas que componen el canal de YouTube. De igual manera, los tertulianos en ambos proyectos varían en cada ocasión.

El hecho de que la plantilla que se pueda ver cada programa cambie es uno de los atractivos con los que estos juegan, ya que, en caso de no hacerlo, se corre el riesgo de caer en la monotonía al participar siempre las mismas personas con los mismos argumentos de siempre. En cambio, la rotación permite combinar a ciertos tertulianos de visiones similares o totalmente opuestas, permitiendo de esta manera que cada programa se sienta fresco y único. Evidentemente esto da más juego con un plantel más grande como tiene 'El Chiringuito', pero en el canal de YouTube, donde el presentador ya hemos dicho que tampoco es fijo, cada periodista puede ejercer como tal y decidir o marcar el ritmo del vídeo.

En la tertulia de Josep Pedrerol, evidentemente, algunos tertulianos participan en según que programas por razones muy concretas, como por ejemplo el 'Loco' Gatti en los programas dedicados a la final de la Libertadores al ser argentino y exjugador de los dos equipos participantes, Paco Buyo y el 'Lobo' Carrasco como exfutbolistas de Real Madrid y Barça durante el Clásico y Cristóbal Soria o Tomás Roncero el día del Liverpool-Barça al ser los dos tertulianos más enérgicos a la hora de expresarse sobre sus respectivos equipos y de atacar al rival.

En cambio, en 'Charlas de Fútbol' el criterio de aparecer más en uno u otro vídeo depende más de a quien le toque rotar que de cualquier otra cosa, ya que, aunque es cierto que, por ejemplo, Guillermo González sale en el vídeo del Clásico y es hincha del Real Madrid este no tiene aparición alguna en la llegada de Zidane, un tema que también afecta a la actualidad del conjunto blanco.

Por no solo debemos resaltar el papel que presentador y tertulianos tienen, ya que, aunque es sin duda el más notorio y el que aparece en cada programa, encontramos casos donde la gracia recae en la opinión de los aficionados o expertos con los que se pueda contar, especialmente de estos primeros. Ambos programas, en algún momento, han optado por presentar un contenido donde las declaraciones, gestos y expresiones de los hinchas son lo fundamental, dejando de lado el debate más puramente periodístico.

Especialmente visible es esto en la manera de tratar el duelo entre River Plate y Boca Juniors disputado en Madrid, ya que, aprovechando que es precisamente allí donde ambos proyectos se graban, los dos apostaron por salir a la calle a conocer las opiniones y las historias de las dos aficiones. En uno de los partidos donde los sentimientos están

más a flor de piel, y aún más tras los incidentes que ya habían obligado a la suspensión del duelo en Argentina, el objetivo de los dos programas era el de enseñar la otra cara de la moneda de lo visto hasta ahora: la pasión sana por unos colores.



Ejemplos de las entrevistas a los aficionados de ambos equipos | Fuentes: El Chiringuito de Jugones & Charlas de Fútbol

Las imágenes más presentes son las de seguidores en la calle, con sus bufandas y cantando, y en el momento en que se pasa a hablar con ellos en muchos casos las preguntas no se alejan de la labor informativa, pues la falta de derechos televisivos obliga a construir el relato basándose en los aficionados.

Sin embargo, si es cierto que, en ambos programas, aunque esto es más notorio en 'El Chiringuito', se busca también esos relatos más crudos o exagerados, o incluso una mezcla de ellos. Por ejemplo, el programa de Josep Pedrerol no se limita a enseñar el pre y el post partido, sino que graba también desde el exterior del Santiago Bernabéu a esos aficionados que, por alguna razón, se han quedado fuera u optan por salir.

Destaca por ejemplo el caso de una aficionada de El Salvador que, al explicar que se ha quedado sin batería en el teléfono y eso le ha impedido enseñar la entrada, se echa a llorar mientras desde una rejilla del estadio ve una porción del terreno de juego. En este caso el cámara busca el plano corto, el detalle de las lágrimas y de la cara de la aficionada cuando, a pesar de todo, sonríe.

Precisamente el uso de primeros planos está muy presente a la hora de hablar con aficionados, ya sea para crear elementos de comedia, como cerrar la imagen a la hora de presentar a los aficionados más exaltados o que se expresan de manera más vehemente y también, como se ha detallado en el ejemplo anterior, crear emoción en el espectador.

Incluso se interviene para hacer realidad historias de este segundo tipo, donde fútbol y corazón se unen. El caso de la madre y el hijo seguidores de Boca emitido por 'El Chiringuito' es la prueba de ellos, pues es gracias a la intervención de Alex Silvestre, quien se encuentra en directo narrando desde el hotel donde se alojó el conjunto 'xeneize', que se logra cumplir "el sueño", tal y como ellos mismos lo presentan, del niño protagonista. En el vídeo realizado vemos planos cortos, declaraciones donde la palabra "sueño" se repite constantemente, y todo ello acompañado de una música de piano que se queda en primer plano al final, cuando el sonriente niño y la banda sonora en primer plano.

De manera excepcional ambos programas cuentan en ocasiones con la participación de personas ajenas a ellos, quienes, ya sea por su interés informativo o de entretenimiento, tienen una interesante aportación. En el caso de 'El Chiringuito' se pueden destacar a colaboradores como Mathias y Florentin Pogba o la entrevista realizada al abogado José Monteleone, mientras que en 'Charlas de Fútbol' puede sorprender la colaboración de otros canales de la plataforma.

Empezando por el programa de Pedrerol, la presencia de los Pogba es una oportunidad que no se quiso desaprovechar, pues coincide que ellos dos, quienes en esas fechas jugaban en dos equipos españoles, son también hermanos de Paul Pogba, futbolista del Manchester United vinculado en varias ventanas de fichajes con el Real Madrid. Así pues, su presencia como tertulianos, en temas como el Balón de Oro por ejemplo, responde a un interés en intentar conseguir información sobre el futuro de su hermano.

Continuando con José Monteleone, su aparición es, en cambio, de un muy interesante valor informativo. Este es el abogado de Rafael Di Zeo, el líder de la barra brava de Boca Juniors conocida como "La12", probablemente la agrupación de hinchas más agresiva de la entidad. A Monteleone se le realiza una videollamada para saber si su cliente viajará o no a Madrid para asistir a la vuelta de la final de la Copa Libertadores, pues en caso de que este acuda el peligro aumenta considerablemente. Con la entrevista se logra sacar que Di Zeo, probablemente, no viajará, e incluso se intenta concertar una nueva llamada, aunque sin éxito debido a la negación del abogado, una vez termine la reunión que este debe tener tras atender al programa con el jefe de "La12".



Josep Pedrerol entrevistando al abogado José Monteleone | Fuente: El Chiringuito de Jugones

Por lo que respecta a la aparición de otros *youtubers* en el canal de ‘Charlas de Fútbol’ este tipo de colaboraciones son bastante comunes en la plataforma, sobre todo entre canales cuyo contenido sea similar. Se dan dos casos donde esto suceda, ya que antes del duelo entre los dos equipos argentinos en el Santiago Bernabéu sale el creador de contenido Toniemcee, y en un vídeo dedicado al Balón de Oro constan, pues es la gracia del vídeo, numerosos *youtubers* de fútbol o del videojuego “FIFA”.

La aparición de Toniemcee, aunque se presenta como casual con la idea de hacer comedia, está evidentemente planificada, y no es casualidad. Existe una gran relación entre este *youtuber* y los componentes de ‘Charlas’, especialmente, como puede observarse por las sonrisas y bromas que realizan, con Juan Arroita, con quien, además, colabora en el proyecto “Mambo FC”, un equipo de fútbol formado por varios creadores de contenido entrenados por el exfutbolista Álvaro Arbeloa.

Aún más *youtubers* pueden verse en el vídeo titulado “YouTube da su Balón de Oro 2019”, un especial donde numerosos creadores de contenido presentan su top cinco entre los candidatos a ganar el premio individual más importante del panorama futbolístico. Algunos de los más destacados son Papi Gavi, DjMariio, Spursito, Cacho01 o La Media Inglesa, y en todo momento el tono del vídeo es de comedia, pues se presenta de manera formal, como si se tratara de una gran gala, un vídeo que, evidentemente, está pensado para que la gente conozca la opinión de estos *youtubers*.

4.2. Una audiencia que también participa

Uno de los aspectos que anteriormente se han destacado como más característicos de los planteamientos que utilizan el género del infoentretenimiento es el de la participación

de la audiencia, la cual, en los dos casos, participa activamente en la emisión de cada programa o vídeo.

En el caso de 'Charlas de Fútbol', esta se da fundamentalmente mediante dos de los elementos más importantes de YouTube: los *likes* y los comentarios. Esto no solo permite que el algoritmo de la plataforma recomiende más o menos el vídeo, sino que ayuda a los creadores de contenido a crear una comunidad más allá de las suscripciones y a ver si lo que se ha dicho genera o no debate o gusta a los espectadores.

De hecho, y tal y como tantos otros canales hacen, al final y al principio de cada vídeo se acostumbra a presentar un cartel con un recordatorio de dar me gusta y suscribirse, además de animar a que, quien lo desee, deje su opinión en la barra de comentarios.

En algunos casos incluso se anima a comentar sobre algo concreto, que puede estar o no relacionado con el tema que se trate. Por ejemplo, durante el vídeo dedicado al sexto Balón de Oro de Leo Messi los periodistas animan a sus seguidores a comentar sobre hasta tres temas diferentes, dos de los cuales, cuantos de estos premios más puede conseguir el argentino antes de retirarse y quien dominará en los próximos años el fútbol mundial, sí son acordes al contenido, pero el último, la manera más adecuada de pronunciar 'De Vrij' (central holandés del Inter de Milán), se sale más del tema.

Además, las redes sociales tienen también una importancia capital. Especialmente Twitter se ha mostrado como la más utilizada en ambos proyectos para generar la participación de la audiencia, aunque de manera diferente en cada uno. Continuando con 'Charlas', este es el medio por el que se ha optado para contestar algunas de las preguntas que los seguidores realicen de cara a vídeos de preguntas y respuestas, respondiendo tanto Bárbara Quesada como Guillermo González sobre su favorito para ganar el Balón de Oro y el Barça-Madrid respectivamente.

En el caso de 'El Chiringuito', durante el programa se presenta un hashtag, el cual va variando en función del tema que se trata, como por ejemplo #chiringuitoZidane o #chiringuitoClásico, aunque también se usan más neutros como #ElChiringuitoDeMega, para que los espectadores puedan comentar lo que quieran del programa o el asunto es cuestión. Las opiniones van saliendo en un cartel que se mantiene la mayor parte del programa, de tal forma que los *tweets* de los usuarios aparecen por unos instantes en

la pantalla. De vez en cuando Sandra Díaz, la encargada de ir mirando Twitter, destaca las opiniones que más juego den para continuar el programa.

También se crean encuestas para que la gente vote, lo que, posteriormente, genera un nuevo tema de discusión en la tertulia. En este caso el encargado de crearlas e informar del número de participantes y resultado es Fermín Canas, con quien se conecta en directo desde la redacción del programa. En los programas analizados se han realizado sobre si la actuación arbitral del Clásico merecería enviar al árbitro a “la nevera”, es decir que desde LaLiga se opte por que no pite en la siguiente jornada, y otra sobre si el Balón de Oro es “una milonga”.

Sin embargo, un pequeño grupo de la audiencia tiene la posibilidad de acudir al plató para ver el programa desde ahí en directo, lo que, aunque su participación se limite a agradecer en los minutos finales y a aplaudir con las canciones o alguna intervención más meritoria, ayuda a aumentar el sentimiento de unión que Pedrerol y su equipo quieren hacer ver a los que les siguen.

4.3. Léxico: opinión y teatro

En lo que al léxico se refiere, se puede apreciar que el tono opinativo prima sobre el informativo, aunque la actualidad es el tema sobre el que todo gira. Este es quizá uno de los apartados donde el infoentretenimiento es más claro, pues es sencillo ver a partir de lo que se dice el grado de exageración o de acompañamiento que se da a la información.

Empezando por el lenguaje más puramente informativo, este se utiliza para introducir el tema sobre el que posteriormente va a girar el debate, de tal manera que sirve para que la audiencia tenga el conocimiento y el contexto necesarios para seguir el hilo de los programas. Esto es muy claro en el ejemplo de YouTube, pues a modo de entradilla el periodista que ocupa el rol de presentador prácticamente siempre introduce el tema usando una estructura muy similar, como puede apreciarse en los ejemplos de “esto es ‘Charlas de Fútbol’ y hoy vamos a contaros porque se ha suspendido el Boca-River, comenzamos” o “esto es ‘Charlas de Fútbol’ y hoy vamos a hablar del Liverpool-Barça, comenzamos”.

En primer lugar, es indudable que este estilo de lenguaje está mucho más presente en ‘Charlas de Fútbol’ que en ‘El Chiringuito’, ya que la propuesta de los primeros se basa

en el análisis más sosegado, en contraposición al análisis más pasional de los segundos. Sin embargo, y contrariamente a lo que pueda parecer a cualquiera que sepa mínimamente el estilo que habitual del programa, no son pocas las ocasiones en que la tertulia de Pedrerol realiza una interesante labor informativa. Lo que pasa, y de ahí que no se les considere tanto, es que esto se da prácticamente solo cuando los temas no enfrentan a Barça o Real Madrid.

En el caso de los eventos escogidos, destaca la buena labor informativa con que se trata la final de la Copa Libertadores, mientras que también hay algún que otro aspecto interesante, o donde al menos el lenguaje tiene un objetivo más allá del *show*, en el regreso de Zidane y la entrega del Balón de Oro.

Como ya se ha mencionado anteriormente, en el programa de 'MEGA' se logró entrevistar al abogado de Rafael Di Zeo, lo que permitió dar la noticia de que este no acudiría a Madrid. También hablar con José Mourinho tiene un interesante sentido informativo, pues el luso fue uno de los técnicos que, junto a Zidane, estaba entre los favoritos para llegar al banquillo blanco.

Otro aspecto destacable es el de las explicaciones del 'Loco' Gatti sobre los incidentes con el autobús de Boca Juniors. El tertuliano argentino es un exjugador de los dos equipos implicados, por lo que a lo largo de su carrera disputó muchos de estos 'clásicos' y vivió varias situaciones tensas.

Precisamente esto es lo que da tanto valor a sus palabras, pues sus experiencias son el relato de la locura con la que en Argentina se afronta siempre un River-Boca o viceversa, a veces llegando a límites difíciles de imaginar, como, tal y como Gatti cuenta, recibir llamadas donde se amenaza a la familia.



El 'Loco' Gatti sobre los incidentes con el autobús de Boca Juniors | Fuente: El Chiringuito de Jugones

Gracias a esto y a sus palabras sobre la fuerza que tienen las barras bravas, lo que puede complementarse con la buena descripción de los antecedentes de Di Zeo que se mencionan durante la entrevista a Monteleone, el espectador puede entender la terrible realidad del fútbol argentino y las razones por las que una situación como la del autobús de Boca no son ni casualidad ni, lamentablemente, sorprendentes.

En lo que respecta al Balón de Oro, el punto de mayor interés informativo es en el que Diego Plaza presenta las cifras de las votaciones del premio, lo que deja ver que el resultado ha sido bastante más ajustado de lo que podría imaginarse y las razones por las que Leo Messi ha logrado imponerse al holandés Van Dijk.

De hecho, el mostrar los votos de cada continente deja ver que, a la hora de votar, el criterio que las federaciones siguen no es únicamente el deportivo, sino que el país de cada candidato juega un papel fundamental a la hora de recibir el apoyo de un territorio determinado. Por ejemplo, las votaciones de los países africanos, donde el senegalés Sadio Mané recibe más votos que en cualquier otro continente, le restan muchos a su compañero en el Liverpool Van Dijk, lo que provocó, vista la diferencia de este con Messi, que el holandés se quedara sin el premio.

Pasando a 'Charlas de Fútbol', aunque la forma de expresión es también en gran parte dando la opinión está se acompaña mucho más de datos o elementos que la enriquecen. Además, al utilizar un tono más calmado que el de 'El Chiringuito', información y opinión se juntan de manera más armoniosa, sin que sea tan evidente cuando hay una y cuando otra.

El uso de datos, de hecho, es fundamental para este canal de YouTube, y se presentan tanto de manera oral como destacados en unos cuadros que se añaden posteriormente en postproducción. Se pueden encontrar numerosos ejemplos a lo largo de los vídeos analizados, aunque, por ejemplo, resulta interesante ver como Diego Campoy cita algunos de los puntos más importantes del artículo 18 de la CONMEBOL, el cual es el que posibilitó la suspensión del partido cuando el órgano federativo obligaba a ambos clubes a disputarlo.

Sobre este partido, de hecho, a lo largo de la explicación se intenta explicar todo lo sucedido aportando antecedentes y ejemplos similares que la audiencia pueda conocer, como son la problemática con el gas pimienta que sufrieron los jugadores de River en

2015 por parte de los aficionados de Boca o la bomba que estalló antes del Borussia Dortmund-Mónaco en 2017 que obligó a suspender el encuentro al recibir heridas algunos jugadores del conjunto alemán.

También en el caso del Clásico el análisis del encuentro se acompaña de aspectos interesantes para enriquecer la información. Estos, igual que en el caso anterior, aparecen en los carteles de edición posterior mientras los periodistas los dicen, y son por ejemplo la cantidad de años que hacía que un Clásico no terminaba sin goles y el récord alcanzado por Sergio Ramos en cuanto al número de estos duelos disputados.

Pasando ya a la parte más opinativa, en ambos programas el contenido se fundamenta en ello. Algunos, como ya se ha dicho, lo hacen de manera más disimulada, y otros, en cambio, no tienen problema siquiera en atacar a todo aquel que no crea lo mismo que expresan. De igual manera, en algunos casos esta opinión sirve para complementar la información y suscitar que la audiencia forme su propia visión del asunto, pero en otras el *show* absorbe casi el evento original para alternar de todo menos información.

Continuando con 'Charlas', este es un canal que se caracteriza por hablar de la actualidad futbolística de manera simpática, sin que la polémica tenga especial cabida en su contenido. Por eso la opinión que se puede encontrar es constructiva, con interés de intentar aportar algo más. Por ejemplo, el vídeo anteriormente mencionado sobre la explicación del incidente entre los dos equipos argentinos es el único donde la seriedad está presente durante cada minuto, pues normalmente podríamos comparar la manera en que los periodistas se expresan como una conversa de bar entre amigos donde se debate de fútbol.

Esto puede verse en el uso de algunas expresiones más típicas de un grupo de amigos, como pueden ser el terminar las frases en "tío", "oye macho" o "te pega un viaje que flipas". Esto permite que el canal y quienes en él aparecen se vean cercanos, pues lo que hablan lo dicen sin censurarse (ni siquiera en caso de usar insultos o palabras malsonantes). Esta personalidad es, en parte, uno de los puntos que permite a un creador de contenido destacar en YouTube, pues por muy interesante que sea lo que se habla la manera en que se hace marca la diferencia entre una audiencia que se queda o no.

Tal es el punto de esta naturalidad que incluso se aprovecha el irse por las ramas para crear elementos de comedia que entretengan y rompan un poco el rigor informativo. Un

ejemplo bastante extremo se da cuando, hablando del Clásico, Juan Arroita y Guillermo González aprovechan haber mencionado que 2002 es el último año en que un partido Barça-Madrid acababa en empate a cero para preguntarse que estaría haciendo cada uno en esa época, lo que deriva en una conversa sobre la masturbación, aunque sin mencionarlo directamente en ningún momento, a la que en postproducción se le aplica la imagen en blanco y negro para demostrar que se han salido del tema.

Especialmente destacable es el cambio de tono y léxico que se produce a la hora de hacer vídeos sobre temas de noticias suaves, como por ejemplo el once del Madrid planteado por el diario 'The Sun' o el especial ya mencionado anteriormente sobre las opiniones de otros *youtubers* con el Balón de Oro.

En este último el tono es de una falsa solemnidad, ya que se quiere crear la ambientación de una gala. Aun así, ya desde el principio se ve que la comedia va a estar más que presente en todo el vídeo, ya que Diego Campoy inicia con un “dejadme decir que estáis muy guapos con estas pintas elegantes que llevamos”, pasando entonces a explicar Juan Arroita las razones por las que él no lleva americana.

En el segundo, en cambio, ya desde el inicio los periodistas mencionan que la alineación del medio inglés, al que definen como “sensacionalista” y “especialista en el *clickbait*”, es una “locura”, por lo que el análisis del once está plagado de comedia y exageraciones. De hecho, al final, cuando han animado a la audiencia a poner en los comentarios a que estrella ficharían para el Real Madrid, Diego Campoy menciona antes de retirarse del plano que su jugador sería “Siphiwe Tshabalala, hasta luego”, futbolista sudafricano del que acostumbra a hacer broma, lo que provoca la reacción de Guillermo González diciendo “de verdad que este chaval no es nada serio, se está convirtiendo en Andrés”.



Guillermo González y Diego Campoy hablando del estilo de 'The Sun' | Fuente: Charlas de Fútbol

Volviendo a 'El Chiringuito', desde el momento en que aparecen Barcelona o Real Madrid con alguna posibilidad de que un bando ataque al otro el lenguaje cambia totalmente. Todo el planteamiento informativo o de opinión más sosegada, como puede darse cuando los tertulianos dan su visión de que futbolistas seguirán tras la vuelta de Zidane con un simple sí o no, se pierde totalmente.

Los casos de la derrota azulgrana en Anfield y la disputa del Clásico muestran un programa bastante diferente al que puede verse en los otros tres eventos analizados, con una mayor agresividad, confrontación y opinión desbocada. En el primer caso, sobre todo los tertulianos madridistas aprovechan el descalabro culé para hacerse notar, mientras que en el segundo tanto la previa, marcada por las protestas tras la sentencia del 'Procès', como la polémica arbitral enfrentan a las dos partes con una intensidad muy considerable.

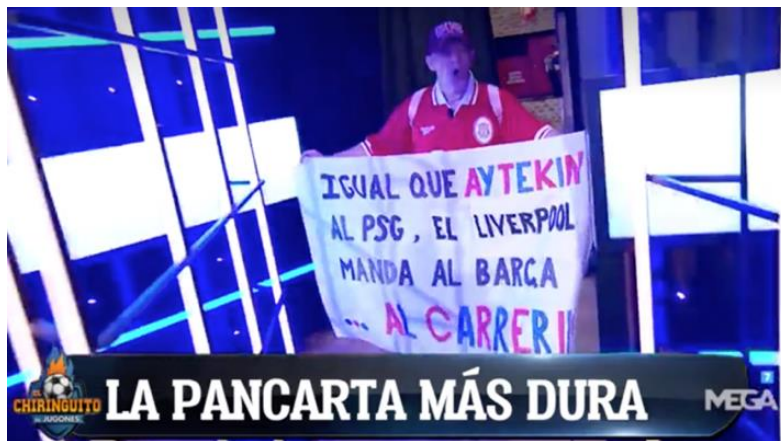
Empezando por el 4-0 del Liverpool al Barça, se dan varias provocaciones de los tertulianos del Madrid a los del equipo catalán, especialmente por parte de Tomás Roncero, Juanma Rodríguez y Alfredo Duro, quienes buscan sacar de sus casillas a Jota Jordi, 'Lobo' Carrasco o, especialmente, Cristóbal Soria.

En el caso de Roncero, este entra al plató al mismo tiempo que sus compañeros, pero mientras todos se sientan en sus respectivos sitios él empieza a mover el césped que hay en el plató buscando algo, empezando luego a preguntar si alguien "ha visto a Dios" o ha visto "al chiquitito", refiriéndose a Leo Messi. Durante su búsqueda, lo que le da para pasar por todo el plató, termina delante de Soria, y es en ese instante cuando le dice "esto es un chorreo", teniendo que intervenir Josep Pedrerol indicándole que "no toque" al otro tertuliano para evitar males mayores.

Juanma Rodríguez, por su parte, utiliza un juguete para dar su opinión, muy llevada al extremo, el cual es un regalo precisamente para Cristóbal Soria. De nuevo el presentador y moderador Pedrerol debe pedir que "no toquemos ni nos acerquemos más de la cuenta", aunque también es el primero en animar a Juanma a mostrar como funciona el juguete. El tertuliano, entonces, realiza la demostración de "Hattrickin", el nombre que le ha puesto, acompañada de comentarios como "¿Qué hace "Hattrickin" con la Roma? Se engancha".

El último de los tertulianos madridistas que destaca en la debacle azulgrana es Alfredo Duro, quien aprovechó para recordar su icónica expresión "al carrer", dicha en 2017

cuando el PSG le metió cuatro goles también al Barça. En este caso Duro llega al plató con la camiseta del Liverpool y una pancarta donde se puede leer “¡Igual que Aytekin al PSG, el Liverpool manda al Barça al carrer!”. Tras pararse unos segundos, este empieza a cantar la letra de la pancarta, pudiéndose escuchar a Pedrerol decir “está muy bien, vamos” y felicitando al tertuliano cuando este finaliza con un “un aplauso, tenemos una pancarta que ya es historia”.



Alfredo Duro entrando al plató con su polémica pancarta y cantando | Fuente: El Chiringuito de Jugones

También vale la pena mencionar dos contrapartes a la hora de expresar opinión como son el recientemente mencionado Cristóbal Soria y Quim Domènech, ambos seguidores azulgranas. El exdelegado del Sevilla se caracteriza siempre por expresarse de manera muy vehemente y sin pelos en la lengua, y la manera de hacerlo tras el 4-0 no iba a ser la excepción, pues a una gesticulación tremendamente activa se le suma el uso de expresiones como “falta de concentración y de carácter, me cago en la madre que me parió”, “¿Dónde están los tíos, los tíos hombre?” o “sangre en los ojos, eso es lo que quiero”.

En cambio, el análisis de Domènech es mucho más sosegado, mostrando tristeza e incompreensión en vez de enfado. Ya con su entrada hay un cartel que dice “Quim, da la cara”, y este, una vez saluda a Pedrerol, se sienta y empieza a explicar quienes son, bajo su punto de vista, los responsables del desastre.

Pasando al Clásico, el duelo entre los dos conjuntos más laureados del fútbol español, ya de por si tenso, lo estaba aún más debido a la situación que se estaba viviendo en Catalunya en esas fechas. Las numerosas protestas de grupos independentistas reclamando la libertad de los políticos encarcelados provocó que durante la previa se

hablara casi más de política y de la viabilidad de jugar o no el partido que de los aspectos deportivos, especialmente por parte de Josep Pedrerol.

El presentador catalán no dudó en mostrar su postura, la cual se enmarca en el pensamiento de aceptar las protestas como libertad de expresión, pero muy crítico con la manera de realizarlas. Suyas son frases como “manifestaos, pero dejad que los que quieran estudien o cojan un avión”, además de criticar que actualmente, en el Camp Nou, se ven más banderas y pancartas independentistas que del Barça.

Relacionado con esto, varios tertulianos también se muestran también contrarios a los símbolos independentistas, siendo únicamente Carme Barceló la que defiende “el pacifismo de la marcha al aeropuerto” o que en el estadio azulgrana “la gente anima al club”. Por ejemplo, el periodista Damián González le comenta a Pedrerol que “le han robado el Barça”, mientras que a Barceló le contesta que “ya está bien de maquillar la realidad”.

Destaca también la aportación de Paco Buyo, exportero del Real Madrid, quien se enfada mucho cuando se empieza a hablar de si los jugadores del conjunto blanco deberían o no abandonar el campo en función de lo que suceda durante el encuentro. Para Buyo, los deportistas no tienen que aguantarlo todo, explicándolo de la siguiente manera: “Aguantar que me insulten, que insulten a mi país, que cuelguen pancartas, ole ole y ole deportista”.

Ya pasando a aspectos puramente deportivos, la previa estuvo marcada por las provocaciones de Cristóbal Soria a los tertulianos madridistas, pues en un momento donde se está tratando otro tema empieza a reclamar que esto no toca, que lo que debe tratarse es “que le pasa al chiquitito, que le pasa a su santidad, eso es lo que queremos saber” (Leo Messi) y pronostica “que tenemos aquí la próxima humillación”.

La disputa del partido, que terminó con un empate a cero, trajo un análisis centrado tanto en la figura del árbitro, cuya actuación dejó muy descontentos a los tertulianos seguidores del Real Madrid, como en la superioridad a nivel de juego del equipo blanco en comparación a los azulgranas.

Este último aspecto se convirtió en el principal foco de conflicto, pudiéndose escuchar expresiones como “vaya baño”, “humillación” o “escandaloso”, en este caso usadas por Josep Pedrerol, para definir el partido. Tampoco se quedó callado Tomás Roncero,

quien se dirigió a sus compañeros del Barça al grito de “tsunami del Madrid, un baño de fútbol”, clara referencia a la plataforma Tsunami Democràtic, o de manera aún más provocativa con un “sois unos mirones y nosotros mandamos, somos papá”.

Los tertulianos del Barça también aprovecharon el enfado de los madridistas para buscar la provocación, destacando el tenso dialogo entre Jota Jordi y Edu Aguirre o las palabras de Cristóbal Soria dirigidas a Tomás Roncero. En el caso de los primeros, el representante azulgrana en el programa opinó, tras las reclamaciones de Aguirre sobre la actuación arbitral, que “al Chiringuito se viene llorado de casa”, mientras que Soria, aprovechando el descomunal enfado de Roncero, le dijo “me encanta verte así con las venas marcadas” e imitó el sonido de un llanto añadiendo, esta vez dirigiéndose a todos los tertulianos afines al conjunto blanco, “os he visto con las lágrimas y estoy encantado”.

Precisamente el tema del árbitro dejó también varias declaraciones interesantes, como por ejemplo las dichas por Edu Aguirre, quien definió el partido como “un robo histórico al Madrid” y culpó directamente al colegiado, alegando que “es Hernández Hernández, que le tiene manía al Real Madrid”. Al día siguiente del Clásico, el exárbitro Juanfe Díaz explicó como se encontraba mentalmente el árbitro, mencionando que este estaba verdaderamente afectado al ser consciente de sus errores, lo que provocó la respuesta de uno de los tertulianos espetando que “por eso le vienen bien unas vacaciones” (debido a la posibilidad de que le enviaran a la conocida como ‘nevera’).

Finalmente, y aunque en este caso se da a la hora de tratar la entrega del Balón de Oro, se puede ver como se utilizan, tal y como algunos autores mencionan como característica de la comunicación deportiva, varias expresiones del campo bélico, tales como “un animal como Cristiano no finiquita ninguna batalla” o “la guerra continuaría”.

4.4. Las diferencias de entender el *show*

Pasando a la gesticulación y a los elementos no verbales, estos son bastante diferentes entre cada programa debido, en parte, a las diferencias de léxico que se han explicado anteriormente. El lenguaje más relajado de ‘Charlas de Fútbol’ hace que sus gestos sean mucho más calmados y similares a los que se realizarían en una conversa que se está manteniendo con un amigo, mientras que en el caso de ‘El Chiringuito’, donde el conflicto entre las dos partes es una de las claves del programa, se puede apreciar una gesticulación y elementos no verbales más vehementes.

Empezando por el proyecto llevado a cabo en YouTube, estos alternan la presentación de los vídeos estando de pie o sentados en un sofá, en función de si el contenido es más informativo o puramente opinativo, pues en este último el estar sentados uno enfrente del otro facilita la conversa.

Cuando están de pie los acompaña una mesa donde acostumbran a aparecer elementos como ordenadores o bolígrafos, los cuales transmiten la impresión de que están informados de lo que hablan. Esto se rompe totalmente en el vídeo de la gala del Balón de Oro con otros *youtubers*, donde todo esto se sustituye por dos macetas cuya función, como la del vídeo en general, es la de hacer comedia.

En cuanto a la gestualidad, salvo que el evento sea muy sorprendente, se mantiene siempre muy dinámica pero dentro de la calma, sin exagerarlos. Esto es aún más visible durante los vídeos en el sofá, pues podemos ver piernas cruzadas e incluso brazos apoyados en la parte superior de este, lo que muestra una relajación absoluta.

Algunas de las excepciones a esto serían la reacción al once del Madrid según 'The Sun' o la derrota del Barça en Anfield, ambos por motivos muy diferentes. El primer evento, al tratarse de un vídeo sobre una noticia que ellos mismos presentan como una "locura", presenta una gesticulación muy exagerada, con gestos de negación y caras de absoluta incredulidad y risa constante. La actuación en el caso del duelo entre 'reds' y azulgranas es muy similar, pues estos gestos exagerados y caras de incompreensión se mantienen, pero en este caso se debe a no creerse lo que acaba de suceder.



Caras y gestos al empezar el vídeo de la derrota del Barça en Liverpool | Fuente: Charlas de Fútbol

Respecto a la vestimenta que se usa, esta es absolutamente informal, lo que ayuda a crear la sensación de canal personal y cercano, un elemento muy importante en

YouTube. Sin embargo, la parodia que se lleva a cabo en la ya mencionada gala con *youtubers* del Balón de Oro nos presenta a los periodistas vestidos de etiqueta para simular una mayor formalidad.

Pasando a 'El Chiringuito', aunque el tono del discurso sea bastante más elevado que el de 'Charlas de Fútbol' lo cierto es que, de manera similar a lo que sucede con el léxico, la gesticulación únicamente aumenta hasta niveles casi teatrales con los temas que involucran un conflicto Madrid-Barça. El resto, aunque la fama del programa sea la de estar todo el día gritando, suele transcurrir entre un diálogo relativamente normal, salvo, como es lógico sabiendo el *show* que gusta en la televisión, en algunos momentos donde se deba cortar la monotonía para no aburrir a la audiencia.

Empezando por la presentación del plató, el presentador se sitúa en medio, quedando a su izquierda las sillas de los tertulianos más próximos al conjunto azulgrana y a su derecha los madridistas. El suelo de esa parte del plató está decorado con césped, simulando un terreno de juego, y a los pies de cada tertuliano se deja un balón de fútbol, algo que estos utilizan como apoyatura o para simplemente ir jugando mientras transcurre el programa.

La gesticulación durante los discursos más tranquilos sirve como complemento a la explicación, aumentando a medida que las palabras se expresan de manera más clara. Sin embargo, en algunos casos esto excede totalmente lo que se puede pensar por gestualidad durante un debate televisivo, hasta el punto de, como se ha dicho, hacer pensar que se está delante de una obra de teatro donde actores siguen un guion determinado.

Especialmente claro en este aspecto se muestra Cristóbal Soria, quien tras la derrota del Barça en Anfield fue aún más expresivo que de costumbre. Al inicio de su discurso ya usa mucho las manos golpeando su puño contra la otra mano para ejemplificar el "carácter" que le ha faltado al equipo por ese entonces dirigido por Ernesto Valverde, pero a medida que su enfado va a más su reacción se torna casi cómica.

El tertuliano se levanta y empieza a dar vueltas por todo el plató, lanzando al suelo el abanico que portaba y moviendo los brazos con incredulidad, para posteriormente empezar una patada al aire que finalmente no se produciría y simular también arrancar una de las cámaras presentes.



Cristóbal Soria durante su enfado tras el 4-0 en Anfield | Fuente: El Chiringuito de Jugones

En cuanto a representantes del Madrid destacan tanto Paco Buyo como Tomás Roncero. El exfutbolista, como se ha dicho anteriormente, realiza un discurso defendiendo que los jugadores pueden irse del campo si no aguantan lo que pueda pasar en el Camp Nou, pero acompaña su explicación con una gestualidad tan exagerada que, de nuevo, parece más una comedia que un acompañamiento para expresar enfado. Roncero, en cambio, enfadado por los errores arbitrales del Clásico, se levanta para casi chutar el balón que se encontraba a sus pies.

La cámara partida que se utiliza da mucho juego para que la reacción de los tertulianos a las palabras de otros quede reflejada, especialmente en los momentos de más tensión. Ya sea mediante muecas, sonrisas irónicas o cerrando los ojos, el espectador puede escuchar un discurso y observar a la vez la reacción que este tiene en la parte contraria. Además, algunos también se permiten ciertas licencias, como incluso guiñar un ojo durante la explicación que están realizando a modo de entretenimiento.

4.5. Música y efectos: más que un adorno

El punto de la música y los efectos de sonido resulta muy interesante, ya que, como se ha mencionado en el marco teórico y confirmado a partir del visionado de los programas, estos están muy presentes en los proyectos que optan por un contenido cuyo género es el infoentretenimiento.

De hecho, tanto 'El Chiringuito' como 'Charlas de Fútbol' no solo utilizan la música como acompañamiento durante la emisión o el vídeo, sino que disponen de melodías o

canciones que se usan siempre como inicio, final o un apartado concreto y que automáticamente al escucharlas se asocian con ellos.

En el caso del canal de YouTube estos incorporan un tema de introducción, que normalmente se extiende acompañando parte de los vídeos, y uno de despedida mientras en la pantalla se realizan las recomendaciones de otros vídeos disponibles en el canal y se recuerda a los usuarios de la plataforma la posibilidad de suscribirse. Aunque esto sea lo habitual, en ocasiones se cambia alguna de las melodías.

Aún más clara es la tertulia de 'MEGA', donde la entrada de los tertulianos y la despedida se anuncian con una canción y con un tema musical compuesto expresamente para la ocasión, respectivamente. En el caso del primero se puede escuchar "Vive Deportivamente", obra del dúo Los 2 Españoles, mientras que para cerrar el programa el artista Fernando Fu creó el tema "No será fácil", el cual contiene directamente en su letra el nombre de 'El Chiringuito'.

Es en la transmisión de Josep Pedrerol donde más ejemplos de uso de canciones encontramos, lo que puede justificarse con que las sanciones por *Copyright* en YouTube son muy severas, llegando la plataforma a borrar o desmonetizar un vídeo, aunque solo se escuche durante un segundo.

Son varios los ejemplos que se podrían dar, pero, por mencionar algunos, durante los programas se ha podido escuchar "Don't call me Angel", de Ariana Grande, Lana del Rey y Milley Cyrus o "Revolution", de The Beatles. Este último se escucha en el momento en que el tertuliano Alfredo Duro, seguidor del Real Madrid, está entrando en el plató tras la derrota del Barça en Anfield, lo cual, lógicamente, está hecho así por la procedencia de Liverpool del icónico grupo británico, algo que sirve indirectamente para crispar aún más a los tertulianos azulgranas.

En esta aparición de Duro el tertuliano se pone a cantar una canción escrita por el mismo, titulada "Igual que Aytakin al PSG", la cual recibe el acompañamiento de un teclado presente en el plató. Es decir, tal es el grado de importancia que se le da a la música que incluso se dispone de un instrumento que permite realizar música en directo, sin necesidad de recurrir a grabaciones previas.

Como puede verse la música casi siempre tiene una razón por la que está ahí, y cuesta que algo así se deje al azar. Incluso la que es más común, la que se pone de fondo

mientras los periodistas hablan, se plantea acorde al tono y el contenido que se trata. En ambos casos el silencio está prácticamente prohibido, y es escaso o incluso nulo las veces que la música cesa.

En general se opta por temas neutros, que acompañan las palabras en un tercer plano, casi imperceptible a veces, pero sin ningún tipo de connotación. Esto puede variar cuando el tono de la conversa aumenta, lo que implica una subida y el pase a una melodía más tensa o incluso bélica. Esto, como ya se ha comentado al tratar el léxico, se puede apreciar más en 'El Chiringuito', donde el conflicto está mucho más presente que en 'Charlas de Fútbol'.

La epicidad tampoco podía faltar, y la música intenta transmitir la pasión de una imagen o unas palabras. Esto se puede ver sobre todo cuando se muestra a los aficionados de Boca Juniors y de River Plate, especialmente en la propuesta de Juan Arroita y sus compañeros, más centrada en la manera de animar de las aficiones que el planteamiento televisivo. Ahí simplemente se van mostrando los vídeos, pero con el volumen quitado y un tema épico acompañando cada plano y cada bufanda y gesto de las hinchadas.

Prácticamente la única música que se sale de esta línea más neutra que usa 'Charlas' es la de la utilización, también de acompañamiento eso si, del tema de los créditos iniciales de la película 'Snatch, cerdos y diamantes', una pieza bastante reconocible y que permite que la atención del espectador, al escucharla, esté más atento al saber de qué se trata.

En cuanto a los efectos de sonido, el uso que se les da a estos es, generalmente, el de crear situaciones jocosas que diviertan a la audiencia. En los dos casos se trata de efectos clásicos, pues se utilizan, por ejemplo, aplausos, risas de niños o un cristal que se rompe, es decir sonidos típicos que todo el mundo en esa situación podría optar también por añadir.

Uno de los más utilizados en 'El Chiringuito' es el que simula ser como un golpe en la mesa, lo que encaja perfectamente con el léxico del programa, el cual está lleno de expresiones tajantes que pongan la opinión de un tertuliano por encima de la de sus 'contrincantes' opinativos.

Además de comedia, estos efectos permiten dinamizar el programa, pues son un elemento que rompe la monotonía que se pueda formar y ayuda a que no decaiga la atención de quien lo esté visionando.

4.6. Apuesta firme por los planos cortos

Continuando con el análisis, le toca el turno a la cámara y el planteamiento de planos que se realiza. En la televisión se dispone de una mayor cantidad de ellas, lo que permite a su vez una mayor variedad de planos que encontrar. Aun así, mucho de lo que estos aportan o pretenden conseguir es igual en los dos programas, y en ambos casos se observa que la labor de la cámara va mucho más allá que simplemente mostrar lo que enfoca. Hay que decir que en el caso de 'El Chiringuito' se usan tanto cámaras en trípode como en mano, mientras que en YouTube el uso del trípode lo copa todo.

Uno de los elementos que más destacan son los planos cortos, especialmente el primer plano. En ambos casos el juego con estos se utiliza no solo para que haya variedad y no se mantengan todo el rato en un plano medio, sino que tienen también un componente de comedia. El momento en que se opta por estos es para mostrar, por ejemplo, que alguien se está saliendo del tema, como ocurre en 'Charlas de Fútbol' cuando Juan, hablando de Zidane, se empieza a liar y el plano va acercándose hasta ser un primero de su cara de circunstancias.

También en los momentos de mayor exaltación se aprovecha para enfocar de manera más detallada, pues es una forma de, además de hacer comedia, personalizar aún más sobre quien está más activo. En 'El Chiringuito', donde los gritos están más presentes, parte del enfado de Cristóbal Soria tras la derrota del Barça en Anfield se graba en primer plano, de tal manera que el espectador pueda prácticamente vivir el momento como si estuviera delante del tertuliano.

Aun así, y este sería un ejemplo aún más claro, el día que Juanma Rodríguez trae un juguete, apodado "Hatrickin", la manera en que se enseña el funcionamiento de este se da con un primer plano, poniéndose la cámara a la altura del juguete y de la mesa donde el periodista está realizando la demostración.



"Hattrickin", el juguete traído por Juanma Rodríguez | Fuente: El Chiringuito de Jugones

Aprovechando los choques que surgen durante el directo, el programa de Pedrerol se caracteriza por el uso de la pantalla partida, de tal manera que si dos tertulianos hablan o discuten se pueda apreciar el gesto de uno mientras el otro habla. Esto es especialmente visible cuando alguien del Madrid hace referencia al Barça o viceversa, pues entonces desde realización se va alternando a los tertulianos aludidos para poder observar cada una de sus reacciones.

Sin embargo, y a pesar de que estos son los planos más vistosos, lo cierto es que el plano medio también está muy presente. Este es más neutro que el anteriormente mencionado, y su uso se da sobre todo para los momentos en que se está dando un discurso más pausado o con una opinión cuyo contenido no vaya a generar una polémica excesiva. Sería, por definirlo de alguna manera, el plano más periodístico, y por el que apuestan ambos programas para empezar y presentar el tema desde el comienzo.

El plano general es quizá el menos utilizado, y en este caso expresa, normalmente, más bien calma. En los vídeos de YouTube lo podemos ver en el momento en que están sentados en el sofá para contestar las preguntas y respuestas, transmitiendo y mostrando una actitud tranquila y relajada. En televisión lo podemos ver con la entrada de los tertulianos, a los que se puede ver saludando a Pedrerol y sentándose en su sitio, sin que se dé ninguna discusión.

Sin embargo, en 'El Chiringuito' se aprovechan algunas situaciones para que el plano general muestre los movimientos de los presentes, como es el caso del momento en que Tomás Roncero entra al plató buscando a Messi, por lo que la cámara le sigue mientras él camina por todas partes. La gracia de no cerrar el plano es que permite ver

las reacciones de los tertulianos, e incluso del público, a todo el *show*, algo que, en cierta manera, ya enciende un poco la mecha del posterior debate.

4.7. Más allá de lo que se graba: la edición posterior

Evidentemente en lo que se refiere a efectos de postproducción 'Charlas de Fútbol' tiene mucho más que ofrecer que el programa de televisión, pues este último se emite en directo y únicamente se puede ver edición en los vídeos que se enseñan en el programa. Además, vale la pena mencionar que el trabajo de edición en YouTube es importantísimo, pues sirve para añadir todos esos datos, fotografías o vídeos que en el formato televisivo se pueden lanzar desde realización en pleno directo, mientras que en la plataforma de vídeos estos elementos se piensan antes de la grabación y se añaden al finalizarla.

Un ejemplo de todo esto es la manera en que se presentan elementos relevantes del evento que se está tratando, ya sea del ámbito más periodístico, como datos o declaraciones, o expresiones dichas por los tertulianos. En este caso ambos programas optan por la presentación mediante *chyrons* o carteles, lo que permite al espectador leer lo que allí se pone mientras continúa escuchando el debate.

En el caso de 'Charlas de Fútbol', la información que aparece es básicamente informativa, y complementa lo que se está diciendo al aparecer justo cuando sale el tema, lo que demuestra un esmerado trabajo de postproducción. En el vídeo donde se anuncia la vuelta de Zidane, por ejemplificarlo de algún modo, el texto explica la duración del nuevo contrato del entrenador francés, añadiendo posteriormente otro definiendo la intención del presidente del club, Florentino Pérez, de que el galo dirija ya el entrenamiento del día siguiente a su llegada.



Chyron informativo sobre el contrato de Zidane | Fuente: Charlas de Fútbol

También las imágenes y los fragmentos de vídeo tienen cabida en el discurso de postproducción, lo que enriquece mucho más el discurso periodístico. Ambos

programas optan, en el caso del ataque de los seguidores de River Plate al autocar de Boca Juniors, por poner los vídeos que se grabaron y varios usuarios o prensa subieron a sus redes sociales, lo que sirve como complemento perfecto para ilustrar todo lo que se está diciendo. Como apunte, en televisión se utiliza la pantalla partida para presentarlo, mientras que, en YouTube, donde es más complicado al haber menos cámaras variar lo que sale en pantalla, se opta por superponer el vídeo a la imagen de los periodistas.

Algo muy común en ‘Charlas de Fútbol’ es la de, a medida que se van mencionando nombres, ya sea de personajes muy reconocidos o menos populares entre el público general, surgen carteles con las fotografías de estos, lo cual ayuda a ponerles cara y, de nuevo, a dinamizar el discurso introduciendo elementos nuevos que eviten la monotonía que pueda surgir.

Al tratarse de programas donde la información y la actualidad basan los contenidos, se añaden también las reacciones de los futbolistas, dirigentes o asociaciones en redes sociales. Continuando con el duelo de la final de la Copa Libertadores, tanto en YouTube como en la televisión, en este caso mediante un vídeo de producción propia, constan capturas de pantalla de los tweets realizados por ambos clubes, futbolistas y la CONMEBOL, además de añadir ‘Charlas de Fútbol’ un fragmento de las declaraciones del presidente de River Plate antes de ser interrumpido por un grupo de seguidores y salir corriendo.

Las dos propuestas coinciden también en otro aspecto, uno que puede parecer simple, pero ayuda a asegurar una buena comprensión de lo que se está diciendo. En las entrevistas a aficionados, ya sea los de Boca y River en el caso de ambos o José Mourinho y los aficionados madridistas por parte de ‘El Chiringuito’ se opta por subtitular las declaraciones.

También la postproducción permite que se transmitan adecuadamente emociones, una de las características del infoentretenimiento, de tal manera que el vídeo que se muestre transmita e incluso emocione al espectador. Un ejemplo es el ya mencionado vídeo del niño de Boca Juniors que quiere una camiseta firmada por los jugadores ‘xeneizes’, pues al final, cuando ya lo ha conseguido y está celebrándolo con su madre, no solo se cierra el plano, sino que la velocidad disminuye para que se pueda apreciar con aún más detalle su sonrisa de felicidad.

4.8. Observaciones: detalles que no pasan por alto

Al visualizar los vídeos y fragmentos existen también otros elementos que vale la pena mencionar, pues permiten hacerse una idea del funcionamiento de los programas y de como el infoentretenimiento interviene en ellos. Serían, por decirlo de algún modo, matices que, a pesar de que no destacan tanto como el léxico o la música, siguen siendo igual de importantes y no deben pasarse por alto.

En cuanto a 'Charlas de Fútbol', estos optan a lo largo de sus vídeos y al final de ellos por hacer promoción del contenido que ya se encuentra en el canal o que será publicado en los próximos días, de tal manera que la audiencia se quede lo máximo posible con ellos tras terminar el vídeo o sienta interés por volver.

En el primer caso, esto se da, sobre todo, presentando en la esquina superior derecha de la pantalla un cartelito que enlaza al vídeo anunciado. Dicho cartel aparece o bien cuando ellos mismos lo anuncian o periódicamente a lo largo de la grabación cuando sea similar al tema que se está tratando.

Otra manera de promocionar estos contenidos es presentando un fragmento, como realizan añadiendo un trozo de unas preguntas realizadas a aficionados del Atlético de Madrid o de la gala de los *youtubers*, o bien al final de todo, ya habiendo hecho la despedida, dejando la pantalla con el logo del canal y una serie de ventanitas que enlazan con el vídeo que cada una muestra.



Recomendaciones al finalizar un vídeo | Fuente: Charlas de Fútbol

Otro tipo de promoción que realizan es la del canal que se ha abierto en la plataforma uno de los integrantes del proyecto, Guillermo González, quien como aficionado del

Madrid se dedica a colgar vídeos relacionados con el conjunto blanco. En este caso se trata de las puntuaciones que desde la redacción le han dado a cada jugador del Clásico, tanto los del Barça como los entrenados por Zinedine Zidane.

Además, y esto es algo que se puede observar más de una vez a lo largo de los vídeos analizados, los periodistas de este canal tienen cierta tendencia a aprovechar cada instante para irse por las ramas con algún otro tema, esté o no relacionado con el que están tratando en ese instante. Algunos ejemplos pueden ser la predicción que hacen del Tottenham-Ajax mientras están con el análisis del partido del Liverpool-Barça o un debate que inicia Juan Arroita sobre los balones de oro antiguos en el vídeo dedicado al sexto logrado por Leo Messi.

Antes de pasar a la tertulia de 'MEGA', es necesario mencionar que desde 'Charlas de Fútbol' se opta también, aunque parezca algo más propio de la televisión, por enviar a periodistas a sitios de interés desde donde cubrir la información, como es el caso de Arroita o Diego Campoy en el Santiago Bernabéu presenciando y analizando el duelo entre River y Boca Juniors mientras se jugaba o, precisamente Campoy, como enviado especial a Qatar por la disputa del Mundial de Clubes, adjuntando en un vídeo la crónica que este realiza del partido que enfrentó a Liverpool y Monterrey.

Precisamente este último punto está también presente en 'El Chiringuito', pues en numerosos momentos el programa ha enviado a periodistas a cubrir determinados lugares para hacer conexiones en directo. Algunos ejemplos son los de Alex Silvestre desde el hotel de Boca Juniors en Madrid, Edu Aguirre desde Turín o Josep Soldado y José Álvarez desde el Camp Nou y el Aeropuerto Josep Tarradellas Barcelona-El Prat respectivamente. Además, también se realiza conexión en directo con Fermín Canas, el *community manager*, quien se encuentra en la redacción de la tertulia.

Resulta curioso también que en algunas ocasiones algunos tertulianos presentan una información propia, o así lo anuncia el programa, pero esta no se explica de donde procede o de qué manera se ha obtenido. Algunos momentos en que esto sucede son el listado de fichajes desvelado por Eduardo Inda que supuestamente habría pedido Zinedine Zidane, la noticia de Edu Aguirre sobre que le ha parecido a Cristiano Ronaldo y al vestuario de la Juventus la vuelta del entrenador francés al Madrid o la exclusiva de Juanfe Sanz sobre el estado de ánimo y mental de Hernández Hernández tras el Clásico.

Todas estas exclusivas, además, se anuncian de una manera mucho más pausada que el resto de información, habiendo más pausas dramáticas por parte de los tertulianos para dar emoción a lo que están a punto de desvelar. Aprovechando dos de los ejemplos expuestos en el párrafo anterior, Eduardo Inda hace un resumen del equipo, posición y motivos por los que interesa ese jugador antes de decir el nombre, mientras que Juanfe Sanz, al ser preguntado por Pedrerol sobre si tiene alguna información del entorno del árbitro, confiesa que “puedo saber alguna cosa, sí” para posteriormente estar varios segundos en silencio.

Igual que en ‘Charlas de Fútbol’ aquí también aparecen carteles o *chyrons*, los cuales, como ya se ha dicho, destacan alguna declaración o introducen el tema que se va a tratar. Sin embargo, otro uso que tienen es el de anunciar contenido del que se hablará a lo largo del programa, de tal manera que la audiencia sepa que vendrá más adelante y les motive a quedarse más rato en la tertulia.

Durante el debate sobre el River-Boca aparecen algunos anunciando una noticia sobre el futuro de Neymar, la situación de Isco y unas declaraciones de Piqué, mientras que, tras la debacle azulgrana en Liverpool, un cartel avisa de que se conectará con la respuesta de Messi a los medios, la más esperada, cuando salga a zona mixta.



Roncero frente a Soria mientras abajo se avisa de la salida de Messi a zona mixta | Fuente: El Chiringuito de Jugones

Las numerosas discusiones que se dan hacen que, a veces, la información inicial derive en debates secundarios sobre temas que, ciertamente, poco tienen que ver con el fútbol. El programa emitido el día que se disputó el Clásico dejó varios de estos, como si la superioridad del Madrid ha sido o no un “baño” o un “meneo”, con la idea de dejar lo peor posible al rival, o una discusión entre Tomás Roncero y ‘Lobo’ Carrasco sobre si el uso de “papá” en la expresión “nosotros somos papá” dicha por el periodista de ‘AS’ excluye o no a las mujeres.

Finalmente, la promoción de otros vídeos o espacios que se hace en YouTube está presente también en la televisión, pues se hace referencia tanto al noticiario presentado por Josep Pedrerol, llamado 'Jugones' y emitido en "La Sexta", como al canal de YouTube 'Chringuito Inside', un espacio donde se pueden encontrar vídeos del día a día en la redacción, reacciones a los partidos o debates mucho más personales entre los tertulianos.

5. Conclusiones

El infoentretenimiento es un planteamiento que no deja indiferente a nadie, y el debate sobre si su inclusión en el mundo del periodismo es o no positivo no tiene una respuesta clara. Como tantas cosas en la vida, bien llevado, este género aporta unos beneficios por los que, indudablemente, vale la pena apostar, pero en caso de sobrepasar el entretenimiento a la información un programa puede derivar en un *show* sin control.

Algunos de estos elementos positivos son, por ejemplo, el conseguir llegar a la audiencia de una manera más original y atractiva que la simple presentación de información, lo que coincide con la visión de Van Zoonen, Thussu y otros estudiosos de que esta hibridación es "un paso necesario de la comunicación". La creatividad formal, el juego con la edición y el explicar de manera desenfadada son, como afirma Rojas Torrijos, "deseables" si han sido elaborados "con rigor profesional, creatividad y buen gusto", y en muchos momentos los dos programas han demostrado ser capaces de eso.

Apostar por el entretenimiento, como 'El Chiringuito' y 'Charlas de Fútbol' han hecho, es una manera de atraer a un público que necesita informarse de una manera menos formal y monótona, que espera sorprenderse y disfrutar al mismo tiempo que la actualidad no le pasa por encima. De alguna u otra manera los dos programas logran su objetivo, por mucho que sus dos estilos sean bastante opuestos.

Indudablemente la tertulia de Pedrerol, tan criticada por figuras como 'Maldini' o José María García, lleva el entretenimiento mal entendido al extremo, pues las discusiones son el eje central del programa. Los debates entre Tomás Roncero y el 'Lobo' Carrasco sobre si ha habido o no "chorreo" en el Barça-Madrid o las mujeres están excluidas en la expresión "somos papá" es absurdo y gratuito, una confrontación planteada para que haya tensión y eso atraiga a la audiencia.

También hablando de aspectos deportivos es constante ver discusiones donde los tertulianos se interrumpen constantemente entre ellos, hasta el punto a veces de que es imposible entender que está diciendo cada uno. De nuevo, y como ya se ha ido comentando, este “periodismo de bufanda”, como lo llama Rojas Torrijos, no beneficia un planteamiento donde el infoentretenimiento puede aportar de manera mucho más favorable periódicamente hablando.

Aquí el juego con las caras, los gestos, expresiones como “ya estamos”, “es una humillación” o “no toquemos más de lo necesario” son el ejemplo de un lenguaje vejatorio con la opinión contraria o que muestran como la tensión obliga a intervenir en algo como el mero contacto físico entre tertulianos. Gritos, patadas al aire, juguetes o pancartas, todo ello acompañado de una realización que detalla cada cosa para que la audiencia tenga la sensación de estar ahí o de no perder detalle gracias a la cámara partida.

Aun así, es importante no generalizar y elogiarlo cuando lo merece, y eventos donde el Barça o el Madrid no están implicados, como la final entre Boca Juniors y River Plate, tienen un tratamiento informativo muy interesante, ya sea por tener la visión de los hinchas y fuentes trascendentes como la aportación del ‘Loco’ Gatti, una de las figuras que más puede explicar sobre la tensión del duelo por excelencia del fútbol argentino.

El problema de las rivalidades entre los dos colosos del fútbol español es que, en las últimas temporadas, sobre todo durante la época de José Mourinho como entrenador blanco y de Pep Guardiola en el culé, la tensión ya fue creciendo hasta llegar a un punto donde cada duelo parecía una auténtica guerra. El conflicto político Catalunya-España también ha acrecentado aún más esto, y por eso no sorprende que la manera de plasmarse el análisis en la tertulia sea con este entretenimiento mal entendido.

Los aficionados quieren que haya alguien que hable por ellos, y en este caso algunos tertulianos han optado por apropiarse de este papel de representantes. Las discusiones son tan exageradas porque la tensión del duelo ha llegado a un punto tan alto que la pasión por los colores ya ha invadido todo el espacio en que antes la información y el debate sosegado tenían cabida.

De hecho, contar con tertulianos que han sido futbolistas, árbitros o técnicos permite conocer elementos y destacar detalles que desde la visión de un periodista se escapan, pues solo son perceptibles por quienes un día fueron protagonistas. Ya hemos hablado

del 'Loco' Gatti, pero también Javier Balboa, 'Lobo' Carrasco o Juanfe Sanz tienen, en tanto que exprofesionales del mundo del fútbol, la posibilidad de dar a conocer un conocimiento que sea imposible de explicar sin haber formado parte de él.

Los enfados exagerados, provocaciones y discusiones absurdas están ahí, y es lo que le resta credibilidad al programa, pero la capacidad de hacer bien las cosas cuando el fanatismo se deja aparte está, y debe, igual que se critica lo que no está bien, valorarse en su justa medida.

Pero el pasar del tiempo abre la puerta a nuevos proyectos, y YouTube ha permitido despegar a muchos de ellos, incluido 'Charlas de Fútbol', y animado empezar otros, como el 'Chiringuito Inside'. La plataforma de vídeos posibilita una mayor interacción con los comentarios y los *likes*, siendo más fácil crear una comunidad con un sentimiento de amistad o, incluso, familia, muy arraigado.

No es de extrañar que el planteamiento más calmado se asemeje tanto a una conversación o debate entre amigos, porque precisamente ese es su encanto. El fútbol es algo que se disfruta y vive en las gradas, en el bar o en casa con los amigos y familia, y los periodistas de 'Charlas', cuya relación es de amistad más que de socios o compañeros de trabajo, complementan una buena labor informativa con una opinión expresada de una manera tan natural como la que cada uno de nosotros podría dar a su grupo de toda la vida.

El lenguaje que estos utilizan es, aunque opinativo, mucho más mesurado que la tertulia de televisión, y la tranquilidad en los gestos es tan evidente como la naturalidad en caras o expresiones como "tío" o tratar temas íntimos para generar comedia, sin que resulte incómodo al saber que ellos son amigos que dan la sensación de que cada persona que les ve es una más del proyecto.

La audiencia no quiere ser lejana, y las redes sociales y la necesidad de construir nuevos relatos que tienen los programas sin derechos de emisión de los partidos les permiten participar mucho más que antes, ya sea de manera directa mediante entrevistas o desde la pantalla de su teléfono comentando, opinando y preguntando. El entretenimiento es próximo y transmite unas emociones, como las de los aficionados emocionados antes del Boca-River o el niño de Boca que consigue su camiseta firmada, que la información, desde la distancia, no puede.

Como dicen Bennet y Carrillo, este género posibilita, según como se plantee, marginar o empoderar a la audiencia, y parte del éxito de estos dos programas es tener claro que sin la gente que los mira y su participación es imposible tener el éxito que tendrían.

El periodismo tiene la labor y el deber de informar a la ciudadanía, y esto puede hacerse de muchas maneras sin que ninguna, por definición, sea mejor que la otra. Los hechos luego sí que hablarán, y, desde luego, mediante la promoción de la discusión sin sentido lo único que se logra es dar un espectáculo que deja en mal lugar a un género que ya su misma palabra, “infoentretenimiento”, muestra que es la suma, y no la superioridad de uno u otro, de dos elementos que se necesitan más de lo que parece.

Los expertos y especialistas opinarán, discutirán y no se pondrán de acuerdo, pero para bien o para mal el éxito obtenido obliga a darle cierto crédito a esta propuesta. Todo es equilibrio, y entender eso mejorará enormemente los contenidos de los programas deportivos, donde los colores de cada uno hacen hablar, a veces, más con el corazón que con la razón. Explicar y opinar con pasión, la pasión de comunicar lo que a X o Y persona le gusta. Dos palabras: informar y entretener. Una meta: periodismo deportivo de calidad. ¿Seremos algún día capaces? Seguro que sí, a fin de cuentas, pocas cosas nos gustan tanto como esto del fútbol.

6. Bibliografía

AGUILERA GARCÍA, I. C. (2019). *La cultura del humor televisivo: el infoentretenimiento español desde su utilidad para las audiencias*. Zer: Revista de Estudios de Comunicación (24: 47) 31-50. Disponible en: <https://www.ehu.eus/ojs/index.php/Zer/article/view/20705/19059>

ALEMANY, M. (2018). *Es pot fer periodisme a YouTube?* Capçalera, (179), 40-43. Disponible en: <https://www.raco.cat/index.php/Capcalera/article/viewFile/342031/433096>

ARROITA, Juan & CABRERA, Andrés & GONZÁLEZ, Guillermo [Charlas de Fútbol] (2017). *Esto es Charlas de Fútbol | Teaser*. Disponible en: <https://youtu.be/6gCqVCQ6nb4>

ARROITA, Juan & CABRERA, Andrés & GONZÁLEZ, Guillermo [Campeones] (2018). *Campeones en 2019: todas las novedades*. Disponible en: <https://youtu.be/BLZm5PfYbmU>

BARRERO MUÑOZ, J. (2009). *Periodismo deportivo: el espectáculo del espectáculo*. Tendencias del periodismo audiovisual en la era del espectáculo, 216-225. Disponible en:

<http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/34044/Barrero%20Mu%F1oz,%20Jos%E9.pdf?sequence=1>

BARRIOS RUBIO, A. (2016). *Narrativa periodística en la convergencia de medios*. Estudios sobre el Mensaje Periodístico (22) 163-176. Disponible en: <https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/bitstream/handle/20.500.12010/9350/5633.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

BERROCAL GONZALO, S., & REDONDO GARCÍA, M., & CAMPOS DOMÍNGUEZ, E. (2012). *Una aproximación al estudio del infoentretenimiento en Internet: origen, desarrollo y perspectivas futuras*. adComunica, (4) 63-79. Disponible en: <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/53439/69-118-1-PB.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

BERROCAL GONZALO, S., & REDONDO GARCÍA, M., & MARTÍN JIMÉNEZ, V., & CAMPOS DOMÍNGUEZ, E. (2014): *La presencia del infoentretenimiento en los canales generalistas de la TDT española*. Revista Latina de Comunicación Social (69) 85-103. Disponible en: http://www.revistalatinacs.org/069/paper/1002_UVa/RLCS_paper1002.pdf

DÍAZ-GUERRA, I (2019). *Maldini: "La gente piensa en periodismo deportivo y piensa en 'El Chiringuito', y eso es un problema grave"*. El Mundo. Disponible en: <https://www.elmundo.es/papel/lideres/2019/09/26/5d8b40b9fc6c83ad3d8b462b.html>

CARRILLO, N. (2013). *El periodismo volátil: ¿Cómo atrapar la información política que se nos escapa?*. Barcelona: Editorial UOC. Disponible en: https://cataleg.uab.cat/iii/encore/record/C__Rb1951848__SEI%20periodismo%20vol%C3%A1til__Orightresult__U__X7?lang=spi&suite=def

EDESA GARCÍA, M. (2014). *Los programas deportivos en televisión: la información como espectáculo*. Disponible en: http://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/5749/TFG_F_2014_5.pdf?sequence=1&isAllowed=y (TFG)

FERRÉ, P. C. (2014). *Infoentretenimiento: El formato imparable de la era del espectáculo*. Barcelona: Editorial UOC. Disponible en: https://cataleg.uab.cat/iii/encore/record/C__Rb1951856__SInfoentretenimiento%3A%20el%20formato%20imparable%20de%20la%20era%20del%20espect%C3%A1culo.__Orightresult__U__X4;jsessionid=3B1120A3BED353AD80065FF79CF8AFC0?lang=spi&suite=def

GARCÍA AVILÉS, J. A. (2007). *El infoentretenimiento en los informativos líderes de audiencia en la Unión Europea*. Anàlisi (35) 47-63. Disponible en: <http://dspace.umh.es/bitstream/11000/4557/1/22-infoentretenimiento%20garcia%20Avil%C3%A9s.pdf>

GARCÍA, M. R., & CAMPOS-DOMÍNGUEZ, E. (2015). *Implicaciones éticas del infoentretenimiento televisivo*. Comunicació: revista de recerca i d'anàlisi, 73-89. Disponible en: <https://www.raco.cat/index.php/Comunicacio/article/download/88491/385889>

GONZÁLEZ SÁNCHEZ, V. (2019). *Análisis comparativo de los magazines deportivos en radio y televisión: el caso de 'El Partidazo' de COPE y 'El Chiringuito de Jugones' de MEGA*. Disponible en: https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/39705/TFG_F_2019_50.pdf?sequence=1&isAllowed=y (TFG)

MUNDODEPORTIVO.COM (2017). *"El Chiringuito es una porquería"*. Mundo Deportivo. Disponible en: <https://www.mundodeportivo.com/futbol/fc-barcelona/20171030/432476954044/jose-maria-garcia-chiringuito-barcelona.html>

NEVADO, I. (2020): *La programación de La Sexta. De la variedad de contenidos al triunfo del infoshow. (2006 – 2010)*. Estudios sobre el Mensaje Periodístico 26 (2) 693-702. Disponible en: <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/download/67804/4564456553295>

ORTELLS BADENES, S. (2011). *La consolidación de los programas de infoentretenimiento en el panorama televisivo español*. Fòrum de recerca (16) 279-291. Disponible en: http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/77227/fr_2011_21.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ORTELLS BADENES, S. (2015). *Los nuevos actores de la información televisiva: ciudadanos y periodistas como protagonistas del infoentretenimiento*. Estudios sobre el Mensaje Periodístico. (21) 491-508. Disponible en: <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/153685/69481.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

PÉREZ, J. P. D. (2009). *Ensayo sobre la cuádruple espectacularidad del periodismo deportivo*. Razón y palabra, 14(69). Disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/ENSAYO%20SOBRE%20LA%20CUADRUPLE%20ESPECTACULARIDAD%20DEL%20PERIODISMO%20DEPORTIVO.pdf>

ROJAS-TORRIJOS, J. L. (2014). *Periodismo deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas de futuro*. Correspondencias & análisis, (4), 177-190. Disponible en: <http://ojs.correspondenciasy analisis.com/index.php/Journalcya/article/view/220>

ROJAS-TORRIJOS, J. L. (2015). *La creciente banalización de los contenidos deportivos*. Cuadernos de periodistas: revista de la Asociación de la Prensa de Madrid, 31, 48-56. Disponible en: http://www.cuadernosdeperiodistas.com/media/2016/03/48-56-ROJAS-TORRIJOSC_31-1.pdf

ROJAS-TORRIJOS, J. L. (2016). *Innovación en el periodismo deportivo: nuevos medios, formatos y narrativas*. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/301542073_Innovacion_en_el_periodismo_deportivo_nuevos_medios_formatos_y_narrativas

SALMERÓN GALVÁN, F. (2018). *Periodismo deportivo en YouTube, una nueva vía de comunicación: Campeones, David de las Heras y Rafael Escrig*. Disponible en: <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/80140> (TFG)

SANTAMARÍA, P. P. (2006). *Deporte en televisión: el pseudoperiodismo como espectáculo*. Estudios sobre el mensaje periodístico, 12, 185-193. Disponible en: <https://core.ac.uk/download/pdf/38814212.pdf>

SANTÍN, M., & ÁLVAREZ-MONZONCILLO, J. M. (2020). *YouTube en la prensa española: un modelo por definir*. El profesional de la información (29: 1) 1-14. Disponible en: http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2020/ene/santin-alvarez_es.pdf

7. Anexo

Cuadro 1

Fecha	Espectadores	Cuota (%)
Domingo, 22 de diciembre de 2019	200.000	3.8 %
Jueves, 19 de diciembre de 2019	200.000	3.2 %
Miércoles, 18 de diciembre de 2019	321.000	7 %
Martes, 17 de diciembre de 2019	210.000	4.6 %
Lunes, 16 de diciembre de 2019	177.000	3.4 %
Domingo, 15 de diciembre de 2019	198.000	3.8 %
Miércoles, 11 de diciembre de 2019	211.000	3.7 %
Martes, 10 de diciembre de 2019	179.000	3.9 %
Lunes, 9 de diciembre de 2019	166.000	3.3 %
Domingo, 8 de diciembre de 2019	181.000	3.2 %
Jueves, 5 de diciembre de 2019	145.000	2.3 %

Cuadro 2

		
RESUMEN AUDIENCIAS AUDIENCIAS PROGRAMAS NOTICIAS PARRILLA PROGRAMAS		
Share 2/01/20	Share acumulado enero	Share diciembre
1.4%	1.5%	1.5%

Vídeos

Charlas de Fútbol

Vuelta de la Final Copa Libertadores River Plate – Boca Juniors

- *¿Qué ha pasado en el River vs Boca?* (25-11-18) Disponible en: <https://youtu.be/KmDkS9m3Q7U>
- *Fans reaccionando al River-Boca del Bernabéu* (10/12/18) Disponible en: https://youtu.be/AGBX464j_FE
- *Vivimos el River vs Boca | Final histórica en Madrid* (10/12/18) Disponible en: <https://youtu.be/Awkjq6EIUTQ>

Zidane regresa como entrenador del Real Madrid

- *[Oficial] Zidane vuelve al Real Madrid | ¿Es el adecuado?* (11/3/19) Disponible en: <https://youtu.be/1aMAB5WldLc>
- *Reaccionamos al posible 11 del Real Madrid según The Sun* (13/3/19) Disponible en: https://youtu.be/M_QpvmuoqtQ

Eliminación del Barça en la Champions League frente al Liverpool

- *¡Remontada histórica en la Champions! | Liverpool 4-0 Barcelona* (7/5/19) Disponible en: <https://youtu.be/HL2jAsictlA>

Entrega del Balón de Oro

- *¿Ganará Messi el Balón de Oro? | ¿Qué le pasa al Atleti?* (2/12/19) Del 1:30 al 2:18. Disponible en: <https://youtu.be/58Q1099mcqs>
- *Messi gana su sexto Balón de Oro* (2/12/19) Disponible en: <https://youtu.be/hjJSIDFDNfM>
- *YouTube da su Balón de Oro 2019 | DjMariio, Cacho01, La Media Inglesa...* (4/12/19) Disponible en: <https://youtu.be/KdWAVRze8a8>

Clásico Barça – Real Madrid

- *¿Quién llega mejor al Clásico? | Hat-trick histórico de Joaquín* (9/12/19) Del 8:45 al 9:22. Disponible en: <https://youtu.be/oUEbGkl9VWY>
- *El mejor y el peor de El Clásico | ¿Quién mereció ganar?* (19/12/19) Disponible en: <https://youtu.be/0vRLCF0Kcdg>

El Chiringuito de Jugones

Vuelta de la Final Copa Libertadores River Plate – Boca Juniors

- *Gatti: "Nos amenazaban con secuestrar a nuestros hijos si no ganábamos"* (27-11-18) Disponible en: <https://youtu.be/sp9f-3cdi0o>

- *Josep Pedrerol: "Me entristece que todos los argentinos de bien paguen por los violentos"* (30-11-18) Disponible en: https://mega.atresmedia.com/programas/el-chiringuito-de-jugones/josep-pedrerol-me-entristece-que-todos-los-argentinos-de-bien-paguen-por-los-violentos_201811305c0093a90cf21af430135123.html
- *La historia de Rocío y su hijo Santiago, aficionados de Boca, que alcanzan su sueño* (6-12-18) Disponible en: <https://youtu.be/u13h4A9bt3A>
- *José Monteleone, abogado de Di Zeo, líder de la Barra de Boca: "No va a viajar a España"* (7-12-18) Disponible en: https://mega.atresmedia.com/programas/el-chiringuito-de-jugones/jose-monteleone-abogado-del-lider-de-la-barra-de-boca-di-zeo_201812075c09ca280cf21af4301d66a6.html
- *Gatti: "Estoy orgulloso de todos los argentinos y cómo se comportaron"* (10-12-18) Disponible en: https://mega.atresmedia.com/programas/el-chiringuito-de-jugones/gatti-estoy-orgulloso-de-todos-los-argentinos-y-como_201812105c0dc6e60cf21af4302229fb.html
- *Las historias que dejó el River - Boca en los alrededores del Bernabéu* (11-12-18) Disponible en: https://youtu.be/k_QaQhfOhGQ
- *Las aficiones de River Plate y Boca Juniors 'se rinden' al 'Loco' Gatti* (13-12-18) Disponible en: https://mega.atresmedia.com/programas/el-chiringuito-de-jugones/las-aficiones-de-boca-juniors-y-river-plate-se-rinden-a_201812135c11bc1a0cf24a25adc44f4c.html

Zidane regresa como entrenador del Real Madrid

- *Edu Aguirre: "James Rodríguez no volverá al Real Madrid con Zidane de entrenador"* (11-3-19) Disponible en: https://youtu.be/PhEm_qJXAkM
- *Inda desvela la lista de fichajes que ha pedido Zidane* (11-3-19) Disponible en: https://youtu.be/dUmG_EJiaSQ
- *Vuelve el campeón. El ídolo admirado. Vuelve Zidane* (12-3-19) Disponible en: <https://youtu.be/Pn-tR-sm9Qg>
- *Edu Aguirre "Cristiano está muy bien en Turín pero sabe que nunca estará en un club tan grande como el Real Madrid"* (12-3-19) Disponible en: https://mega.atresmedia.com/programas/el-chiringuito-de-jugones/enrique-cerezo_201903125c8707970cf237544c4a3c4e.html
- *Mourinho rompe su silencio tras la elección de Zidane* (13-3-19) Disponible en: <https://youtu.be/YayAUyy8IAo>
- *El madridismo se entrega a Zidane en la puerta 55 tras el triunfo del Real Madrid* (18-3-19) Disponible en: <https://mega.atresmedia.com/programas/el-chiringuito->

de-jugones/el-madridismo-se-entrega-a-zidane_201903185c8eee000cf26770b244a49e.html

- *Los tertulianos de El Chiringuito se 'mojan' sobre quiénes seguirán y quiénes no este verano* (18-3-19) Disponible en: https://mega.atresmedia.com/programas/el-chiringuito-de-jugones/los-tertulianos-se-mojan-y-dicen_201903185c8efa1f0cf240505a96578f.html

Eliminación del Barça en la Champions League frente al Liverpool

- *Pedrerol: "El Barça no es un equipo ganador...me da mucha pena"* (8-5-19) Disponible en: <https://youtu.be/EUnjnBrZA8g>
- *Roncero: "¿Lo habéis visto? ¡Leo! ¡Leo! ¿Dónde está 'Dios'?"* (8-5-19) Disponible en: https://mega.atresmedia.com/programas/el-chiringuito-de-jugones/roncero_201905085cd221560cf21799f3dc2a0e.html
- *Cristóbal Soria: "¡Minuto 80! ¡No me lo puedo creer!"* (8-5-19) Disponible en: https://mega.atresmedia.com/programas/el-chiringuito-de-jugones/cristobal-soria_201905085cd224860cf2169830672e46.html
- *Quim Domènech: "Espero que Valverde no siga en el Barça"* (8-5-19) Disponible en: https://mega.atresmedia.com/programas/el-chiringuito-de-jugones/quim-domenech-espero-que-valverde-no-siga-en-el-barca_201905085cd2265e0cf209c3707233fd.html
- *Juanma Rodríguez recrea las actuaciones de Messi con el 'Hattrickín'* (8-5-19) Disponible en: <https://youtu.be/NPy6U7nAvtl>
- *La nueva canción de Alfredo Duro: "Igual que Aytekin al PSG, el Liverpool manda al Barça al carrer"* (9-5-19) Disponible en: https://mega.atresmedia.com/programas/el-chiringuito-de-jugones/la-nueva-cancion-de-alfredo-duro-igual-que-aytekin-al-psg-el-liverpool-manda-al-barca-al-carrer_201905095cd370a60cf2f0bb1f111629.html
- *Brutal repercusión de la exclusiva de Josep Pedrerol sobre Koeman en 'Jugones'* (10-5-19) Disponible en: https://mega.atresmedia.com/programas/el-chiringuito-de-jugones/brutal-repercusion-de-la-exclusiva-de-josep-pedrerol-sobre-koeman-en-jugones_201905105cd4c2660cf26b6ffc68c73f.html
- *Quim Domènech: "Que un madridista diga que ya no hay crisis por la eliminación del Barça es un complejo brutal"* (10-5-19) Disponible en: https://mega.atresmedia.com/programas/el-chiringuito-de-jugones/quim-domenech_201905105cd4b7bf0cf2535c40d2de81.html
- *Juanma Rodríguez: "He visto 1000 veces lo de 'mi' Alexander Arnorld...es el momento deportivo del SXXI"* (13-5-19) Disponible en:

https://mega.atresmedia.com/programas/el-chiringuito-de-jugones/juanma-rodriguez-he-visto-1000-veces_201905135cd8b1b30cf2feaf95d14733.html

- *Quim Domènech: "Algunos pesos pesados del Barcelona han criticado el liderazgo de Messi y Suárez"* (15-5-19) Disponible en: https://mega.atresmedia.com/programas/el-chiringuito-de-jugones/quim-domenech-algunos-pesos-pesados-del-barcelona_201905155cdb56160cf2feaf95d492c2.html
- *Edu Aguirre: "Lo del Barça es uno de los mayores ridículos de la historia del fútbol"* (26-5-19) Disponible en: <https://youtu.be/1W9eOeSUXCc>

Entrega del Balón de Oro

- *¿Quién debe ganar el Balón de Oro?* (29-11-19) Disponible en: https://mega.atresmedia.com/programas/el-chiringuito-de-jugones/quien-debe-ganar-el-balon-de-oro_201911295de140300cf279d61ab853b0.html
- *Messi avisa con su retirada... tras ganar el Balón de Oro* (3-12-19) Disponible en: https://mega.atresmedia.com/programas/el-chiringuito-de-jugones/messi-avisa-con-su-retirada-tras-ganar-el-balon-de-oro_201912035de5c3c60cf26cbccb7b522a.html
- *Soria protagoniza la metedura de pata más salvaje de El Chiringuito* (3-12-19) Disponible en: <https://youtu.be/QzmNKqH1t70>
- *¿Ha terminado la rivalidad Messi - Cristiano?* (3-12-19) Disponible en: <https://youtu.be/4KihUQNAviw>
- *La emoción de Messi tras ganar su sexto Balón de Oro* (4-12-19) Disponible en: <https://youtu.be/prOAXG-AU7w>
- *¿Messi ganó el Balón de Oro por solo 7 puntos de diferencia!* (4-12-19) Disponible en: https://mega.atresmedia.com/programas/el-chiringuito-de-jugones/messi-gano-el-balon-de-oro-por-solo-7-puntos-de-diferencia_201912045de6f8160cf255871f1c3afd.html

Clásico Barça – Real Madrid

- *Pedrerol: "¿Os imagináis la imagen que daríamos si no se pudiera jugar el Clásico?"* (5-12-19) Disponible en: <https://youtu.be/wWWM3xbZIQE>
- *Soria 'estalla': "El Barça humillará al Madrid en el Clásico"* (8-12-19) Disponible en: <https://youtu.be/7wytbby4csg>
- *La reflexión de Pedrerol sobre el Clásico y la situación en Catalunya* (9-12-19) Disponible en: <https://youtu.be/IXLeq0PjMAk>

- *Pedrerol: "Que pongan una pancarta de 'Bartomeu dimisión', a ver cuánto dura..."* (10-12-19) Disponible en: https://youtu.be/MkJ8ijoZw_4
- *El Clásico, al límite* (13-12-19) Disponible en: <https://youtu.be/UYLQup69s1E>
- *Pedrerol: "Si salta alguien al campo o hay pelotitas, Bartomeu tiene que dimitir"* (17-12-19) Disponible en: <https://youtu.be/2OYul7zuDj8>
- *Juanfe hace 'estallar' a Buyo en El Chiringuito* (17-12-19) Disponible en: <https://youtu.be/tVRrLdSLViU>
- Programa completo (18-12-19)
- *"El árbitro del Clásico no está tranquilo", exclusiva de Juanfe Sanz* (19-12-19) Disponible en: <https://youtu.be/dEfOhcL3NHs>

Fichas

Charlas de Fútbol

Vuelta de la Final Copa Libertadores River Plate – Boca Juniors

Número de ficha	1
Programa	Charlas de Fútbol
Evento	Copa Libertadores
Fecha	25-11-18
Temas	Las razones de la suspensión del duelo entre River Plate y Boca Juniors
Personas que intervienen	Presentador: Juan Arroita → rol principal Tertulianos: Diego Campoy → Tecnicismos (artículo 18 de la Conmebol) Ambos, a medida que avanza el vídeo, expresan opinión. Aficionados: Declaraciones de un aficionado de River
Participación audiencia	Comentarios y likes
Léxico	Informativo y opinativo, presentación cronológica
Gesticulación	Seria, de acompañamiento y sin intención de destacar. Más contundente con expresiones tajantes, especialmente opinativas.
Elementos no verbales	Juan porta un bolígrafo, señal de información, de haber tomado apuntes. Están rectos y de pie, seriedad.

Música y efectos de sonido	De fondo, acompañamiento / introducción de imágenes o tweets
Movimientos de cámara	La cámara empieza en un plano medio, pero va cerrándose hasta primer plano cada vez que se dice una afirmación tajante o se expresa una opinión
Efectos de postproducción *	Se incluyen imágenes y vídeos que ayudan a entender mejor lo acontecido (trofeo, Pablo Pérez herido, hinchas apedreando el autobús de Boca o Rodolfo D'Onofrio huyendo) y tweets de personalidades que opinan (Miguel Ángel Román, Conmebol, River Plate...). Entrada y final con el logo.
Observaciones	Se presentan antecedentes, como el incidente con el autobús del Borussia Dortmund antes del duelo ante el Mónaco o el gas pimienta de River. Ausencia de bromas, seriedad máxima.

Número de ficha	2
Programa	Charlas de Fútbol
Evento	Copa Libertadores
Fecha	10-12-18
Temas	Como los periodistas de Charlas de Fútbol y los aficionados de ambos equipos viven el partido antes, durante y después
Personas que intervienen	Presentador: Juan Arroita (también entrevistador y con los aficionados de Boca) Tertulianos: Guillermo González (entrevistador) Diego Campoy (aficionados River) Aficionados: Declaraciones de aficionados de Boca y River Plate, algunos más relejados y otros contundentes o incluso opinando casi de manera desmesurada y alterados
Participación audiencia	Comentarios y likes
Léxico	Preguntas para que los aficionados opinen. Dentro del campo explicación del evento para ubicar al espectador. Comentarios de las jugadas destacadas
Gesticulación	No presente ni tiene importancia. En el estadio se juega con los gestos para transmitir lo que el ruido no permite que se escuche (EJ: increíble)
Elementos no verbales	Seriedad a la hora de preguntar, algo que se reduce cuando declara Toni. Sonrisa y miradas a cámara al preguntar sobre si se quieren mandar

	declaraciones al presidente de la Conmebol. Durante el encuentro reacción a las jugadas (sorpresa, emoción...)
Música y efectos de sonido	Nula en la previa se deja el sonido de ambiente de la calle, ya durante y después se añade una música épica, de emoción y una más tensa justo antes de empezar el duelo / De sorpresa cuando aparece Toniemcee
Movimientos de cámara	Medios para que se vea a entrevistador y aficionados, aunque primero cuando estos se expresan de manera más contundente. En el vídeo del partido centrada en aficionados que destacan, los más vehementes, en las banderas, las colas → transmitir el ambiente, tanto fuera como dentro del estadio
Efectos de postproducción *	Se subtitulan las declaraciones por si no se escuchan bien y facilitar la comprensión. Entrada y final con el logo
Observaciones	Están presentes las dos aficiones. La aparición de Toni, con quien Juan participa en el proyecto de Mambo FC, evidentemente no es casualidad. Al final, conclusiones de Juan y Diego juntos.

Zidane regresa como entrenador del Real Madrid

Número de ficha	3
Programa	Charlas de Fútbol
Evento	Regreso de Zidane al Madrid
Fecha	11-3-19
Temas	La opinión de los periodistas de Charlas al regreso de Zidane como entrenador del Real Madrid
Personas que intervienen	Presentador: Juan Arroita Tertulianos: Diego Campoy Aunque el rol se va alternando Aficionados:
Participación audiencia	Comentarios y likes. Se anima a la audiencia a comentar y opinar
Léxico	Información, opinión y análisis. Al final Diego realiza una imitación de Zidane
Gesticulación	Dinámica, gestos ágiles y contundentes

Elementos no verbales	De pie, pero apoyándose por momentos en la mesa, lo que muestra una conversa relajada. Se termina con Juan mirando a cámara con cara de incompreensión tras la salida de plano de Diego.
Música y efectos de sonido	Música de acompañamiento de fondo, la clásica melodía que usan en sus vídeos / antes de introducir datos
Movimientos de cámara	La cámara empieza en un plano medio, pero va cerrándose hasta primer plano cada vez que se dice una afirmación tajante o se expresa una opinión. Al liarse Juan la cámara va haciendo zoom hasta ser un primer plano, a modo de comedia
Efectos de postproducción *	Se aportan carteles con datos relevantes, como la duración del contrato de Zidane, la intención de Florentino Pérez o fotografías de Zidane o Solari. Se añade también un cartel con las redes sociales del programa. Entrada y final con el logo
Observaciones	En un momento dado se menciona que, respecto a un tema, ya han hecho un vídeo, el cual se presenta en la esquina superior derecha a modo de ventanita. Se presenta un fragmento del vídeo anterior que han subido, en este caso unas preguntas a aficionados del Atlético de Madrid

Número de ficha	4
Programa	Charlas de Fútbol
Evento	Regreso de Zidane al Madrid
Fecha	13-3-19
Temas	Reacción al inverosímil once del Madrid publicado por 'The Sun'
Personas que intervienen	Presentador: Guillermo González Tertulianos: Diego Campoy Van alternando Aficionados:
Participación audiencia	Comentarios y likes. Se anima a la audiencia a dar me gusta, comentar, se insiste en esto, y activar la campanita de YouTube.
Léxico	Al tratarse de un tema que ellos mismos definen como "locura" por ser imposible el tono del vídeo es cómico, con mucha opinión y humor. Expresiones contundentes como "oye macho, acuéstate y suda", "agárrate a la mesa", "te pega un viaje que flipas", "me jugaría una mano", "uno más

	que yo el desgraciado”. Diego realiza una breve imitación de Zidane. Conversación entre amigos, uso del “tío”.
Gesticulación	Como el tono, exagerado, para demostrar como es la información analizada, aunque también relajado al ser un tema periodísticamente poco relevante.
Elementos no verbales	Caras de desaprobación cuando se explica que ‘The Sun’ se basa en el clickbait
Música y efectos de sonido	La típica melodía del canal, aunque con el problema del foco se añade una música de circunstancias con intención cómica / Efecto de una cámara a velocidad rápida.
Movimientos de cámara	La cámara empieza en un plano medio, pero va cerrándose hasta primer plano cada vez que se dice una afirmación tajante o se expresa una opinión. Juego para crear comedia con las risas.
Efectos de postproducción *	Se añaden unos carteles tanto con las redes sociales del proyecto como con el nombre de los dos periodistas y su Twitter personal. Imágenes de los jugadores que se mencionan o portadas de ‘The Sun’. Se pasa rápido el momento en que arreglan un foco que se ha apagado. Se añade una fotografía de la alineación del medio sobre el campo. Se subtitulan expresiones tajantes como “Clickbait de manual” o “irreal”. Entrada y final con el logo
Observaciones	Al principio se contextualiza sobre ‘The Sun’, un medio conocido por su sensacionalismo. Se hace comedia con el error en el nombre de “Carvajal → CarvaHal”. Se añade un fragmento de un vídeo ya subido anteriormente.

Eliminación del Barça en la Champions League frente al Liverpool

Número de ficha	5
Programa	Charlas de Fútbol
Evento	Liverpool-Barça
Fecha	7-5-19
Temas	Análisis de la derrota del Barça por 4-0 en Anfield
Personas que intervienen	Presentador: Juan Arroita → Insistencia en que la opinión de los tertulianos no se contradiga con lo dicho en ocasiones anteriores Tertulianos: Andrés Cabrera y Guillermo González Aficionados:

Participación audiencia	Likes y comentarios. Se dirigen a la audiencia, incluso mandando un beso.
Léxico	Opinión, muestra sorpresa e incredulidad. También análisis de lo sucedido. Tono relajado al analizar, aunque con un evidente tono de sorpresa al dar la opinión. Uso de expresiones cotidianas como “tío”.
Gesticulación	Gestos para expresar lo increíble del resultado. Más vehemente cuando la opinión no concuerda.
Elementos no verbales	Caras de sorpresa, sonrisas de no entender que ha sucedido.
Música y efectos de sonido	Melodía típica de fondo
Movimientos de cámara	La cámara empieza en un plano medio, pero va cerrándose hasta primer plano cada vez que se dice una afirmación tajante o se expresa una opinión.
Efectos de postproducción *	Entrada y final con el logo, panel con las redes sociales del proyecto y de cada periodista. Presencia de los escudos, fotografías de los jugadores, alineaciones... Paneles con datos de las finales a las que ha llegado al Liverpool
Observaciones	Se compara la derrota con la del curso pasado ante la Roma. Se aprovecha para hacer un breve pronóstico del duelo Tottenham-Ajax que se juega al día siguiente.

Entrega del Balón de Oro

Número de ficha	6
Programa	Charlas de Fútbol
Evento	Entrega del Balón de Oro
Fecha	2-12-19
Temas	Opinión sobre el ganador del Balón de Oro, en este caso Leo Messi
Personas que intervienen	Presentador: Guillermo González Tertulianos: Bárbara Quesada y Juan Arroita Aficionados:
Participación audiencia	Likes, comentarios y vía Twitter para dejar sus preguntas. Se les pide la participación para comentar la manera más adecuada de pronunciar De Vrij y cuantos balones de oro puede conseguir Messi antes de retirarse y quien

	dominará en los próximos años el fútbol mundial. Se promete un vídeo “muy chulo”
Léxico	Opinión, pronóstico del ganador (Bárabara) y análisis de la gala. Amistoso, expresiones como “me estoy quedando calvo”, “y te puedo decir los catorce”. Risa vehemente si algo les parece gracioso, conversa de bar, aunque sin perder la intención de informar
Gesticulación	Calmada, al estar sentados hay menos gesticulación. Apoyo en la parte de arriba del sofá
Elementos no verbales	Sentados, relajación
Música y efectos de sonido	Melodía con guitarra al final, no es la habitual / Sonido de “que dices” con la fotografía de Neuer
Movimientos de cámara	La cámara empieza en un plano medio, pero va cerrándose hasta primer plano cada vez que se dice una afirmación tajante o se expresa una opinión.
Efectos de postproducción *	Entrada y final con el logo, panel con las redes sociales del proyecto y de cada periodista. Se añaden imágenes de la gala. Imagen en blanco y negro cuando se salen del tema para hablar de Yashin. Fotografía distorsionada de Neuer. Se presenta un fragmento del próximo vídeo, donde aparecen hablando youtubers como Papi Gavi, DjMariio, Spursito, Cacho01 o ElevenFC
Observaciones	Se habla de todos los premios de la gala. Se aprovecha para decir que se tiene una idea para otro vídeo (dos veces) e incluso iniciar brevemente un debate sobre los balones de oro antiguos.

Número de ficha	7
Programa	Charlas de Fútbol
Evento	Entrega del Balón de Oro
Fecha	4-12-19
Temas	Colaboración con otros canales de YouTube donde estos dicen a quien le habrían dado el Balón de Oro
Personas que intervienen	Presentador: Juan Arroita Tertulianos: Guillermo González y Diego Campoy Aficionados: youtubers de la comunidad de FIFA o análisis futbolístico (Papi Gavi, DjMariio, Spursito, Cacho01 ElevenFC...)

Participación audiencia	Comentarios y likes
Léxico	Tono desenfadado, bromas. Al no ser un vídeo de gran contenido informativo el lenguaje es incluso más familiar que de costumbre. Se analizan los votos de cada youtuber, con más comedia en algunos casos, aunque se intenta mantener como si fuera una gala real.
Gesticulación	Calmada
Elementos no verbales	Vestimenta más formal que de costumbre al tratarse de una “gala”
Música y efectos de sonido	Introducción con la música de “Snatch, cerdos y diamantes”, la cual vuelve a aparecer más adelante. Electrónica antes de desvelar el ganador, explota el drop cuando se menciona. Melodía alegre de despedida, no es la habitual / efecto de fiesta cuando sale Messi
Movimientos de cámara	La cámara empieza en un plano medio, pero va cerrándose hasta primer plano cada vez que se dice una afirmación tajante o se expresa una opinión
Efectos de postproducción *	Entrada y final con el logo, panel con las redes sociales del proyecto y de cada periodista. Carteles con datos relevantes. Se parte la pantalla cuando se muestra el vídeo de cada youtuber, quedando a la derecha los periodistas y a la izquierda el vídeo al que reaccionan, además debajo de los periodistas se muestra la puntuación y los jugadores que se mencionan. Se añade una clasificación para ver que jugador es el más votado. Confeti cuando se anuncia al ganador.
Observaciones	Hay dos tiestos en la mesa

Clásico Barça – Real Madrid

Número de ficha	8
Programa	Charlas de Fútbol
Evento	Clásico Barça-Madrid
Fecha	19-12-19
Temas	Análisis del partido disputado entre Barça y Madrid en el Camp Nou
Personas que intervienen	Presentador: Diego Campoy y Juan Arroita Tertulianos: Guillermo González Aficionados:
Participación audiencia	Likes, comentarios y vía Twitter para dejar sus preguntas. Se insiste en que la gente se suscriba y se active la campanita.

Léxico	Información y opinión. Se presentan numerosos datos estadísticos, como los años que hacía que Barça-Madrid no acababa 0-0 o el record de Ramos de clásicos jugados. En todos los casos se citan las fuentes.
Gesticulación	Relajada, sentados
Elementos no verbales	Con un brazo apoyado en la parte de arriba del sofá.
Música y efectos de sonido	De fondo, dinámica, aunque a un volumen bastante bajo. Se trata de la melodía de la presentación de personajes de “Snatch, cerdos y diamantes”. Melodía de guitarra para terminar, no es la habitual.
Movimientos de cámara	La cámara empieza en un plano medio, pero va cerrándose hasta primer plano cada vez que se dice una afirmación tajante o se expresa una opinión
Efectos de postproducción *	Se presentan tweets con datos relevantes o imágenes del duelo. Imagen en blanco y negro cuando se salen del tema para hablar de que estaba haciendo cada uno en 2002, lo que deriva en una conversa sobre la masturbación, aunque sin mencionarlo como tal. Se añade un vídeo de Diego Campoy desde Qatar tras el Monterrey-Liverpool resumiendo el duelo.
Observaciones	Se aprovecha para hablar ligeramente del Mundial de Clubes, donde está Diego Campoy como enviado. También se hace promoción del vídeo presente en el canal de YouTube de Guillermo González, relacionado también con el clásico.

El Chiringuito de Jugones

Vuelta de la Final Copa Libertadores River Plate – Boca Juniors

Número de ficha	1
Programa	El Chiringuito
Evento	Copa Libertadores
Fecha	27-11-18 / 10-12-18
Temas	Anécdotas del ‘Loco’ Gatti, ex jugador de Boca y River / Opinión del ‘Loco’ Gatti sobre el comportamiento de las aficiones
Personas que intervienen	Presentador: Josep Pedrerol Tertulianos: ‘Loco’ Gatti Aficionados:

Participación audiencia	Comentarios vía Twitter mediante el hashtag #ElChiringuitoDeMega hablando del programa, partido, tertulianos...
Léxico	Preguntas de Pedrerol a Gatti sobre la suspensión del partido y sobre su experiencia como exjugador. Experiencias personales del exportero.
Gesticulación	Tranquila, más exaltada cuando se habla del vino durante la temporada
Elementos no verbales	
Música y efectos de sonido	Ligermanete de fondo música tensa
Movimientos de cámara	Plano media que pasa a primer plano y se mantiene durante la explicación de Gatti. Pantalla partida junto con vídeos de los disturbios / afición acudiendo al Bernabéu, también se añade de vez en cuando una tercera con Josep Pedrerol. Plano donde se ve a los dos en una sola pantalla.
Efectos de postproducción *	
Observaciones	Se aprovecha la experiencia de alguien que ha vivido la tensión propia del River-Boca. Se mantiene un cartel donde consta "El lío Boca-River. El sentimiento argentino". Cartel en movimiento abajo avisando de una noticia próxima sobre el futuro de Neymar.

Número de ficha	2
Programa	El Chiringuito
Evento	Copa Libertadores
Fecha	30-11-18
Temas	Reflexión de Josep Pedrerol sobre la suspensión del partido
Personas que intervienen	Presentador: Josep Pedrerol Tertulianos: Edwin Congo, Rocío Martínez, Jorge D'Alessandro Aficionados:
Participación audiencia	Comentarios vía Twitter mediante el hashtag #MegaChiringuito hablando del programa, partido, tertulianos...
Léxico	Pederol levanta la voz cuando defiende el derecho de la gente a disfrutar del fútbol. Lenguaje calificativo: "argentinos de bien", "malos". Pedrerol

	habla y opina, cortando incluso pequeñas intervenciones de los tertulianos durante su reflexión
Gesticulación	Gesticulación tranquila, exaltada al referirse a la gente. D'Alessandro, triste, se tapa la cara
Elementos no verbales	D'Alessandro se tapa la cara
Música y efectos de sonido	Ligeramente de fondo música tensa
Movimientos de cámara	Pantalla partida en tres, con Pedrerol en medio. Al hablar de D'Alessandro se le enfoca a él, luego Pedrerol solo en PM, el cual se mantiene salvo unos segundos de PG
Efectos de postproducción *	
Observaciones	Cartel en movimiento abajo avisando de un análisis próximo sobre la situación de Isco y unas declaraciones de Piqué

Número de ficha	3
Programa	El Chiringuito
Evento	Copa Libertadores
Fecha	6-12-18
Temas	Historia de una madre y su hijo, seguidores de Boca, que están en Madrid para ver la final
Personas que intervienen	Presentador: Josep Pedrerol Tertulianos: Alex Silvestre (conexión en directo) Aficionados:
Participación audiencia	Comentarios vía Twitter mediante el hashtag #megaChiringuito hablando del programa, partido, tertulianos...
Léxico	"Una bonita historia", "es su sueño" se avanza el contenido emocional. Madre: "Tienes frío?" "Gracias, que emoción". La madre al final agradece al periodista haberlo hecho posible. Se busca la declaración del niño diciendo que está contento
Gesticulación	

Elementos no verbales	Sonrisa constante del entrevistador, generar dulzura
Música y efectos de sonido	Un fondo de piano, relajante y sentimental. Se mantiene durante el vídeo incluso en PP durante un buen rato.
Movimientos de cámara	Pantalla partida Pedrerol-Silvestre. Luego se mete el vídeo con la familia argentina. Durante el vídeo primeros planos del niño y de la madre.
Efectos de postproducción *	Al final se baja la velocidad del vídeo
Observaciones	Cartel con declaraciones de la madre “queremos que alguien de Boca nos firme la camiseta”

Número de ficha	4
Programa	El Chiringuito
Evento	Copa Libertadores
Fecha	7-12-18
Temas	Entrevista a José Monteleone, abogado del líder de las barras bravas de Boca
Personas que intervienen	Presentador: Josep Pedrerol Entrevistado: José Monteleone
Participación audiencia	
Léxico	Preguntas de Pedrerol sobre Di Zeo. Se mencionan las causas abiertas que tiene Di Zeo, se busca presionar al abogado. Pedrerol: “Tiene un historial que invita a pensar que no será un angelito en las calles de Madrid”. Se pregunta al abogado si, tras la reunión con Di Zeo, existe la posibilidad de volver a llamarlo para conocer que se ha dicho (el abogado se niega excusandose)
Gesticulación	
Elementos no verbales	El periodista que comenta los datos le da la espalda a la audiencia leyendo los datos
Música y efectos de sonido	De fondo música tensa

Movimientos de cámara	Pantalla partida Pedrerol-Monteleone, incluso se añade una tercera en medio con vídeos de los disturbios señalando a Di Zeo. Cuando habla Monteleone se saca la pantalla de Pedrerol. Se enfoca al periodista que explica los datos de Di Zeo en PG para que se vea la pantalla de atrás con estos escritos
Efectos de postproducción *	
Observaciones	Cartel con las declaraciones más destacadas del abogado

Número de ficha	5
Programa	El Chiringuito
Evento	Copa Libertadores
Fecha	11-12-18 / 13-12-18
Temas	Historias y declaraciones de los aficionados antes, durante y después del partido
Personas que intervienen	Presentador: Josep Pedrerol Tertulianos: Marcos Benito, "Loco" Gatti Aficionados: De Boca y River
Participación audiencia	Comentarios vía Twitter mediante el hashtag #megaChiringuito hablando del programa, partido, tertulianos...
Léxico	Marcos: "Historias alegres, tristes, sueños cumplidos y rotos" "hay gente que se gastó todo lo que tenía" → Se busca ese lado sentimental para enganchar a la audiencia. Preguntas enfocadas a conocer las historias de la gente que no ha podido entrar. Aficionados llorando, dedicando la victoria, abrazos con el periodista... "Pero que lección" dice una de las tertulianas. / Experiencias personales del 'Loco'
Gesticulación	Aplausos de los tertulianos al acabar el vídeo
Elementos no verbales	PP de D'Alessandro, visiblemente emocionado / PP del 'Loco', quien sonríe y se busca emocionarlo, también afirma o niega
Música y efectos de sonido	Se pasa de una música dinámica a un piano cuando Marcos empieza a hablar del tipo de historias de los aficionados. Se añade una guitarra durante el vídeo / Piano cuando acaba el vídeo
Movimientos de cámara	PM / Pantalla partida 'Loco'-aficionados

Efectos de postproducción *	Se censura la palabra “mierda” con un pitido
Observaciones	Durante el vídeo se escucha la radio argentina narrando el encuentro mientras la cámara graba el exterior del estadio. Al no poder grabar nada del partido se busca el relato de los aficionados. Se busca tocar fibra, emocionar

Zidane regresa como entrenador del Real Madrid

Número de ficha	6
Programa	El Chiringuito
Evento	Vuelta de Zidane
Fecha	11-3-19 / 12-3-19
Temas	Análisis de Edu Aguirre sobre la vuelta de Zidane y sus consecuencias de cara al futuro de la plantilla madridista
Personas que intervienen	Presentador: Josep Pedrerol Tertulianos: Edu Aguirre (conexión en directo) Aficionados:
Participación audiencia	Comentarios vía Twitter mediante el hashtag #ElChiringuitoDeMega hablando del programa, partido, tertulianos...
Léxico	Aguirre no desvela el jugador del que habla, sino que explica que “hay un jugador que...” antes de dar su nombre
Gesticulación	Signos de afirmación en los tertulianos
Elementos no verbales	
Música y efectos de sonido	Música tensa / Efecto cuando reconoce no saber si cristiano ha felicitado a Zidane
Movimientos de cámara	Pantalla partida Pedrerol-Aguirre, la de Aguirre se mantiene (con un plano más cerrado), y la otra enfoca a los otros tertulianos en PP
Efectos de postproducción *	

Observaciones	Se da información, en algunos casos obtenible solo si se vive el día al día de un vestuario, aunque no se dice como se sabe todo esto que se menciona
---------------	---

Número de ficha	7
Programa	El Chiringuito
Evento	Vuelta de Zidane
Fecha	11-3-19
Temas	Eduardo Inda desvela la supuesta lista de peticiones de fichajes que ha hecho Zidane
Personas que intervienen	Presentador: Josep Pedrerol Tertulianos: Eduardo Inda Aficionados:
Participación audiencia	
Léxico	Quim Domènech hace burla diciendo "Real Madrid" con acento francés. Cuando Pedrerol dice que luego se harán cuentas de todo se escucha un "buuuuu". Inda: "A mi me dicen..." (no dice quien)
Gesticulación	Vehemente de Inda cuando hace una afirmación
Elementos no verbales	Pedrerol, cara de poco convencimiento con algún nombre o dato
Música y efectos de sonido	Música tensa
Movimientos de cámara	Plano general que se cierra para pasar a PP de Inda
Efectos de postproducción *	Efecto cada vez que se dice un nombre (magnificar), efecto de caja registradora cuando se habla de dinero
Observaciones	Cartel donde se indica el tema que está hablando, destaca arriba a la izquierda, más pequeño, el texto "Inda lo sabe todo". Inda no dice en que se basa para nombrar a los jugadores

Número de ficha	8
Programa	El Chiringuito

Evento	Vuelta de Zidane
Fecha	12-3-19
Temas	Presentación de un vídeo de los mejores momentos de Zidane en su primera etapa en el Madrid
Personas que intervienen	Presentador: Josep Pedrerol Tertulianos: Borja Mazarro Aficionados:
Participación audiencia	Comentarios vía Twitter mediante el hashtag #chiringuitoZidane hablando del programa, partido, tertulianos...
Léxico	"Campeón", "Ídolo admirado", calificativos. "Vuelve el corazón, la motivación...", todo muy épico y claramente favorable a Zidane
Gesticulación	
Elementos no verbales	
Música y efectos de sonido	Guitarra alegre al entrar Mazarro. Video con piano y violines, entre épico y emocionante que va subiendo el ritmo
Movimientos de cámara	PM y pantalla partida brevemente
Efectos de postproducción *	
Observaciones	Justo al final se encuentra lo que se buscaba: "llega, es que llega"

Número de ficha	9
Programa	El Chiringuito
Evento	Vuelta de Zidane
Fecha	13-3-19
Temas	Entrevista breve con José Mourinho para conocer su opinión del regreso de Zidane
Personas que intervienen	Presentador: Josep Pedrerol Tertulianos: Diego Plaza (conexión en directo) Aficionados:
Participación audiencia	

Léxico	Valoración de Plaza de lo que se esperaba antes de hablar con Mourinho “Me ha parecido un tipo muy cercano”. Pedrerol repite dos veces “exclusiva” antes de pasar al vídeo. Las preguntas a Mourinho buscan saber si está desilunado o mosqueado por no haber sido él.
Gesticulación	Solo acabar el vídeo se aplaude a Diego al grito de “Bravo”
Elementos no verbales	
Música y efectos de sonido	Ligeramente de tensión de fondo. Música épica mientras aplauden
Movimientos de cámara	Pantalla partida antes de pasar a vídeo. Se mantiene a Diego pero se van enfocando también a todos los tertulianos
Efectos de postproducción *	Lo primero que sale en el vídeo es un nuevo recordatorio de que se trata de una exclusiva. Se subtitulan las declaraciones de Mourinho
Observaciones	Se mantiene antes de pasar al vídeo un cartel que pone “Mourinho rompe su silencio” (sin mencionar que ha dicho) y “Exclusiva”

Número de ficha	10
Programa	El Chiringuito
Evento	Vuelta de Zidane
Fecha	18-3-19
Temas	Declaraciones de los aficionados del Real Madrid sobre la vuelta de Zidane
Personas que intervienen	Presentador: Josep Pedrerol Tertulianos: Edu Aguirre Aficionados: Madridistas en la Puerta 55
Participación audiencia	Comentarios vía Twitter mediante el hashtag #chiringuitoZidane hablando del programa, partido, tertulianos...
Léxico	Se escucha un “vamos Aguirre” antes de pasar a vídeo. Eufórico de los aficionados, términos como “Felizidane” o referencias a tertulianos del programa como Cristobal Soria
Gesticulación	Extiende el brazo a la cámara, como presentando u ofreciendo lo que viene
Elementos no verbales	Sonrisa de Aguirre

Música y efectos de sonido	Efecto de una puerta abriéndose antes del vídeo
Movimientos de cámara	Planos cortos de los aficionados, sobretodo de los más exaltados
Efectos de postproducción *	Se censura un “me cago en la puta”
Observaciones	Se buscan los aficionados más exaltados o los que más cantan, quienes incluso cantan, para terminar, “El Chiringuito, el Chiringuito...”

Número de ficha	11
Programa	El Chiringuito
Evento	Vuelta de Zidane
Fecha	18-3-19
Temas	Valoración de los tertulianos de que jugadores siguen y cuales no el año que viene en el nuevo proyecto de Zidane
Personas que intervienen	Presentador: Josep Pedrerol Tertulianos: Edu Aguirre, Tomás Roncero, Juanma Rodríguez, Elias Israel, Javier Balboa, Jorge D'Alessandro, Quim Domènech, Cristóbal Soria, Rafa Guerrero Aficionados:
Participación audiencia	Comentarios vía Twitter mediante el hashtag #chiringuitoMadrid hablando del programa, partido, tertulianos...
Léxico	“Goodbye”, “Chao” o “Para las islas” como expresiones destacadas
Gesticulación	Saludos de adiós y gesto de irse por parte de algunos tertulianos
Elementos no verbales	Caras de duda o guiños a la cámara
Música y efectos de sonido	De tensión, para darle emoción
Movimientos de cámara	Cambia de Plano Medio a Plano Medio cada vez que le toca contestar a alguien

Efectos de postproducción *	
Observaciones	Cuando alguien habla más o dice algo gracioso se escucha como los otros intervienen

Eliminación del Barça en la Champions League frente al Liverpool

Número de ficha	12
Programa	El Chiringuito
Evento	Liverpool-Barça
Fecha	8-5-19
Temas	Reflexión de Josep Pedrerol tras la eliminación del Barça
Personas que intervienen	Presentador: Josep Pedrerol Tertulianos: Aficionados:
Participación audiencia	
Léxico	Tajante de Pedrerol “el Barça no es un equipo ganador”, “el ADN del Madrid”. Reconoce ser culé (pese a su fama)
Gesticulación	Aplausos para dinamizar el discurso
Elementos no verbales	Expresión severa, negación constante
Música y efectos de sonido	De tensión, para no relajar y mostrar que el tema es tajante
Movimientos de cámara	PM de Pedrerol
Efectos de postproducción *	
Observaciones	Cuadro destacando lo que Pedrerol dice

Número de ficha	13
Programa	El Chiringuito

Evento	Liverpool-Barça
Fecha	8-5-19
Temas	Entrada de los tertulianos al plató con la intervención de Tomás Roncero buscando a Messi
Personas que intervienen	Presentador: Josep Pedrerol Tertulianos: Tomás Roncero, Cristóbal Soria y Jota Jordi Aficionados:
Participación audiencia	Presentes en el plató en una grada
Léxico	Tomás Roncero: “Leo, Leo”, “¿Lo has visto?” → provocación a los culés. Sigue con “¿Dios, donde está Dios?”, expresiones como “me cago en la leche, me cago en la mar”... Se refiere a Messi como “El chiquitito”. Va a buscar expresamente a Cristobal Soria para, delante suyo, decirle que “esto es un chorreo”. Pedrerol le dice que “no le toque”. “Los madridistas ya hacemos...”
Gesticulación	Brazos abiertos, preguntando. Roncero dando golpecitos a Cristóbal Soria.
Elementos no verbales	Trae una bufanda del Madrid-Liverpool y una bolsa del diario ‘AS’, (donde trabaja). Cristóbal Soria saca un abanico. Jota Jordi va con la camiseta del Barça. Cristóbal Soria saca una Biblia de los jugadores del Barça
Música y efectos de sonido	“Vive Deportivamente”, de Los 2 Españoles, a la entrada de los tertulianos. Se corta y pasa a una música de situación cómica
Movimientos de cámara	Se parte para que se vea a Roncero y como se lo están tomando los tertulianos, especialmente los más favorables al Barça. Esta sigue a Roncero todo el rato
Efectos de postproducción *	
Observaciones	Un cartel avisa de que se conectará con la respuesta de Messi a los medios cuando salga a zona mixta

Número de ficha	14
Programa	El Chiringuito
Evento	Liverpool-Barça
Fecha	8-5-19

Temas	Valoración del partido de Cristóbal Soria, Quim Domènech
Personas que intervienen	Presentador: Josep Pedrerol Tertulianos: Cristóbal Soria, Quim Domènech Aficionados:
Participación audiencia	Presentes en el plató en una grada
Léxico	Soria: “Falta de concentración y de carácter, me cago en la madre que me parió” o “¿Dónde están los tíos, los tíos hombre?”. Quim da su opinión, pero más tranquilo que su compañero
Gesticulación	Puño a una mano, manera de definir “carácter”, tira el abanico que tenía en la mano, no deja de levantarse y dar vueltas visiblemente enfadado, moviendo constantemente los brazos
Elementos no verbales	Amenaza con dar una patada al aire o arrancar una cámara
Música y efectos de sonido	Cuando Soria empieza a enfadarse y a subir la voz empieza una música tensa, de batalla. Música épica con Quim llegando al plató, que se corta por una de tensión cuando empieza a hablar.
Movimientos de cámara	Se va cerrando a medida que Soria habla, y le sigue cuando se levanta de su asiento. PP de Soria cuando explota del todo, incluso Primerísimo primer plano. Se añade la pantalla partida con las reacciones de los tertulianos del Madrid. La cámara que sigue a Quim enfoca todo menos su cara hasta que saluda a Pedrerol
Efectos de postproducción *	
Observaciones	Un cartel avisa de que se conectará con Carme Barceló para ver como se encuentra tras el partido. Cartel que dice “Quim, da la cara”

Número de ficha	15
Programa	El Chiringuito
Evento	Liverpool-Barça
Fecha	8-5-19
Temas	Juanma Rodríguez imita la actuación de Messi
Personas que intervienen	Presentador: Josep Pedrerol Tertulianos: Juanma Rodríguez,

	Aficionados:
Participación audiencia	
Léxico	Pedrerol: "No toquemos ni nos acerquemos más de la cuenta". "Que hace "Hatrickin" con la Roma? Se engancha". Lobo Carrasco y Juanma intercambian varias veces un: "¿Y el Madrid? El Liverpool"
Gesticulación	Brazos cruzados de los tertulianos del Barça
Elementos no verbales	Aplauso para Soria tras todo el show
Música y efectos de sonido	Música de situación curiosa, efecto de sonido de público emocionado cuando dice que trae un regalo para Soria. Efecto de chut y de rotura de ventana cuando se explica el funcionamiento del juguete. Efecto de niños celebrando
Movimientos de cámara	Plano general donde se ve a todos los tertulianos que se va cerrando, centrándose en Juanma. PP de "Hatrickin", el juguete. Se parte la pantalla para enfocar a los tertulianos culés
Efectos de postproducción *	
Observaciones	Juanma Rodriguez trae un regalo para Cristobal Soria. Cartel que pone "¿Qué hay en la caja de Juanma?"

Número de ficha	16
Programa	El Chiringuito
Evento	Liverpool-Barça
Fecha	9-5-19
Temas	Alfredo Duro canta una canción compuesta por el mismo recordando al arbitro del Barça-PSG de la edición pasada de la Champions
Personas que intervienen	Presentador: Josep Pedrerol Tertulianos: Alfredo Duro Aficionados:
Participación audiencia	Presentes en el plató en una grada, algunos aplauden siguiendo el ritmo de la canción

Léxico	Cantando el mensaje que pone en la pancarta. Los tertulianos del Madrid también se ponen a cantar. Pedrerol: “Está muy bien vamos” o “Un aplauso, tenemos una pancarta que ya es historia”
Gesticulación	Negación y mirada a arriba de los tertulianos culés. Duro, cuando le enfocan, sale tarareando y bailando
Elementos no verbales	Una pancarta que pone “¡Igual que Aytekin al PSG, el Liverpool manda al Barça al carrer!”. Duro va con una camiseta del Liverpool
Música y efectos de sonido	“Revolution”, de The Beatles, hasta que Duro entra al plató. Se corta la música cuando empieza a cantar y se empieza a acompañar de un piano con el mismo ritmo de la canción
Movimientos de cámara	La cámara sigue a Duro, enfocando únicamente su pancarta. Se usa la doble pantalla para enfocar a los tertulianos del Barça
Efectos de postproducción *	
Observaciones	Cartel que pone “la pancarta más dura”

Número de ficha	17
Programa	El Chiringuito
Evento	Liverpool-Barça
Fecha	10-5-19
Temas	Presentación de varias portadas de la prensa nacional y extranjera donde se hace eco de una noticia presentada por ‘Jugones’, el noticiario de Josep Pedrerol
Personas que intervienen	Presentador: Josep Pedrerol Tertulianos: Juanfe Sanz Aficionados:
Participación audiencia	
Léxico	Referencia constante al programa “Jugones”, que presenta Josep Pedrerol, y de que se trata de una exclusiva
Gesticulación	
Elementos no verbales	

Música y efectos de sonido	Música dinámica durante el vídeo donde se analiza la prensa extranjera y nacional
Movimientos de cámara	Plano general antes de pasar a PM de Juanfe
Efectos de postproducción *	
Observaciones	

Número de ficha	18
Programa	El Chiringuito
Evento	Liverpool-Barça
Fecha	10-5-19
Temas	Quim Domènech atiza a los que piensan que la crisis madridista ha terminado por la eliminación del Barça
Personas que intervienen	Presentador: Josep Pedrerol Tertulianos: Quim Domènech y Rocío Martínez Aficionados:
Participación audiencia	Comentarios vía Twitter mediante el hashtag #ElChiringuitodeMega hablando del programa, partido, tertulianos...
Léxico	Quim: "Decir que arregla la temporada del Madrid da un complejo de barcelonitis brutal". Mientras lo dice Martínez va negando sus palabras
Gesticulación	Gestos de negación
Elementos no verbales	
Música y efectos de sonido	Música tensa de fondo
Movimientos de cámara	Pantalla partida en tres con PM de los tertulianos que discuten
Efectos de postproducción *	
Observaciones	

Número de ficha	19
Programa	El Chiringuito
Evento	Liverpool-Barça
Fecha	13-5-19
Temas	Juanma Rodríguez elogia la acción del jugador del Liverpool Alexander-Arnold
Personas que intervienen	Presentador: Josep Pedrerol Tertulianos: Juanma Rodríguez, Lobo Carrasco, Cristóbal Soria Aficionados:
Participación audiencia	Comentarios vía Twitter mediante el hashtag #chiringuitomadrid hablando del programa, partido, tertulianos...
Léxico	Juanma: "Mi Alexander Arnold", "Es que no me digas tu a mí que no es para gozarlo esto, Josep", "No voy a decir una barbaridad" (Josep: "No lo digas") "Mi Origi invocando"
Gesticulación	Imita el movimiento de Arnold al sacar el córner
Elementos no verbales	Mirada desafiante de Soria
Música y efectos de sonido	Música de situación curiosa, efectos de movimiento cada vez que exagera el gesto, efectos también de gente emocionada
Movimientos de cámara	Cámara que se centra en Juanma y sus movimientos
Efectos de postproducción *	
Observaciones	Risas de los tertulianos

Número de ficha	20
Programa	El Chiringuito
Evento	Liverpool-Barça
Fecha	15-5-19
Temas	Quim Domènech presenta la noticia de que algunos jugadores del Barça dudan de Messi y Suárez

Personas que intervienen	Presentador: Josep Pedrerol Tertulianos: Quim Domènech Aficionados:
Participación audiencia	
Léxico	“Desde que se produjo esa fatídica noche en Anfield”, se menciona que pesos pesados creen que Messi y Suárez no ha estado a la altura, pero no se dice de donde procede esta información
Gesticulación	
Elementos no verbales	
Música y efectos de sonido	Música tensa muy en 3p
Movimientos de cámara	Primer plano de Quim
Efectos de postproducción *	
Observaciones	

Número de ficha	21
Programa	El Chiringuito
Evento	Liverpool-Barça
Fecha	26-5-19
Temas	Edu Aguirre da su opinión de la derrota del Barça en Anfield
Personas que intervienen	Presentador: Josep Pedrerol Tertulianos: Edu Aguirre Aficionados:
Participación audiencia	Comentarios vía Twitter mediante el hashtag #chiringuitocopa hablando del programa, partido, tertulianos...
Léxico	“El barcelonismo se ha reído mucho del Real Madrid”. Repite varias veces esas expresiones más hirientes varias veces. “El ADN de ganador es lo que decanta la balanza. “Déjame acabar” cuando le interrumpen. Carme Barceló: “Hombre ya ha salido” (cuando Aguirre hace referencia a Cristiano)

	→ “Vosotros si que tenéis un problema”, “Se te está yendo un poquito la olla”
Gesticulación	Contundente, mucho movimiento de manos
Elementos no verbales	Negación de los tertulianos culés
Música y efectos de sonido	Tensa en 3P, más clara a medida que la discusión sube
Movimientos de cámara	Cámara partida en 3 con Edu Aguirre, Carme Barceló y Jota Jordi
Efectos de postproducción *	
Observaciones	

Clásico Barça – Real Madrid

Número de ficha	22
Programa	El Chiringuito
Evento	Barça-Madrid
Fecha	5-12-19 / 10-12-19
Temas	Reflexión de Josep Pedrerol sobre el clásico y el panorama político en Catalunya con las protestas independentistas tras las sentencias del Procès
Personas que intervienen	Presentador: Josep Pedrerol Tertulianos: Aficionados:
Participación audiencia	
Léxico	“Os imagináis...” se dirige directamente a la audiencia “La estrategia del jefe de comunicación, os la vamos a desvelar en el Chiringuito” / Tertuliano: “Pero porque se tienen que manifestar?” “La gente va a un evento con sus niños y sus bocadillos” Contrario a como se ha llevado la manifestación → “Manifestaos, pero dejad que los que quieran estudien o cojan un avión” “Que libertad es esa?” “pon una pancarta de Bartomeu a ver cuanto dura”
Gesticulación	Activa, aunque relajada / se tapa la cara para hablar de “libertad de expresión”

Elementos no verbales	
Música y efectos de sonido	De ambiente y tensa en 3P, que se sube con alguna afirmación tajante
Movimientos de cámara	Plano fijo medio de Pedrerol
Efectos de postproducción *	
Observaciones	Posición muy contraria a las protestas

Número de ficha	23
Programa	El Chiringuito
Evento	Barça-Madrid
Fecha	8-12-19
Temas	Cristóbal Soria hace su pronóstico del partido
Personas que intervienen	Presentador: Josep Pedrerol Tertulianos: Cristóbal Soria Aficionados:
Participación audiencia	Comentarios vía Twitter mediante el hashtag #chiringuitocPSG hablando del programa, partido, tertulianos...
Léxico	Soria: "Al lío, que tenemos aquí la próxima humillación" (referido al próximo duelo Barça-Madrid) "Humillación, sabes lo que es o hace falta que te lo explique?" "Y tu hablando de Mbappé jejeje" "Chiquitito" para referirse a Messi "Que le pasa al chiquitito, que le pasa a su santidad, eso es lo que queremos saber"
Gesticulación	Muy rápida
Elementos no verbales	Abanico
Música y efectos de sonido	Música tensa y explosiva, efecto de reloj con el "tic tac tic tac"
Movimientos de cámara	PM de Soria, que se dirige directamente a ella

Efectos de postproducción *	
Observaciones	Pedrerol le va preguntando que dice para que continúe provocando

Número de ficha	24
Programa	El Chiringuito
Evento	Barça-Madrid
Fecha	9-12-19 / 17-12-19
Temas	Cruce de opiniones entre Josep Pedrerol i Carme Barceló por las manifestaciones contra la sentencia del Procès y los riesgos que esto supone para el Barça-Madrid
Personas que intervienen	Presentador: Josep Pedrerol Tertulianos: Carme Barceló, José Damián González Aficionados:
Participación audiencia	Comentarios vía Twitter mediante el hashtag #chiringuitoClásico hablando del programa, partido, tertulianos...
Léxico	Damián: "Ya esta bien de maquillar la realidad" Pedrerol: "Me dejáis un momento" (cuando iban a interrumpirle) "No estamos en Alicia en el País de las Maravillas" / Damián: "Ya está bien, ya está bien, basta" "Pues te han robado el Barça, Josep"
Gesticulación	
Elementos no verbales	Sonrisa de negación constante de Barceló
Música y efectos de sonido	Tensa en 3P, se aumenta cuando Barceló y Damián empiezan a discutir
Movimientos de cámara	PM de Pedrerol, PP de Barceló y Damián. Pantalla triple con imágenes y tweets de las protestas.
Efectos de postproducción *	
Observaciones	Interrupción muy Brusca de Damián a Barceló. Se sube la música tras las preguntas sin respuesta

Número de ficha	25
Programa	El Chiringuito
Evento	Barça-Madrid
Fecha	13-12-19
Temas	Vídeo con la última hora del Clásico y de la situación sociopolítica que se vive en Catalunya
Personas que intervienen	Presentador: Josep Pedrerol Tertulianos: Aficionados:
Participación audiencia	
Léxico	Se recogen las declaraciones de Tsunami en una entrevista a rac1 y de Carvajal y Bartomeu
Gesticulación	
Elementos no verbales	
Música y efectos de sonido	Música tensa, casi bélica
Movimientos de cámara	
Efectos de postproducción *	
Observaciones	Imágenes de las manifestaciones, tanto de personas más activas como otras que simplemente aplauden. Se termina con unos encapuchados

Número de ficha	26
Programa	El Chiringuito
Evento	Barça-Madrid
Fecha	17-12-19
Temas	Cara a cara entre Juanfe Sanz y Paco Buyo por el miedo de los futbolistas y los insultos a España

Personas que intervienen	Presentador: Josep Pedrerol Tertulianos: Juanfe Sanz, Paco Buyo Aficionados:
Participación audiencia	Comentarios vía Twitter mediante el hashtag #chiringuitoClásico hablando del programa, partido, tertulianos...
Léxico	Buyo: "Aguantar que me insulten, que insulten a mi país, que cuelguen pancartas, ole ole y ole deportista". Juanfe: "¿Qué tonterías dices?", "Es una pesadilla madremía". Pedrerol: "Yo aplaudo a Paco Buyo" "No faltemos tampoco"
Gesticulación	Muy activa de Buyo, casi teatral
Elementos no verbales	Muecas de Juanfe
Música y efectos de sonido	Tensa, se sube con las expresiones más tajantes. Efecto de golpe en la mesa con expresiones duras
Movimientos de cámara	Plano medio de Juanfe y Buyo
Efectos de postproducción *	
Observaciones	Pedrerol se posiciona claramente. No se dejan hablar, de hecho Juanfe protesta pidiendo que se le permita decir algo

Número de ficha	27
Programa	El Chiringuito
Evento	Barça-Madrid
Fecha	18-12-19
Temas	Programa completo tras el Barça-Madrid
Personas que intervienen	Presentador: Josep Pedrerol Tertulianos: Sandra Diaz (encargada de ir mirando las redes), Josep Soldado y José Alvarez (conexión en directo), Javi Balboa, Jota Jordi, Cristóbal Soria, Rafa Guerrero, Lobo Carrasco, Paco G. Caridad, Edu Aguirre, Tomás Roncero, Juanma Rodríguez Aficionados:

Participación audiencia	Presentes en el plató en una grada, votando en la encuesta y comentarios vía Twitter comentando el partido o las intervenciones de los tertulianos con el hashtag #ElChiringuitodeMega. Los presentes en el plató intervienen al final dando las gracias por estar ahí y felicitar al programa por su éxito (intervienen pasándose un cubo con el logo del programa)
Léxico	<u>Pedrerol</u> → expresiones como “vaya baño” o “humillación” o “escandaloso” y “vergüenza para definir la actuación arbitral. Definición de “unos radicales dando palos” a los que han protestado más violentamente contra la policía, “Tranquílízate Soria”. <u>Aguirre</u> → “Es Hernández Hernández, que le tiene manía al Real Madrid”, “pero hay que hablar de cosas serias, de verdad”. <u>Jota Jordi</u> → “Al Chiringuito se viene llorado de casa”, “Que venga Edu Aguirre que representa al Real Madrid”. <u>Soria</u> → “Os he visto con las lagrimas y estoy encantado” (haciendo sonidos de lloros) “me encanta verte así con las venas marcadas” <u>Roncero</u> → “Tsunami del Madrid, un baño de fútbol” “sois unos mirones y nosotros mandamos, somos papá” (gritando)
Gesticulación	Activa de Pedrerol. Roncero se levanta y hace amago de chutar una de las pelotas que hay
Elementos no verbales	Risas de los tertulianos del Madrid y cara de cuadro de los del Barça con Aguirre
Música y efectos de sonido	Tensa. “Don’t call me Angel”, de Ariana Grande, Lana del Rey y Milley Cyrus, cuando Pedrerol presenta a los tertulianos, “Vive Deportivamente”, de Los 2 Españoles, a la entrada de los tertulianos. La música tensa se sube cuando Soria habla. Efecto de niños celebrando cuando Soria dice algo favorable al Madrid. Música casi bélica a la entrada de Roncero. Suena “Cocidito madrileño”, de Manolo Escobar, cuando entra Juanma Rodríguez. Tema de Fernando Fu “No será fácil” para despedir.
Movimientos de cámara	PM de los tertulianos y Pedrerol. Se juega mucho con la cámara partida, sobretodo cuando hay diálogos o confortamientos
Efectos de postproducción *	
Observaciones	Pedrerol apuntando ideas antes de empezar. Se presenta el programa con un fragmento de Edu Aguirre muy alterado reclamando “un robo histórico al Madrid”. Sin problemas para desmerecer a Tsunami Democràtic y sus acciones, centrándose todo en los más violentos. Presentación de los tertulianos como de una alineación. Se deja la emoción para presentar

	temas que se tratarán más adelante. Nadie esconde a que equipo anima. Declaraciones solapadas entre tertulianos. Se anuncia una encuesta que se va a realizar en el perfil de Twitter. Debates bastante intrascendentes sobre si ha sido o no un baño o un “meneo”, se tiene la idea de dejar lo peor posible al rival. Los del Barça también se pelean entre ellos. Juanma no se saluda con Soria. Pique Roncero-Soria con uno delante del otro repitiendo cada uno lo mismo. Discusión sobre si el uso de “papa” excluye o no a las mujeres. Se alargan frases para dar emoción. Se da información de que se ha dicho en el vestuario del Madrid, pero no se dice como se ha obtenido o quien la ha facilitado (Se pone un cartel que dice “Edu Aguirre lo sabe todo”). Se termina entregando una tarta a Juanma y Jota por su cumpleaños
--	---

Número de ficha	28
Programa	El Chiringuito
Evento	Barça-Madrid
Fecha	19-12-19
Temas	Exclusiva de Juanfe Sanz sobre el estado de animo y mental del árbitro tras el Barça-Madrid
Personas que intervienen	Presentador: Josep Pedrerol Tertulianos: Juanfe Sanz Aficionados:
Participación audiencia	
Léxico	Juanfe: “Puedo saber alguna cosa” (preámbulos antes de entrar al tema) Tertuliano: “Por eso le vienen bien unas vacaciones” → Pedrerol le reprende diciéndole que “cuidado que esto es serio”. Visión experta de Juanfe (exarbitro).
Gesticulación	Brazos cruzados
Elementos no verbales	
Música y efectos de sonido	Tensa que se sube con las declaraciones más polémicas
Movimientos de cámara	PM de Juanfe, cuando habla se queda solo en el plano

Efectos de postproducción *	
Observaciones	Cartel donde se recuerda que hay una encuesta sobre si se debería meter en la “nevera” a los árbitros del partido. Aparece arriba un cartel móvil que pone “Exclusiva”. La información no se dice de donde procede, aunque se presenta como suya.

Entrega del Balón de Oro

Número de ficha	29
Programa	El Chiringuito
Evento	Balón de Oro
Fecha	29-12-19
Temas	Opinión de los tertulianos sobre quien debe ganar el Balón de Oro
Personas que intervienen	Presentador: Josep Pedrerol Tertulianos: Juanfe Sanz Aficionados:
Participación audiencia	
Léxico	Se discute, con cierta sorna, de algunos votos. Barceló: “Habéis contado nulo el de Soria”. Gatti: “Yo no conozco a Van Dijk es verdad”
Gesticulación	Aplausos
Elementos no verbales	
Música y efectos de sonido	Música de emoción junto a platillos de “¿Quién será el ganador?”. Música épica al desvelar el ganador y efecto de niños celebrando
Movimientos de cámara	PG a PM de Juanfe. Pantalla partida Juanfe-resultados de la votación
Efectos de postproducción *	
Observaciones	El concurso se llama “Chirijuicio”

Número de ficha	30
Programa	El Chiringuito
Evento	Balón de Oro
Fecha	3-12-19
Temas	Mención de unas declaraciones de Messi y bromas sobre Pedrerol y su reacción al Balón de Oro
Personas que intervienen	Presentador: Josep Pedrerol Tertulianos: Fermín Canas (conexión desde la redacción), Florentin y Mathias Pogba Aficionados:
Participación audiencia	
Léxico	“Algo habrás hecho”. Mucha broma con el asunto. Fermín: “Aquí el buen rollo siempre es bien recibido”
Gesticulación	
Elementos no verbales	
Música y efectos de sonido	Música tensa con efectos tajantes cuando se dice que la reacción de Pedrerol a la victoria de Messi está en YouTube
Movimientos de cámara	
Efectos de postproducción *	
Observaciones	Se hace publicidad de “Chiringuito Inside”, un canal de YouTube dedicado a poner contenidos más personales del programa

Número de ficha	31
Programa	El Chiringuito
Evento	Balón de Oro
Fecha	3-12-19
Temas	Un error de Cristóbal Soria provoca las risas entre los tertulianos

Personas que intervienen	Presentador: Josep Pedrerol Tertulianos: Cristóbal Soria, Edu Aguirre, Fermín Canas (desde redacción) Aficionados:
Participación audiencia	
Léxico	Soria afirma que el Milán ha dicho algo, pero cuando se le pregunta qué repite “El Milán lo ha dicho, el Milán”. Aguirre, al no obtener respuesta de quien ha dicho eso concretamente: “Ni siquiera sabes quién es”. Al descubrirse el error, Aguirre: “Cristóbal Soria, que tiene las gafas mal graduadas”
Gesticulación	Contundente a medida que se enfadan
Elementos no verbales	Soria se abanica
Música y efectos de sonido	Música de ambiente en 3P, efecto de golpe con una respuesta de Soria, Música y efectos de espectáculo cuando se descubre el error
Movimientos de cámara	Plano medio de Soria y Aguirre
Efectos de postproducción *	
Observaciones	Risas de los tertulianos

Número de ficha	32
Programa	El Chiringuito
Evento	Balón de Oro
Fecha	3-12-19
Temas	Los tertulianos opinan sobre si ha acabado la rivalidad Messi-Cristiano
Personas que intervienen	Presentador: Josep Pedrerol Tertulianos: Edu Aguirre, Iñaki Cano, Cristóbal Soria... Aficionados:
Participación audiencia	

Léxico	Afirmación o negación, aunque algunos como Soria con su “esta fiquinitada” o Cano con “un animal como Cristiano no finiquita ninguna batalla” añaden ciertos matices. Pedrerol: “La guerra continuaría” → lenguaje bélico
Gesticulación	
Elementos no verbales	
Música y efectos de sonido	De tensión, para darle emoción
Movimientos de cámara	Cambia de Plano Medio a Plano Medio cada vez que le toca contestar a alguien
Efectos de postproducción *	
Observaciones	

Número de ficha	33
Programa	El Chiringuito
Evento	Balón de Oro
Fecha	4-12-19
Temas	Análisis del vídeo de Messi y la comitiva del Barça tras recibir el premio
Personas que intervienen	Presentador: Josep Pedrerol Tertulianos: Borja Mazarro Aficionados:
Participación audiencia	
Léxico	“Fijaos en los ojos de Leo Messi, si no ha llorado hace poco que lo ha hecho”. Pedrerol, en broma sobre los ojos → “No son de alergia”
Gesticulación	Señalando los elementos más trascendentes del vídeo
Elementos no verbales	
Música y efectos de sonido	De ambiente en 3P, se añade música clásica

Movimientos de cámara	PM de Mazarro que enfoca también las pantallas donde se reproduce el vídeo
Efectos de postproducción *	Tensa en 3P, cuando Pedrerol dice “continuamos” se añade un efecto que dice “sigan”. Efecto de multitud emocionada cuando se deja caer que quizá le han despertado
Observaciones	Se buscan esos detalles más sentimentales o emocionales de la celebración

Número de ficha	34
Programa	El Chiringuito
Evento	Balón de Oro
Fecha	4-12-19
Temas	Análisis de todos los votos recibidos por los candidatos al Balón de Oro
Personas que intervienen	Presentador: Josep Pedrerol Tertulianos: Diego Plaza, Fermín Canas (en directo desde la redacción) Aficionados:
Participación audiencia	Comentarios vía Twitter mediante el hashtag #chiringuitoBalóndeOro hablando del programa, partido, tertulianos...
Léxico	Fermín reduce la velocidad de locución antes de anunciar los resultados de la encuesta para darle emoción. Duro: “Ahora que venga el Lobo a decir que Messi no ha perdido nunca una encuesta aquí”. Soria, tras decirse que un país ha votado a Alexander Arnold como ganador: “Es un gracioso quien haya votado eso”
Gesticulación	Pedrerol señala a la cámara para dirigirse a la audiencia
Elementos no verbales	
Música y efectos de sonido	Música de tensión en 3P, efecto de multitud emocionada cuando salen Pedrerol y Cano en pantalla partida. Efectos de golpes cuando hay un zasca, efecto de mensaje cuando Cristóbal coge el teléfono
Movimientos de cámara	Se alterna la cámara partida de los tertulianos, no tanto la de las votaciones
Efectos de postproducción *	

Observaciones	Análisis interesante de los votos por continentes. Se analizan los votos de una encuesta puesta en Twitter sobre si “te parece una milonga el Balón de Oro”
---------------	---