

## Empujando los límites: la expansión de la intimidad en los *talk shows* españoles (1990-2010)

José Cabeza<sup>1</sup>; Raúl Casado Linares<sup>2</sup>

Recibido: 27 de enero de 2020 / Aceptado: 13 de marzo de 2020

**Resumen.** El *talk show* como género televisivo en España se extendió por todos los horarios y formatos durante las dos décadas estudiadas (1990-2010). En ese tiempo desarrolló sus propias reglas sobre cómo presentar la intimidad en televisión: la telerrealidad no significaba el fin de la privacidad, sino el inicio de su expansión. Este artículo analiza la evolución del *talk show*, desde los programas más tímidos que limitaban la exposición emocional, hasta aquellos influenciados por el éxito de *Big Brother*, que obligó al género a gestionar la intimidad de las personas de la forma más espectacular posible en la lucha por el *share*. Esta búsqueda permanente de audiencias llegó a provocar que el *talk show* excediera los límites de la autenticidad y utilizase la ficción y el espectáculo, alterando la realidad por motivos utilitarios para hacerla más entretenida e introduciendo actores y presentadores que incitaran al conflicto e incluso al engaño.

**Palabras clave:** *Talk show*; Telerrealidad; Intimidad; Autenticidad

### [en] Pushing the limits: the expansion of intimacy in Spanish *talk shows* (1990-2010)

**Abstract.** The *talk show* as a television genre in Spain spread through all formats and dayparts during the two decades studied (1990-2010). Throughout that time, it developed its own rules on how to present intimacy on television: *reality TV* did not mean the end of privacy, but rather the beginning of its expansion. This article analyses the evolution of the *talk show*, from the early modest, shy programs which limited emotional exposure, to those influenced by *Big Brother*'s success, which forced the genre to manage people's intimacy in ways as spectacular as possible in the struggle for audience ratings. This permanent search for viewers even caused the *talk show* to exceed the limits of authenticity and adopt the practices of fiction and unrestrained spectacle, altering reality for utilitarian reasons to make it more entertaining and sometimes introducing actors and presenters that promoted conflict and even deceit.

**Keywords:** *Talk show*; Reality TV; Intimacy; Authenticity

**Sumario.** 1. Introducción. 2. Metodología. 3. Los años 90: el *talk show* en los programas de sucesos. 4. Esta es mi historia o el peligro del entretenimiento. 5. El *talk show* juzga la intimidad. 6. Conclusiones. 7. Referencias bibliográficas

**Cómo citar:** Cabeza, José y Casado Linares, Raúl (2020): "Empujando los límites: la expansión de la intimidad en los *talk shows* españoles (1990-2010)". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 26 (2), 441-449.

### 1. Introducción

En los años 80 empieza a utilizarse en EEUU el término *trash tv* (telebasura) para los programas tipo *talk show* que organizan debates donde la agresividad de los invitados importa más que el resultado del debate en sí (Palacio, 2007, p.11). Estos programas se emitían habitualmente por las mañanas. A principio del siglo XXI, también surge el término *McTele* para criticar la *macdonalización* del sistema audiovisual (Sampedro, 2002): productos de una calidad que se califica de dudosa, muy similares entre sí, y que proveen de máxima rentabilidad a las productoras y a las cadenas con una inversión mínima. La *McTele* ya no está circunscrita a la mañana; también copa el *prime time*. Desde los 80 hasta el siglo XXI,

las críticas a la telerrealidad se centraron mayoritariamente en sus contenidos, lo cual podría hacer pensar que apenas hubo variaciones en los formatos más allá de su expansión por diferentes temas o franjas horarias. En este artículo veremos que la realidad fue muy distinta.

El *talk show* está formado por un conjunto de elementos relativamente sencillos: la estructura del *debate* (la conversación); la temática de los *reality shows* (la vida privada y los sucesos) y la participación del público de los *concursos* (Lacalle Zaldueño, 2000, p.86). Un *talk show* consiste en hablar sobre cuestiones sensibles para todos los seres humanos, según las reglas dramáticas que hacen interesante un relato, mientras el presentador actúa como un narrador indirecto: cuenta a través de otra perso-

<sup>1</sup> Universidad Rey Juan Carlos (España)  
E-mail: jose.cabeza@urjc.es

<sup>2</sup> HAN University of Applied Sciences (Países Bajos)  
E-mail: r.casadolinares@han.nl

na, haciendo hablar o dirigiendo la conversación y ofreciendo datos y emociones que pertenecen a la esfera privada. Es la televisión *compasional* (Lacalle Zaldueño, 2001, p.132) o la *télévision de l'intimité* (Jiménez Iglesias, 2010, p.164) que ofrece historias y problemas; y busca el espejo emocional del otro. Ese es el objetivo del *talk show*, lo cual claramente permite una gran flexibilidad con el tema, las personas (conocidas o anónimas) o el origen del relato (protagonista o testigo). Estas características hacen fácil que muchos programas tuvieran una parte de *talk show*, como les sucedió a los magazines simplemente integrado en programas contenedores como con *Sabor a ti* (Antena 3, 1998-2004), *Así son las cosas* (TVE, 1997-2006) o *Como la vida* (Antena 3, 1999-2004) incluso que algunos contenidos hicieran el viaje opuesto y pasaran de ser una parte de un programa a adquirir una dimensión propia -*Dimensión Rappel* (TVE, 1993).

En los años 60, el *talk show* en Estados Unidos no se concibe como “entretenimiento”, sino como un espacio de servicio social, de bajo coste y dirigido al público femenino. Tampoco contaba con un elemento que luego sería decisivo: el público. *The Phil Donahue show* (1967-1996), el programa de referencia del género en sus orígenes, tuvo público por accidente. La audiencia que finalmente estaría en plató estaba contratada para el programa al que reemplazó: tener público no era parte del plan de producción. Al principio, su presencia era pasiva. Donahue aprovechaba las pausas publicitarias para pedir a la gente que estaba en el plató que sugiriese preguntas: “algunas eran mucho mejores que las que nosotros habíamos pensado” (Manga, 2003, p. 47). En esas pausas publicitarias, una mujer del público le preguntó a la modelo sueca Knudsen por qué no se hacía unas trenzas. Ella dijo que no sabía cómo hacérselas. La mujer se ofreció a enseñarle y Donahue accedió a que sucediera en directo. El resultado cambió la historia del *talk show*: “Había una nueva energía en el show” (Manga, 2003, p. 48). A partir de ese momento, Donahue y su productora decidieron involucrar al público en el programa. Esa “energía” significó la aparición de la espontaneidad y de la falta de pudor y el inicio de la desaparición de los límites en la exposición de los personajes públicos. Los actores o los políticos que iban a los programas seguían una estrategia de *ejemplificación*: buscaban promover su propia imagen exhibiendo integridad y honestidad (Schütz, 1997, p. 1.942). Ellos marcaban los límites para preservar su imagen.

La espontaneidad del público en el *talk show* hizo desaparecer esos límites y facilitó el acceso a la intimidad, tanto que Oprah Winfrey buscó más autoridad como presentadora ofreciendo su propia intimidad. En menos de un año el AM Chicago se transformó en *The Oprah Winfrey show* (1986-2011). La empatía emocional funcionó, incluso estaba por encima de conceptos centrales de la información periodística. Rivera, responsable de *The Gerardo Rivera Show*

(1987-1998), consideraba que era más honesto hacer un programa desde las emociones y los prejuicios que desde “eso que llaman” objetividad (Manga, 2003, p.55). Las emociones en primer plano trajeron el “*trash talk*” (discusiones, insultos, tensión...) que, paradójicamente, también era “*fresh talk*” (Timberg y Erler, 2002, p.150): lo que la gente quería ver. *Ricki Lake* (1993-2004) triunfó con su *talk show* en los 90 siguiendo el mismo camino que Oprah, exhibiendo problemas y normalidad: “soy uno de ellos”, decía (Manga, 2003, p.61). Pero fue más lejos, Ricki Lake no era periodista... era actriz. Buscando llegar mejor a una audiencia más joven su programa primó la acción y el conflicto: las discusiones se llevaban al extremo de hacer llorar a los invitados o forzar el inicio de una pelea (“*money shot*”) (Timberg y Erler, 2002, p.176).

Con los altercados surgió una nueva generación de programas basados en el *confrontainment*: su expresión más radical fue *The Jerry Springer Show* (1991-2018). Este *talk show*, y por extensión gran parte del género, quedó marcado por la etiqueta de *trash tv*. Sin embargo, incluso el ejemplo extremo que representa *The Jerry Springer Show* también favoreció la introducción de conocimiento en la esfera pública, de forma espontánea y sin control de ninguna institución, aunque contaminado por el dominio del entretenimiento sobre la información (Lunt y Stenner, 2005, pp.77-79). Posteriormente, los nuevos programas de mediados de los 90 reaccionaron al encasillamiento de este tipo de televisión volviendo a cierta espontaneidad controlada -*The Rosie O'Donnell Show* (1996-2002)- o buscando nuevas fórmulas que mezclaran humor, información y entretenimiento -*Politically incorrect* (1993-2002) o *The Larry Sanders Show* (1992-1998)-.

En España, las historias de las personas anónimas empiezan a ocupar espacio en el *share* de audiencia a mediados de los noventa con *El programa de Ana* (Telemadrid, 1994-1996). A partir de entonces las cadenas comienzan a explotar el género con resultados desiguales. Se pasará del éxito de *Ana* (Telecinco, 1996-1999) al fracaso de *Vaya lío* (TVE, 1997) o *Sinceramente Ana Rosa Quintana* (Antena 3, 1997). Pronto, el *talk show* se expandió dando pruebas de su carácter mutante y ocupando todas las franjas horarias: desde el tono paternalista de los magazines matinales a la provocación y el histrionismo de los *late shows* con *Crónicas marcianas* (1997-2005) o *Esta noche cruzamos el Mississippi* (1995-1997), ambos de Telecinco.

Entremedias aparecieron, en la década de los 90, los programas de sucesos, eslabón necesario para que la telerrealidad descubriera qué partes de la realidad interesaban a la audiencia a un coste razonable: su popularidad también se apoyaba en su capacidad para llenar horas de emisión a un coste modesto comparado con la ficción (Lacalle Zaldueño, 2000, p.89). Estos programas no se presentaban como un *divertimento*, sino que exhibían una función social. Un

complejo que incluso llegó hasta la primera edición de *Gran Hermano* (GH) en España. Su presentadora, Mercedes Milá, lo definió como “experimento sociológico” (Gómez, 2001). A partir del éxito de GH y la multiplicación de los formatos del *reality*, el *talk show* encuentra competencia en la exposición de la intimidad.

## 2. Metodología

Este artículo analiza programas que marcan la evolución del *talk show* como género durante 1990-2010. Con anterioridad a ese período, el tratamiento televisivo de la intimidad se había limitado a la vida de personajes famosos, principalmente como extensión del periodismo tradicional “de sociedad” (bodas, fallecimientos, etc.) y con un tono fundamentalmente cuidadoso. Es a partir de los años 90 cuando las historias de personajes anónimos aparecen en la programación, revelando un enorme potencial televisivo que se desarrolló paulatinamente durante las dos siguientes décadas, que son las que se examinan en este estudio.

Desde la perspectiva metodológica del análisis de contenidos, se investiga cómo se desarrollan la exposición y el tratamiento de la intimidad, las emociones y el desarrollo narrativo en los *talk shows* españoles para el período estudiado. Aspectos tales como las franjas horarias, el coste/beneficio de los programas o los porcentajes de audiencia, constituyen elementos complementarios al propósito de este estudio. Si bien el éxito o fracaso comercial influyó decisivamente en qué programas y qué elementos se enfatizaron, mantuvieron o abandonaron a lo largo del período estudiado, las características de un formato que tuviera el respaldo de la audiencia trascendieron al propio programa y se instalaron como habituales en el género: un proceso inherente a un modelo televisivo de competencia y más aún en un género construido con elementos tan simples y generales como el *talk show*. Los programas que tenían buen share de audiencia quedaron como modelo que definiría el género, y otros, sin respaldo del share, quedaban atrás momentáneamente hasta que el momento social y las estrategias de los programadores fueran adecuados.

Para nuestro análisis, identificamos ejemplos significativos a lo largo del período de estudio que ilustrasen cómo los programas intentaban encontrar y profundizar en la conexión con el espectador: se adaptaban al momento social. Dado el extenso número de visionados posibles, limitamos nuestra muestra a las cadenas de ámbito estatal que operaron durante todos los años del período de estudio (TVE, Antena 3, Telecinco), y a programas que hubieran estado más de un año en la programación y hubieran tenido índices de audiencia superiores al 20% según los datos de Kantar (<https://es.kantar.com/media/>). Seleccionamos 20 programas de diferentes épocas y horarios y,

tras un proceso de abstracción recursiva, identificamos líneas temáticas y de desarrollo temporal significativas, siempre desde la perspectiva de la intimidad, la autenticidad y las emociones. En casos concretos (Esta es mi historia), el contenido de un programa seleccionado inicialmente hizo relevante el visionado de programas adicionales, que se añadieron a la muestra. En todo este proceso se produjo una relación de vasos comunicantes entre los dos grandes grupos de programas que nacen del docudrama: *talk show* y *reality*. Generalmente, el *talk show* ocupaba las franjas de mañana o sobremesa y el *reality* se circunscribía a los prime time nocturnos, pero no había una separación real entre ambos géneros. Hay elementos del *talk show* que estaban presentes en los *realities*, como el papel destacado del presentador-conductor o la participación del ciudadano desconocido, y otros, como las “confesiones” de los participantes, que constantemente aparecían en ambos géneros (Kilborn, 2003, p.61). El *talk show* se vio influido por los *realities* y su organización de la vida anónima de personas según criterios dramáticos. Nuestro análisis persigue fundamentalmente dar coherencia a estos elementos a lo largo del tiempo, tratando las fronteras entre géneros (*talk show* vs. *reality show*) de un modo más pragmático que esencial. Perseguimos desarrollar más una narrativa coherente basada en ejemplos significativos que una presentación exhaustiva y detallada. La hipótesis de partida es que la intimidad y las emociones funcionaron en el *talk show* como herramientas supeditadas al servicio del espectáculo.

## 3. Los años 90: el *talk show* en los programas de sucesos

En los 90, los programas de sucesos hacen de la intimidad algo televisivo y, por lo tanto, público. Esta primera telerrealidad ayudaba a las personas y a la sociedad, pero jamás se presentaba como divertida: entretener era un concepto prohibido. ¿Quién sabe dónde? (TVE, 1992-1998), inspirada en el programa italiano *Chi l'ha visto?* (RAI 3, 1989-), encontraba a personas desaparecidas con la colaboración ciudadana. *Código uno* (TVE, 1993-1994) ayudaba a la policía a resolver casos abiertos, igual que poco después *Se busca* (Antena 3, 1995-96). *Valor y Coraje* (TVE, 1993-1995) divulgaba valores positivos en la sociedad: “Todas estas historias necesitaron de la solidaridad para tener un final feliz; solidaridad que se manifestó con Valor y Coraje”, recordaba su presentador, Constantino Romero.

En el primer día de *Así son las cosas* (TVE, 1997-2002), su presentador advierte a la audiencia que “este programa quiere tener un espíritu de servicio público: queremos darles consejos para evitar determinadas situaciones”. Todos los programas emitían los avatares más morbosos de vidas anónimas y exploraban su puesta en escena para lograr más *share*. Los temas eran muy similares, por lo que la conexión entre los

diferentes programas era normal: se copiaban fórmulas de éxito. *Así son las cosas* (27/03/2002) tenía un pequeño espacio al final del programa para avisar por si alguien había visto a alguna persona desaparecida: una pequeña réplica de *¿Quién sabe dónde?* *Valor y coraje* contaba historias como las de *Código uno*, pero solo cuando tenían un final feliz, e incorpora las técnicas de ficción de las series: los espectadores ya no ven reconstrucciones, ven películas. *Confesiones* (Antena3, 1994-1995) también intentaba acceder a la realidad a través de la reconstrucción. Las historias que aparecían en el programa estaban rodeadas de un halo de misterio: los personajes contaban aspectos “escabrosos” de su vida personal (Gómez, 1995), mientras un biombo traslucido preservaba su intimidad. Al final del programa, el invitado podía desvelar su identidad o no. Pero daba igual, la fuerza del *reality* estaba en las reconstrucciones detalladas de lo que contaban: la ficción salvaba la necesaria presencia de la realidad. Este tipo de programas también tenía espacio para el *talk show*. En *Código uno*, Arturo Pérez-Reverte llegó a tener un debate con tres jóvenes sobre el problema de las drogas en la ruta del bacalao. “¿Cómo ve a los niños que se gastan el dinero de papá en la ruta del bacalao”, preguntaba el periodista. “Yo lo veo bien”, se sinceraba uno.

Los sucesos empezaron a invadir diferentes programas en distintas franjas horarias. Por las mañanas, *Así son las cosas* utilizaba breves reportajes e invitaba a expertos y especialistas que podían “aclarar las cosas”. Entre historias curiosas e información social sobre incendios o tormentas, el *talk show* empezaba a tener cierta autonomía en “un apartado que nosotros algunas veces aquí lo llamamos video-denuncias”. Personas anónimas se quejaban en el plató de una situación injusta, como las hermanas Charo y Maricruz (8/01/1997). Durante quince minutos contaban su pequeño drama: les echaron toneladas de escombros en su finca, sin que les avisara la empresa que lo hizo, y ya no podían sembrar o usar los terrenos para pastos porque había 110.000 toneladas de desechos de los que nadie se responsabilizaba. Cuando ellas citaban a la empresa *Sarrión* como responsable, el presentador intentaba disolver el conflicto: “bueno, una empresa constructora, que no viene a cuento”. No tenía mucho éxito con su advertencia. Una de las hermanas se desahogaba: “[el empresario] es un despota descarado que nos dice...”. Y no terminaba la frase, porque el programa volvía a ejercer su control emocional: “Bueno, aquí nosotros solamente exponemos el caso y luego después a ver si hay alguna solución”. “Aquí no se acusa a nadie, nadie nos paga para acusar a nadie...”. El *talk show* aún se mostraba miedoso, desnaturalizado; sin querer exhibir emociones ni conflictos.

Ese pudor en el uso de la emoción era desigual incluso en un mismo programa. *¿Quién sabe dónde?*, presentado por Paco Lobatón, representó un salto en el acceso a la realidad en los programas de sucesos. En él se planteaba la búsqueda “activa” de personas

desaparecidas, daba igual las razones o el tiempo que hubiera pasado desde su desaparición. El programa exhibía sus fotografías y los datos de referencia (cómo iban vestidos, el lugar donde se los vio por última vez...) para facilitar que alguien de la audiencia lo reconociera y llamara al programa. El espacio se movía entre “la información rigurosa y el llanto a moco tendido” (Roma, 1994, p.2). La diferencia con otros programas de telerrealidad de la época era el directo. La vida no se contaba en *¿Quién sabe dónde?*; pasaba delante de las cámaras a través de los “llamamientos” (vídeos pidiendo a los desaparecidos que se pusieran en contacto con su familia), las llamadas de teléfonos que daban pistas o el propio desaparecido que decidía volver a contactar con su familia. Aunque estas llamadas no siempre se producían, la expectativa de que alguien llamara actuaba como un clímax prometido, que hacía que la audiencia estuviera atenta por si la promesa se cumplía *¿Quién sabe dónde?* no hacía reconstrucciones documentales, su objetivo no era lo que había pasado, sino lo que iba a pasar: la realidad visitaba el plató. Y la cámara estaba allí para grabarlo. En la redacción se producían 600 llamadas durante la semana, pero sólo el día de emisión se sumaba otras 400 (Roma, 1994, p.2).

En 1992, el programa duraba una hora y, en 1998, casi dos. La extensión se sostenía en aumentar los casos de búsqueda y el número de personas que asistían al plató para recibir una llamada y lograr el reencuentro. No en vano, en 1997, se mostraba la sala donde unas 20 personas recibían llamadas constantemente intentando filtrar un testimonio válido que sirviera para encontrar a la persona. Cuando el momento mágico aparecía, su puesta en escena aún era torpe. Una mujer llamaba al programa en 1998. Su hermano, un señor de más de 70 años y su sobrina estaban en el plató y querían encontrarla. El señor no podía hablar de la emoción. Y era la sobrina la que hablaba con su tía: “¿dónde estás?” “En Gerona”. “¿No nos podríamos ver?”. “¿Dónde estáis?” “En Madrid”. “Bueno pues...”. Paco Lobatón detenía la conversación y le preguntaba: “¿tiene usted deseo de encontrarse con su familia?” Ella decía que sí: “pues los detalles seguro que se pueden resolver, pero lo importante es la voluntad. Enhorabuena”. Y el periodista daba paso a otro caso sin dejar espacio al momento emocional. Otras veces, sin embargo, las situaciones se provocaban para que la emoción fluyera ante la cámara. En 1992, Aitor, un joven de 14 años, sufría porque su madre se fue de casa con un “fiscal”, le contaba la gente. Aitor la perdonaba. Su padre estaba con él. Estaban en su casa y hacían una transmisión en directo. Lobatón explicaba por qué lo ponían delante de las cámaras a pesar de ser menor de edad: “Aitor quiere ver a su madre. ¿Es así, Aitor?” “Cuando tu madre se marchó de casa: ¿cómo lo viviste?” “¿Qué recuerdas de ese momento?” “¿Qué es lo que pasa por tu cabeza?” “¿Tú piensas mucho en ella?” “¿Sueñas?” “¿Cómo la ves cuando sueñas?” “¿En qué situaciones la imaginas?” “¿Te

la imaginas entrando en casa de nuevo?” “Tienes mucho coraje, pero ¿también mucha ilusión de que venga tu madre?” “¿Piensas que está viendo la tele ahora?” “Háblale. A tu madre. Pilar” “¿Quieres que vuelva tu madre porque la quieres?”. Los *realities* entendían que, a diferencia de la ficción, no podían controlar el final, pero que algunos momentos de intimidad de vidas anónimas tenían un valor importante: la autenticidad era telegénica.

#### 4. *Esta es mi historia* o el peligro del entretenimiento

Desde la aparición de *GH*, los *talk shows* y los *realities* vieron diluirse los límites de la intimidad y con ello también se multiplicaban las formas aceptadas de hacer entretenimiento con las historias personales. *Esta es mi historia* (TVE, 2001-2004) representaba esa diversidad de posibles enfoques y también los peligros inherentes a intentar entretener con un material tan delicado. *Esta es mi historia* trató tres veces en apenas dos años el tema del exceso de peso: *Esta es mi historia. Obesidad* se emitió el 17 de diciembre de 2003; *Esta es mi historia. Esclavos de la imagen*, unos meses antes: el 14 de marzo de 2003 y, por último, también hubo otro programa sobre la obesidad el 19 de marzo de 2004. Aunque el tema era básicamente el mismo, los tres programas encerraban dos planteamientos radicalmente diferentes. En *Obesidad*, los invitados, más allá de las intervenciones de personas del público, eran 2 médicos (Montserrat Folch y Javier Fonciyas), 2 actores que tuvieron o tenían en aquel momento problemas de peso (Jorge Merino y Paola Santoni) y una persona obesa (Ana). En *Esclavos de la imagen* había un médico (Montserrat Folch), un periodista (Juan José Cardenal), un actor (Jorge Roelas) y una cantante (La Tata) con problemas de peso y dos empresarios. En *Obesidad*, algunas personas obesas contaban las dificultades que tenía. Todos se sentían desmoralizados, incluso una persona declaraba que intentó suicidarse. Los relatos se sucedían uno tras otro, sin grandes variaciones: “[Yo] como todos los demás, empiezas un régimen con ganas, bajas unos kilitos, pero luego ves que el esfuerzo que estás haciendo no es recompensado”. Mientras, los médicos en el plató explicaban cómo superar la enfermedad, siempre desde una posición muy comprensiva hacia la persona que padecía obesidad. Por su parte, la presentadora intentaba exponer la intimidad de sus invitados, y se dirigía a las emociones sin pudor: “¿te cuesta vivir?” “¿lo has pasado muy mal?” “¿tienes complejos?”. Incluso se conseguía un momento genuino de *talk show* cuando Javier Fonciyas, cirujano de obesidad mórbida, se ofrecía a estudiar el caso de Ana, desesperada porque no encontraba una solución a su problema. El cirujano se comprometía a operarla. Ana se emocionaba y lloraba. Así se cerraba el círculo emotivo: exposición de un problema, solución y reacción. Todo en directo y en plató.

*Esclavos de la imagen* se construía con algunos de los elementos de *Obesidad*. Primero, los invitados. Repetían en *Esclavos por la imagen* Paola Santoni (actriz) y la nutricionista, Dra. Folch. También la selección de personas del público que intervenían era muy similar: en su mayoría eran gente obesa que tenía muchos problemas de salud o personas que se habían operado y ya dejaron atrás los kilos que les impedían llevar una vida normal. En *Obesidad*, no se cuestionó en ningún momento el relato de los médicos, ni el de los pacientes. Las historias eran complementarias: dos caras de la misma moneda. Nadie se opuso a lo que dijo una persona obesa ni, por supuesto, ningún testimonio corregía o socavaba los comentarios de un médico. Pero sin oposición no había conflicto: el programa perdía interés en términos puramente narrativos. En cambio, *Esclavos de la imagen* se construyó sobre pautas dramáticas muy diferentes. El conflicto surgió y, con él, un entorno dramático atractivo para el espectador: se enfrentaron obesos contra médicos (“Que no me digan a mí que no tengo fuerza de voluntad que llevo haciendo dietas desde los 9 años”; “hay muchos médicos que dicen que son profesionales y que no lo son”), obesos traumatizados contra obesos despreocupados (“a mí esto no me hace infeliz para nada; y hay mucha gente que no es infeliz”, “La depresión no es algo exclusivo de una persona obesa, eso lo tiene un montón de gente”) y, por último, delgados contra obesos (“Se llega a ser gordo en el 80% de los casos por desidia”; “creo que es mucho peor ser cruel que ser gordo o flaco o lo que sea. Eso sí que es malo”). El plató era un volcán emocional: el público se reía, vibraba, abucheaba, apoyaba, se quejaba...

*Esta es mi historia* recogía también la evolución del rol del presentador, que pasa de “organizar la confrontación” en los inicios del género a ser agitador de emociones (Bignell, 2008, p.126). En *Obesidad*, Ana García Lozano entrevistaba a las personas e intervenía mínimamente para dar paso a quien deseaba hablar: lo importante era la fluidez. Sin embargo, en *Esclavos de la imagen*, la conductora buscaba el conflicto. Y los invitados también conocían su rol y la ayudaban. Jorge Roelas (actor) decía que había cogido unos kilos por dejar de fumar. Su silueta era la de una persona normal, incluso más delgado que gordo, tanto es así que él mismo tenía la tentación de justificar su sospechosa presencia como afectado por el exceso de peso: “Veo gente con más kilos que yo, hoy me veo hasta delgado”. Jorge Roelas sabía que tenía que hacer en el programa: “Voy a defender a los gorditos”. Más que para hablar, Roelas estaba preparado para polemizar. Claramente parecía un falso testimonio pagado para dinamizar el debate, como sucedía en diferentes *talk shows* de prestigiosas cadenas de televisión europeas (BBC, RAI, TF1...) (Lacalle Zalduendo, 2000, p.85).

El programa se convertía en un ring de boxeo con plena consciencia de la mayoría de los participantes: lo importante no era la información, la claridad o el

testimonio, sino el conflicto. Un empresario exobeso intervenía después de que hablase una persona obesa: “me he sentido un poco ofendido”, revelaba. Y entonces delataba un comentario del otro empresario cuando las cámaras no les observaban. *El amigo*, refiriéndose al otro empresario de forma despectiva, decía que eso le pasaba porque no practicaba sexo, porque comía mucho y porque no trabajaba: “esto es como piensa la sociedad. Esto es muy cruel”. *El amigo* confirmaba que era verdad: “no conozco a ningún albañil gordo”. La grada abucheaba. En un clima de caos consentido, el valor de un testimonio o de un experto se diluía y perdía su condición de *auctoritas*, de referencia. Eso tenía consecuencias.

En *Obesidad*, hasta dos personas confesaron que ya no tenían relaciones sexuales con su pareja: una verdad que era asumida por todos. Mientras, en *Esclavos por la imagen*, un periodista (Juanjo Cardenal) afirmaba que las personas obesas tenían problemas en sus relaciones sexuales. El público murmuraba. Jorge se indignaba inmediatamente: “¿[Problemas] Sexuales? Pero, ¿qué dice? ¿qué tendrá que ver?”. Y Tata, cantante a dieta y con visibles problemas de obesidad, se burlaba del tema en otro momento del debate: “Pero yo he hecho mucho sexo”, advertía campechana. Y el público estallaba en risas. En el primer programa quedaba claro con dos testimonios, que no generaban ningún conflicto y, por lo tanto, no se dudaba de su veracidad, que las personas obesas tenían problemas en su vida sexual. En cambio, en el segundo programa, una señora obesa decía que disfrutaba del sexo y otra persona ridiculizaba la afirmación de que los obesos pudieran tener problemas en sus relaciones sexuales. Además, estos dos testimonios se situaban después del que afirmaba que sí había problemas en la vida sexual de los obesos, lo cual les daba más fuerza sobre el primero en términos narrativos: lo último que aparece cronológicamente tiene superioridad en la creación de sentido. Conclusión: los problemas sexuales de los obesos parecían una exageración. Los dos *talk show* hablaban del mismo tema, pero instalaban dos verdades muy diferentes en la audiencia.

Un año después, el 19 de marzo de 2004, *Esta es mi historia* dedicaba de nuevo un programa al tema de la obesidad con la misma presentadora y casi los mismos elementos narrativos. Había personas obesas que deseaban operarse y otras que no. También había un empresario que había contratado a una persona obesa. Y un cirujano. El tono es extremadamente diferente a la versión sensacionalista de *Esclavos de la imagen* y más próximo a *Obesidad*, como dejaba claro Javier Foncillas: “Esta es una cirugía muy seria que no se debe banalizar”. El programa relataba casos de mala praxis, a veces con resultado de muerte. Ana estaba especialmente vigilante para anular cualquier desviación sensacionalista y el cirujano tenía siempre el espacio para decir lo que estaba bien o mal sin ninguna contestación. Era la verdad: “No sé, yo todo lo que estoy oyendo me parece como un sueño”;

“No me puedo hacer responsable de lo que hacen en otros sitios”; “Nada de lo que me estén contando me parece correcto”.

El programa, en general, era un ejercicio de responsabilidad y de compasión colectiva. La empresaria no tenía propósitos de conflicto, solo de amor: “Ruth es una persona fantástica; y es una gran vendedora, una gran amiga y me ayuda mucho”. La presentadora tenía tan interiorizado el tono del programa que llegaba a censurar la risa. Pablo Arteché, comentarista de TV y un obeso, comentaba su caso: “y además ahora fumo (...) tengo mucha fatiga y mucho cansancio. Últimamente no tengo ganas ni de comer, aunque mi padre dice que eso es bueno”. Y ahí aparece la risa. El público invitado al plató ríe de forma espontánea. Ana reaccionaba instantáneamente hablando de otro tema, para no dejarle espacio a la risa y que se pudiera interpretar como falta de respeto. Desde el público, Ruth contaba que engordó hasta 40 kilos y relataba una historia de desprecio de su pareja, de pérdida de trabajo, de dormir en la calle... en ese momento contaba que tuvo un aborto, pero Ana la interrumpía saltando a otro tema. No le sorprendía la confesión de Ruth, conocía la historia, pero simulaba no haber oído la palabra “aborto”. La experiencia de un aborto servía para explicar el sufrimiento de la invitada, pero Ana no quería invadir, marcaba una línea roja de intimidad que no consideraba necesario traspasar; no quería que el programa se deslizara por el sensacionalismo, es decir, por el *talk show* más salvaje que ella misma presentó y animó apenas un año antes.

## 5. El *talk show* juzga la intimidad

Más allá de los formatos clásicos del *talk show* (*cuenta y escucho*) también surgieron programas que imponían una nueva organización de las conversaciones sobre la intimidad, como *La máquina de la verdad* (Telecinco, 1993-1994). En este programa, personajes conocidos exponían su vida —y cobraban por ello entre 10.000 y 40.000 dólares (Riding, 1994) — ante un detector de mentiras para que la audiencia saliera de dudas sobre algún asunto que creaba polémica social o política (Jesús Gil, Juan Guerra, Jose María Ruíz Mateos) o que simplemente era morboso y afectaba a su intimidad (Espartaco Santoni, Antonia Dell’Atte). La mecánica imitaba un juicio. El periodista Julián Lago entrevistaba a un personaje para que diera su versión sobre cualquier asunto. Luego, se buscaba un espacio para el conflicto: había periodismo de investigación y espectáculo. Era un poco *Informe Semanal* y un poco un *¡Sálvame!* punk (Prieto, 2017). Lo que decía el invitado se verificaba de manera inmediata con la réplica de alguna persona que, con asiduidad, trataban de demostrar lo contrario (Mateos-Pérez, 2011, p.188): era la tribuna de expertos, en la que participaban periodistas, letrados o especialistas que preguntaba para aclarar, contextualizar y, cómo no,

ampliar y profundizar el conflicto: ¿era culpable o inocente? Finalmente, el invitado realizaba la prueba del polígrafo, en donde se *probaba* si decía la verdad o mentía. El profesor Gelb manejaba el polígrafo. Venía desde Estados Unidos sólo para el programa. La pátina científica era importante cuidarla y la presencia de un profesor estadounidense emitía trazas de verosimilitud: la máquina servía, fundamentalmente, para hacer una puesta en escena (Prieto, 2017).

El programa sobre Antonia Dell'Atte tuvo más de 7 millones de espectadores y, después de ser emitido un miércoles, se repitió un sábado a las 19.45 (*La Vanguardia*, 15 de octubre de 1993, p.5). *La máquina de la verdad* entraba de lleno en lo que sería más adelante la nueva generación *talk show* rosas basados en *ver y juzgar*, dos procesos automáticos en el ser humano y que podían ser autónomos dentro de la estructura de un programa. En la época de *La máquina de la verdad*, el juicio aún no se incorporaba al género y se desperdigaba por otros programas: Ana García Obregón acusó a Julián Lago de haber organizado el programa porque ella en su día le rechazó como amante, y Lago le respondió en Antena 3 Radio: “Si yo contestara como tengo que contestar, primero, no sería un caballero, y, segundo, se venderían muchas “coca-colas”. Siento que no esté Fernando Martín, porque el hombre se llevó bien puestos los cuernos a la tumba”. Mientras, Antonia Dell'Atte confesaba en otro programa de Telecinco que actuaba por venganza contra esos “dos tontos” (*La Vanguardia*, 16 de octubre de 1993, p.5). Era cuestión de tiempo que un *talk show* recogiera a los *jueces*, aquellos que decían si estaba bien o estaba mal lo que había hecho un famoso en su vida privada, hecha ya con paredes de cristal que lo dejaba ver todo. A fin de cuentas, como decía Julián Lago: “Yo estoy haciendo un espectáculo” (*La Vanguardia*, 16 de octubre de 1993, p.5).

El 24 de marzo de 2003, Carmen Alcayde y Jorge Javier Vázquez comenzaban a presentar *Aquí hay tomate* (Salta Producciones-La Fábrica de la Tele, 2003-2008). La primera parte del programa se llamaba *Tomate social* y sólo tenía dos espacios sobre seis dedicados a la *Crónica Rosa*. La segunda respondía al concepto de “*talk show* a pie de calle” y los reporteros buscaban por la calle a gente normal para conocer sus historias. La estructura saltó pronto por los aires y el espacio se transformaría en un magazín rosa con un tono procaz y provocativo. Lo que Telecinco llamó transgresor y desenfadado. El lenguaje directo y agresivo aparecía en los vídeos, con “maliciosos comentarios” después o antes de emitirse, en los reportajes y en las entrevistas (Quijorna, 2017). *Aquí hay tomate* promedió en seis temporadas un share de 23,2% y una media de 2.736.000 de espectadores (Fernández, 2014). En 2007, ya había emitido 55.680 vídeos y 1.500 llamadas en directo (*FormulaTV*, 22 de marzo de 2007). En una de esas llamadas, Jorge Javier Vázquez entrevistó a Pipi Estrada. Pipi le acusaba de estar de parte de su expareja, Terelu Campos. Y le respondió con el tono de *Aquí hay tomate*: “Lo

que estás haciendo es salvar tú el culo y poner en evidencia a otra persona que ha sido tu pareja ( ) En cualquier caso creo que eres un enfermo y tus palabras no tienen que tener ninguna importancia”. Y luego dio paso a la publicidad. Las multas al programa por intromisión en el derecho al honor de personajes famosos fueron normales, pero como decía el consejero delegado de Mediaset, Paolo Vasile: “Si vas al límite de velocidad, te mandan la multa y la pagas” (Fernández, 2014).

Aunque el *talk show* ya estaba instalado de forma definitiva en el conflicto, aún tenía un espacio por explotar: los *opinadores* o tertulianos. *¡Sálvame!* (La Fábrica de la Tele, 2009- ) sin duda amplió los límites de la telerrealidad desde el surrealismo, en su sentido de provocación y de exploración de nuevas formas de presentar la intimidad en televisión. En el programa, diario y de 4 horas de emisión, no sólo se ampliaron las formas de cómo estar en un plató – los tertulianos comían, mandaban mensajes de textos distrayéndose de lo que sucedía, actuaban, se iban y volvían...-, sino que cada programa se convertía en un capítulo de una serie de ficción improvisada. Los propios tertulianos trabajaban con el material habitual de la crónica rosa (comentarios e historias de los famosos), pero también autogeneraban gran parte del contenido convirtiéndose en un pequeño *reality* con discusiones, enfados, gritos, reconciliaciones, enemistades permanentes o fugaces. Entre todo lo cual, necesariamente, surgía su vida personal como material del *talk show*. Nunca hasta este momento el género había estado tan cerca de las series o los culebroses. Mientras, el rol de presentador asumía un nuevo matiz: de alentar el conflicto pasaba a crearlo. Jorge Javier Vázquez usaba al límite técnicas de entrevistas de guerrilla, procedentes del cinema *verité*, como en los documentales de Michael Moore (Aitken, 2006, p.925). Así, el entrevistador no se conforma con preguntar a la gente, sino que cuestiona sus respuestas, hace dudar, apunta contradicciones e intenta descubrir aquello que intuye que el personaje oculta. La última evolución del *talk show* irá claramente más lejos que el documental de guerrilla, sujeto a descubrir la verdad. *¡Sálvame!* se saltó ese y cualquier límite ético. El presentador no estaba interesado en la verdad, sino en el espectáculo: “A mí no me importa que sea verdad lo que me cuentan aquí ( ) Yo quiero que me cuenten cosas. Invéntate el guion, preséntate aquí con un guion hecho y justifica el sueldo que has cobrado”, le explicó Jorge Javier Vázquez a una invitada. Y ella no se extrañó.

## 6. Conclusiones

La telerrealidad no supuso tanto el fin de la intimidad o la privacidad como su expansión (Jiménez Iglesias, 2010, p.53). Lo privado se hace público y empieza a elaborar sus propias reglas de exposición, muy cercanas a las construcciones narrativas de la ficción, en

las que el drama y el conflicto ocupan una posición preeminente. La pretensión de *hacer pensar*, lógica en el formato del debate que surgía de forma natural en el *talk show*, poco a poco quedó desplazada por el puro entretenimiento: ¿cómo hacer que el espectador no se aburra con las *emociones narradas*? La conversión de lo privado en público contribuyó a una resignificación de comportamientos televisivos: la gente aprendió qué partes de su intimidad tenían interés y cómo había que contarla. El concepto de telerrealidad (*reality shows, talk shows*) evolucionó generando espacios en los que ficción y realidad debían cohabitar de una forma nueva. Desde las conversaciones sobre sucesos reales a su representación real con una dramatización adecuada, un amplio número de programas descubrió la forma de conectar con audiencias masivas a través de la autenticidad de sus protagonistas, pero también de estrategias aprendidas de la ficción, como el orden o la dosificación de la emoción. El *talk show* participó de esta realidad. Primero, ofreciendo la intimidad a la audiencia y, después, entendiendo que con la intimidad sin más no era suficiente para mantener el *share* de audiencia, sino que también exigía una adaptación, una puesta en escena, siguiendo el espíritu de los *reality shows*: convertir la realidad en espectáculo.

A partir de GH, todos los *reality shows* estaban basados en una paradoja: las situaciones que vivían los concursantes eran creadas *ex profeso* esperando poder organizar sus experiencias y reacciones dentro de tramas, igual que en la ficción; en cambio, el espectador sólo observaba la vida, es decir, la autenticidad con la que vivían unas personas una situación predeterminada. En este proceso fueron decisivos los concursantes y la asimilación de su doble dimensión como personas y actores televisivos, actuando de forma “natural” para representarse a sí mismos (Ellis, 2009, pp.103-115). Esta deriva de los *reality shows* afectó a las dinámicas de los *talks shows*. Sus historias de vida cotidiana ya no tenían la exclusividad: la competencia con los *reality shows* era compleja. Mientras los *talk shows* muchas veces trabajaban con sucesos del pasado que generaban emociones presen-

tes, los *realities* estaban con las cámaras cuando la realidad sucedía: su efecto de autenticidad era aún mayor.

Esa presión en busca del *share* de audiencia con los programas que también trabajaban la intimidad de personas anónimas llevó al *talk show* español al exceso. Si el surgimiento de los *talk show* suponen una revalorización de la vida cotidiana y sus conflictos (Jiménez Iglesias, 2010, p.53), la explosión de GH y la multiplicación de formatos que explotan la intimidad de forma espectacular hace que el *talk show* manipule la verdad (actores) y las personas (agresividad de los conductores) para lograr contenidos con más interés.

La evolución del *talk show* durante estos años se debió al cansancio de la fórmula y a la presión de otros programas que también empiezan a contar historias de personas anónimas. Los hábitos televisivos, las expectativas de la audiencia y la gran variedad de programas hicieron que el *talk show* contribuyera a moldear la identidad de la televisión postdocumental, dominada por un miedo claro: los elementos clásicos del documental quedaban sometidos a la necesidad de crear diversión (Corner, 2009, p.46).

Esta exigencia desembocó en la relativización desacomplejada de la verdad y la contratación de actores para favorecer una puesta en escena más efectista, buscando el entretenimiento, pero siempre trabajando con material real. El entretenimiento en el *talk show* no hace referencia a un concepto vacío y escapista; muy al contrario, el *talk show* tiene una parte de sobreactuación o de performance (ficción) y otra de verdad (realidad). Los *talk show* no aíslan del mundo social, sino que lo juzgan, incluso lo crean (Grabe, 2002), construyendo al espectador como miembro de su sociedad (Livingstone y Lunt, 1994, p. 38). Las audiencias no quieren simplemente evasión, sino que quieren entender, participar, criticar, pero también creer en su sociedad. El *talk show* asegura la presencia de todas las piezas del puzzle social de cada momento y también una actitud moralizante para que esas piezas encajen. Y el público pueda lograr entretenimiento, pero también orientación.

## 7. Referencias bibliográficas

- Aitken, Ian (2006). *Encyclopedia of the Documentary Film*. New York-London: Routledge.
- Aquí hay tomate cumple 4 años con más de 1000 programas como líder de las sobremesas (22 de marzo de 2007). *FormulaTV*. Recuperado de: <http://www.formulatv.com/noticias/4038/aqui-hay-tomate-cumple-4-anos-con-mas-de-1000-programas-como-lider-de-las-sobremesas/>
- Bignell, Jonathan (2008). *An introduction to television studies*. London: Routledge.
- Corner, John (2009). “Performing the real: documentary diversions (with afterword)”. En *Reality TV. Remaking Television Culture*, editado por Murray, S. Murray y L. Ouellette. Nueva York-Londres: New York University Press, 44-64.
- Ellis, John (2009). “The performance on television of sincerely felt emotions”. *The annals of the American academy of political and social science*. 625(1), 103-115. <https://doi.org/10.1177/0002716209339267>
- Fernández, Juan M. (6 de diciembre de 2014). Aquí hay tomate, el programa que acumuló millones de euros en multas. *El Español*. Recuperado de: <https://www.elespanol.com/bluper/noticias/aqu%C3%AD-hay-tomate-el-programa-que-acumuló-millones-de-euros-en-multas>



- Gómez, Rosario G. (12 de marzo de 2001). Nadie puede manipular Gran Hermano. *El País*. Recuperado de: [https://elpais.com/diario/2001/03/12/radiotv/984351602\\_850215.html](https://elpais.com/diario/2001/03/12/radiotv/984351602_850215.html)
- Gómez, Rosario G. (16 de marzo de 1995). Carlos Carnicero vuelve a Confesiones. *El País*. Recuperado de: [https://elpais.com/diario/1995/03/16/radiotv/795308403\\_850215.html](https://elpais.com/diario/1995/03/16/radiotv/795308403_850215.html)
- Grabe, Mark Elizabeth (2002). “Maintaining the moral order: a functional analysis of “The Jerry Springer Show””. *Critical Studies in Media Communication*, 19(3), 311-328. <https://doi.org/10.1080/07393180216563>
- Jiménez Iglesias, Estefanía (2010). “Talk show y audiencia: los procesos de recepción de un género de telerrealidad”. (Tesis doctoral). Universidad del País Vasco, España.
- Julián Lago defiende la “honestidad y profesionalidad de su trabajo en Tele5” (16 de octubre de 1993). *La Vanguardia*. Recuperado de: <http://hemeroteca.lavanguardia.com/preview/1993/10/16/pagina-5/33732870/pdf.html?search=-Julián%20Lago%20defiende%20la%20honestidad%20y%20profesionalidad%20de%20su%20trabajo%20en%20Tele5>
- Kilborn, Richard W. (2003). *Staging the Real: factual TV Programming in the Age of Big Brother*. Manchester: Manchester University Press.
- La venganza de Antonia dell’Atte aportó 7.363.000 espectadores a Tele 5 (15 de octubre de 1993). *La Vanguardia*.
- Lacalle Zalduendo, María Rosario (2000). “Mitologías cotidianas y pequeños rituales televisivos. Los *talk shows*”. *Anàlisi*, 24, 79-92. <https://www.raco.cat/index.php/Analisi/article/view/15011>
- Lacalle Zalduendo, María Rosario (2001). *El espectador televisivo. Los programas de entretenimiento*, Gedisa Editorial, Barcelona.
- Livingstone, Sonia, y Lunt, Peter (1994). *Talk on television: Audience participation and public debate (Communication and society)*. London: Routledge.
- Lunt, Peter, y Stenner, Paul (2005). “The Jerry Springer Show as an emotional public sphere”. *Media, Culture & Society*, 27(1), 59–81. <https://doi.org/10.1177/0163443705049058>
- Manga, Julie (2003). *Talking trash: The culture of daytime tv talk shows*. New York: NYU Press.
- Mateos-Pérez, Javier (2011). “La telerrealidad en las televisiones españolas (1990-1994)”. *Comunicación y Sociedad*, 15 (enero-junio 2011), 169-194. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34615397008>
- Palacio, Manuel (2007). “Elementos para una genealogía del término “telebasura” en España”. *Tripodos*, 21, 9-15. <https://www.raco.cat/index.php/Tripodos/article/view/73540/85197>
- Prieto, Carlo (22 de octubre de 2017). No conteste, hágalo después de la publicidad. La historia oculta de La máquina de la verdad. *El Confidencial*. Recuperado de: [https://www.elconfidencial.com/cultura/2017-10-22/la-maquina-de-la-verdad-telecinco-julian-lago\\_1464412/](https://www.elconfidencial.com/cultura/2017-10-22/la-maquina-de-la-verdad-telecinco-julian-lago_1464412/)
- Quijorna, Christian (1 de febrero de 2017). 7 casas que nos enseñó *Aquí hay tomate*. *FormulaTV*. Recuperado de: <http://www.formulatv.com/noticias/63948/7-cosas-enseno-aqui-hay-tomate/>
- Riding, Alla (19 de junio de 1994). Not Guilty, Huh? Tell It to the Lie Detector. *The New York Times*.
- Roma, Pepa (13 de febrero de 1994). La televisión de los milagros. *La Vanguardia. Revista*, p.2. Recuperado de: <http://hemeroteca.lavanguardia.com/preview/2010/12/11/pagina-2/34390233/pdf.html?search=E1%20bus%20reality>.
- Sampedro, Víctor Francisco (2002). “Telebasura: McTele y ETT”. *Zer: Revista de estudios de comunicación*, 13. Recuperado de: <https://www.ehu.es/ojs/index.php/Zer/article/view/6016/5698>
- Schütz, Astrid (1997). “Self-presentational tactics of talk-show guests: A comparison of politicians, experts, and entertainers”. *Journal of Applied Social Psychology*, 27 (21), 1941-1952. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.1997.tb01633.x>
- Timberg, Bernard, y Erler, Bob (2002). *Television talk: A history of the tv talk show*. Austin (Texas): University of Texas Press.

José Cabeza imparte clases de Guion y de Historia de la Comunicación en la Universidad Rey Juan Carlos (Madrid). Sus líneas de investigación están relacionadas con la creación narrativa audiovisual y la historia social de los medios audiovisuales. Ha publicado varios libros sobre narrativa y cine y actualmente está trabajando en la evolución del *reality show* y el *talk show* en España. También ha colaborado en varios proyectos de investigación sobre la historia de la televisión en España y ha publicado en revistas nacionales e internacionales como *Revista Latina de Comunicación Social* o *European Journal of Communication*. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1047-2733>

Raúl Casado Linares comenzó su carrera como profesor universitario en la Hogeschool Inholland (Haarlem, Países Bajos) y, al año siguiente, en la Utrecht University of Applied Sciences. En la actualidad es profesor universitario en el Institute of International Business and Communication de la HAN University of Applied Sciences en Arnhem. Su actividad investigadora actual se centra en la evolución de los *reality show* y un proyecto interuniversitario sobre discursos de odio. Previamente, desarrolló su trayectoria profesional en una variedad de roles de análisis y consultoría en la empresa privada. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6121-8279>