

# ¿Políticos o tertulianos? ¿Periodismo de datos o infoentretenimiento?: el caso de '*El Objetivo*' y los entrevistados profesionales

Ana María Velasco Molpeceres – Universidad de Valladolid (UVA) –  
anamaria.velasco.molpeceres@uva.es

Esmeralda Hernández Toledano - Universidad de Valladolid (UVA) –  
esme\_cbc@hotmail.com

## **Abstract:**

El fin de este trabajo es el análisis del programa *El Objetivo*, en concreto, en lo tocante a las entrevistas realizadas a políticos. Tras estudiar las cinco temporadas del mismo, que comenzó a emitirse el 2 de junio de 2013 y continúa hoy, hemos comprobado que los políticos entrevistados se han repetido en numerosas ocasiones, conformando una especie de nómina de colaboradores oficiosos del programa.

Esta frivolidad del debate político, sobre todo en un programa que se llama *El Objetivo* en alusión a su supuesta objetividad y a, especialmente, su dedicación al incontestable 'periodismo de datos' consideramos que es una muestra de la popularización del fenómeno del infoentretenimiento en la televisión y en la política.

A partir de estos hechos, para su estudio, se elaborará una plantilla de análisis, cuantitativo y cualitativo, para profundizar en las entrevistas y apariciones de los distintos políticos en las cuatro temporadas de *El Objetivo* y analizar qué tipo de relación mantienen los políticos con este programa (es decir, si son tertulianos oficiosos y con qué perfil se posicionan en la nueva política); así como la seriedad o frivolidad del mismo: en definitiva, si se puede adscribir al

riguroso 'periodismo de datos' o al alegre infoentretenimiento (del que pretenden alejarse).

Como uno de los objetivos del estudio científico del infoentretenimiento en las pantallas – profundizando en la relación entre políticos, medios y prosumidores – es abordar los contenidos políticos difundidos, en clave de entretenimiento, por los distintos medios de comunicación así como la investigación sobre la comunicación de partidos y representantes políticos en su acercamiento a la audiencia, consideramos que este trabajo se pliega completamente a estos horizontes ya que pretende estudiar el tipo de programación del medio La Sexta a través del programa *El Objetivo*; el tipo de comunicación política que se hace en él y el papel de la ciudadanía en el mismo.

**Keywords:** Comunicación Política; Infoentretenimiento; Personalización; El Objetivo; La Sexta; Politainment

## 1. Introducción: el infoentretenimiento y la personalización

El programa de televisión *El Objetivo* comenzó a emitirse el dos de junio de 2013 en La Sexta, perdurando hasta hoy. Producido por Globomedia para Atresmedia Televisión, se considera el primer producto televisivo español que se basa en el género del 'fact check' o el periodismo de datos. Centrado en la actualidad informativa, es conocido sobre todo por las incisivas entrevistas a políticos realizados por Ana Pastor.

Su conductora, ha hecho de ese estilema su rasgo de identidad, en oposición, por ejemplo, a la candidez y al 'laissez faire' de Jordi Évole en *Salvados*, programa al que continúa en la emisión generalmente, formando una especie de 'todo' o 'tándem' en el último día de la semana y orbitando en torno a la figura de sus dos presentadores, y queremos profundizar hasta qué punto el programa queda definido por su impronta, eclipsando o no el género del periodismo de datos.

Este trabajo estudia el papel que algunos aspectos de la Comunicación Política tienen en *El Objetivo*, así como pretende analizar el formato y el devenir mismo del programa. Para ello, vamos a utilizar los conceptos de Infoentretenimiento, de *Politainment* y de Personalización y los vamos a tratar tanto en lo relativo a

## La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

---

su utilización por los políticos en relación a los *mass media*, y en concreto en este programa, como por el propio espacio en lo relativo a su desarrollo.

Así, el fin de este trabajo es el análisis de las entrevistas realizadas a políticos en *El Objetivo* pues la hipótesis del mismo es que estos supuestos entrevistados en realidad son colaboradores del programa, tertulianos que lo son en todo salvo en el nombre. Del mismo modo, el show se ha ido alejando del 'periodismo de datos' para centrarse en la dinámica de su presentadora, a través de las entrevistas, incurriendo en un caso de espectacularización de la política, de *Infotainment* y *Politainment* y de personalización.

Tras estudiar las cinco temporadas del mismo, y concretamente los noventa y cuatro programas emitidos hasta el 28 de febrero de 2016, hemos comprobado que los políticos entrevistados se han repetido en numerosas ocasiones, conformando una especie de nómina de colaboradores oficiosa del programa y también hemos visto cómo el formato inicial (comprobar un tema, en el caso del primer programa: ¿mienten los políticos?, a través de diversas fuentes) ha pasado a enfocarse a la entrevista personal realizada por Ana Pastor, siguiendo un estilo muy agresivo y personal.

Esta frivolidad del debate político, sobre todo en un programa que se llama '*El Objetivo*' en alusión a su supuesta objetividad y a, especialmente, su dedicación al incontestable 'periodismo de datos' consideramos que es una muestra de la popularización del fenómeno del infoentretenimiento en la televisión y en la política.

A partir de estos hechos, para su estudio, se elaborará una plantilla de análisis, cuantitativo y cualitativo, para profundizar en las entrevistas y apariciones de los distintos políticos en las cinco temporadas de '*El Objetivo*' y analizar qué tipo de relación mantienen los políticos con este programa (es decir, si son tertulianos oficiosos y con qué perfil se posicionan en la nueva política); así como la seriedad o frivolidad del mismo: en definitiva, si se puede adscribir al riguroso 'periodismo de datos' o al alegre infoentretenimiento (del que pretenden alejarse).

Como uno de los objetivos del estudio científico del infoentretenimiento en las pantallas – profundizando en la relación entre políticos, medios y prosumidores

– es abordar los contenidos políticos difundidos, en clave de entretenimiento, por los distintos medios de comunicación así como la investigación sobre la comunicación de partidos y representantes políticos en su acercamiento a la audiencia, consideramos que este trabajo se vincula a estos horizontes ya que pretende estudiar el tipo de programación del medio La Sexta a través del programa '*El Objetivo*'; el tipo de comunicación política que se hace en él y el papel de la ciudadanía en el mismo.

### **2. El Objetivo: ¿periodismo de datos o una versión light, basada en la entrevista a la Pastor?**

Aunque habitualmente se conoce el programa como *El Objetivo*, lo cierto es que el nombre completo es *El Objetivo de Ana Pastor*, complemento del título que, en nuestra opinión, añade un matiz muy importante: es decir, incluye la subjetividad y el personalismo en lo que, en principio, pretendía ser aséptico y casi científico. De hecho, no podemos obviar que el programa se diseñó a medida de Ana Pastor desde su inicio. Por eso, vinculado a la personalización que se vive en la política y en el estilo de los medios de comunicación, nos parece interesante indagar en los comienzos del programa.

El dos de junio de 2013 se estrenó en La Sexta, en prime time, tras anunciarse el tres de abril de ese año la vuelta de Ana Pastor a la televisión nacional en abierto. La periodista, nacida en Madrid en 1977, es licenciada en Periodismo por la Universidad CEU San Pablo y conocida en los medios desde 1999, cuando comenzó a trabajar en la Cadena SER, junto al equipo de Iñaki Gabilondo, especializada en información internacional. Allí dirigió y presentó el semanal *Punto de Fuga*, en el que se descubriría como una interesante entrevistadora a destacadas personalidades del panorama internacional.

Con esos credenciales, en 2006 fichó por Radio Televisión Española para presentar *59 segundos*, un programa de debate de la actualidad política cuyo rasgo más original es que cada participante solo dispone de un minuto para dar su opinión sobre el tema.

En este formato, Pastor, rechazaba de alguna manera el estilo personal que ya le definía como entrevistadora – afirmando ser “combativa” pero desechándolo

## La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

---

para ese programa en concreto – y apostaba por la neutralidad y el valor del debate moderado de forma impersonal, en el que el sello de identidad es el de los contertulios. Así, declaró:

“Yo soy combativa, pero como moderadora he de apostar por dar turno a todos los contertulios (...) El sello personal es el programa, un debate plural que enganche a todos. La política es apasionante y una apuesta importante para esta temporada sería enganchar a la gente joven. Porque es mentira que no les interese la política”<sup>1</sup>.

Sin embargo, en 2009 pasó a presentar *Los desayunos de TVE*, basado principalmente en la entrevista, en la que había incidido en su etapa en 59 segundos aunque el objetivo del programa fuera fundamentalmente el debate político. Entre septiembre de ese año y 2012 presentó el espacio, sustituyendo a Pepa Bueno, y haciéndolo líder de su franja horaria al poco de su llegada. El espíritu 'combativo' con el que ella definía su estilo periodístico iba a convertirse definitivamente en su seña de identidad y a hacerse un hueco en los gustos de los espectadores. De hecho, tras su salida del programa, los datos de audiencia no volvieron a registrar su éxito.

Dos incidentes ocurridos en el transcurso de dos importantes entrevistas a líderes internacionales hicieron de Ana Pastor un ejemplo periodístico y acercaron su persona al gran público. En primer lugar, el 15 de marzo de 2011, en una entrevista al presidente de Irán, Mahmud Ahmadineyad, el velo que le cubría la melena se le cayó y su pelo quedó al aire durante sus preguntas, un hecho grave en el país que obliga a todas las mujeres, tanto nacionales como extranjeras, a cubrirse el cabello con el hiyab. Aparte de por ese incidente, la tensión no estuvo exenta de tensión, sobre todo cuando ante la respuesta del presidente iraní enunciada a modo de preguntas hacia Pastor – para explicar que era Occidente la que financiaba las dictaduras islámicas –, ella le dice “Presidente, los periodistas, no sé aquí, pero en España no estamos acostumbrados a responder a preguntas sino a hacerlas”.

---

1.<sup>1</sup> FórmulaTV (2006): “Ana Pastor debuta como presentadora de '59 segundos', en FórmulaTV.com, septiembre: <http://www.formulatv.com/noticias/2847/ana-pastor-debuta-como-presentadora-de-59-segundos/>

## La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

---

El otro encontronazo que le dio repercusión fue su réplica al presidente de Ecuador, Rafael Correa, a quien le explicó, en marzo de 2012, que no estaba “acostumbrada ni a responder a preguntas de entrevistados ni a que me llamen Anita” y defendió la libertad de la prensa, frente a los comentarios sobre la parcialidad de la prensa que hacía el ecuatoriano. Paradójicamente, cuando en noviembre de ese año fue entrevistado de nuevo por TVE y preguntó por Ana Pastor, le explicaron que había sido despedida tras el cambio de gobierno y el presidente se reafirmó en la falta de independencia de los medios, que anteriormente ella había defendido.

En agosto de 2011 el portavoz del Partido Popular, tras una tensa entrevista con María Dolores de Cospedal que consideraba que RTVE era una cadena parcial, ante el rechazo de Ana Pastor de sus críticas, se insinuó que unas nuevas elecciones en las que el PP ganase, provocarían su despido. El debate sobre la parcialidad o no de Ana Pastor estaba sobre la mesa, por un lado, espoleado por las voces contrarias del PP y, por otro, acreditada por galardones a su imparcialidad como el 'Premio a la libertad de Expresión' (2011) de la Asociación de Prensa Nacional.

Sin embargo, precisamente lo que ocurrió tras el triunfo del PP en las elecciones de noviembre de 2011, fue que Ana Pastor el cuatro de agosto de 2012 fue cesada de la dirección del programa *Los desayunos de TVE*. Aunque inicialmente se informó que ella había rechazado hacerse cargo de otro programa, pero lo desmintió y afirmó que la habían echado por actuar como una periodista, marginada de la parcialidad que el partido quería imponer en los medios.

En septiembre de 2012 CNN en Español anunció su fichaje para el programa *Frente a frente*, en el que haría entrevistas a destacadas personalidades nacionales e internacionales de la política, el deporte y la cultura. Pero, como hemos señalado, el tres de abril de 2013 se produjo la vuelta real a la televisión nacional en abierto tras fichar por Atresmedia y diseñarse para ella *El Objetivo* (insistimos: titulado *El Objetivo de Ana Pastor*) del que sería directora y presentadora hasta hoy. Su aparición en las parrillas españolas suponía el desembarco del género televisivo del 'fact check' o del periodismo de datos

## La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

---

(verificación), sin embargo, tras un programa inicial dedicado a investigar si los políticos mentían, el género preferido por Ana Pastor: la entrevista (es más, la entrevista tensa) – y en el que los espectadores encajaban su estilo – hace su aparición. A continuación, vamos a estudiar este aspecto más profundamente.

### 3. El Politainment: la política de caras y tertulias

De los noventa y cuatro programas emitidos hasta el 28 de febrero de 2016: solo treinta y siete siguieron el modelo del primer programa, el que más estuvo en la línea del 'fact check', sin contar con una entrevista cara a cara al estilo Ana Pastor que tuviese todo el protagonismo. Es decir, menos del cuarenta por ciento de los programas emitidos pueden situarse en la línea de explorar un tema concreto a través de distintas fuentes.

Sin embargo, aún es más llamativo cuando se estudia por temporada. La primera temporada, con seis emisiones, contó con el primero (¿Mienten los políticos?) y el cuarto (Objetivo Hacienda) únicamente siguiendo esa línea. La segunda temporada, con catorce programas, solo tuvo uno (Objetivo Rey, el undécimo en número absoluto) dedicado a estudiar un tema, sin una entrevista como elemento destacado. En la tercera temporada, de diecinueve emisiones, solo siete programas se dedicaron a un tema en concreto (los programas 24, 25, 28, 31, 33, 35 y 37).

En la cuarta, diecinueve de los treinta y cuatro emitidos (las emisiones 40, 42, 43, 44, 45, 46, 50, 51, 52, 55, 56, 57, 60, 61, 65, 66, 67, 68 y 69), pero cabe señalar que se trataba de un año electoral (municipales y autonómicas, lo que desembocó en especiales en todas las cadenas y especialmente en La Sexta), tema al que se dedicaron numerosos programas. Lo mismo ocurrió en la quinta temporada, que de diecinueve emisiones hasta el 28 de febrero, ocho se dedicaron a un tema concreto y a explorar la actualidad, como inicialmente se planteó, sin centrarse en la entrevista a una personalidad.

Este alejamiento del objetivo principal del programa nos hace señalar que el mismo es más bien de entrevistas (el 60% de los programas emitidos se dedican a un cara a cara con un invitado estrella, en el que además se sigue el estilo de entrevista personal con el sello de Ana Pastor, esto es, la tensión y la

## La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

---

agresividad por parte de ella, que 'arrinconan' al entrevistado con preguntas incisivas, repitiendo las cuestiones que quedan en el aire o que sus partenaires intentan evitar con circunloquios).

Y, aún más, si tenemos en cuenta que, hasta la cuarta temporada (2014/2015) en el que las elecciones municipales y autonómicas primero, y las generales después (quinta temporada: 2015/2016), el número de programas temáticos (como inicialmente se planteó el formato de *El Objetivo*) fue solo de un 25% (10 programas, de treinta y nueve).

Ante estos datos, atendiendo a que hasta el año electoral de 2014 el 75% de los programas emitidos de *El Objetivo* estuvieron basados en un cara a cara entre Ana Pastor y un entrevistado (y a que, valorando sus cinco temporadas hasta el 28 de febrero de 2016, el porcentaje de programas centrados en entrevistas fue del 60%), podemos concluir que el personalismo de Ana Pastor, vinculado al género de la entrevista, es destacado y que *El Objetivo* debe inscribirse en la línea del politainment, y del periodismo light o espectacularizado en lo relativo a la información para atraer y entretener al público (sin negar que hay un componente informativo en lo emitido, sin duda), no en la del periodismo de datos, aunque de ella tome ciertos elementos que lo hacen novedoso y lo permiten definirse en la parrilla.

Una vez estudiado esto, queremos repasar la nómina de entrevistados pues consideramos que, dado que la persona de Ana Pastor y su personalidad, han definido el producto que comenzó asociado al 'fact check' como un programa de entrevistas (de tensión, como lo hemos definido anteriormente), resulta llamativo asistir a la repetición de fuentes y entrevistados, especialmente de los llamados 'nuevos partidos' o 'partidos del cambio', es decir, de Podemos y de Ciudadanos, dos fenómenos nacidos en torno a las elecciones europeas y desarrollados en buena medida de forma mediática a través de las apariciones, sobre todo, de Pablo Iglesias en La Sexta, como tertuliano.

Por ejemplo, Albert Rivera ha sido entrevistado en el programa 20, en el 59, en el 70 y en el 84; Pablo Iglesias en el 38, 48 y 85; Alberto Garzón en el 39, 82 y 93; José Manuel Soria en el 30 y el 53; Luis de Guindos en el 2 y en el 54 o José Manuel García-Margallo en el 3 y en el 64. Resulta curioso comprobar



## La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

---

cómo una de las primeras críticas que Ana Pastor, y de las más encendidas, hacía a Albert Rivera en el programa era la falta de un equipo que respaldara a Ciudadanos – afirmando que parecía un partido formado por él solo, basado únicamente en su líder y en el personalismo al que por ello se obligaba a la formación –, mientras que es el que más veces (cuatro) ha sido entrevistado, seguido de Pablo Iglesias y Alberto Garzón (tres cada uno).

Esto creemos que puede explicarse por el auge del personalismo en la política, vinculando el partido al líder para que los medios no se pierdan y focalicen en el candidato las virtudes y la ideología del partido (sin tener que recurrir a trasladar una ideología o un programa electoral al votante, reconvertido en espectador). De hecho, si analizamos los 57 de los 94 programas centrados en una entrevista, estos seis entrevistados (que suman en total 16 emisiones) representan el 28% del total de entrevistas, de modo que casi uno de cada tres programas estuvo centrado en ellos, es decir, en las mismas fuentes. Considerando que *El Objetivo* prima la pluralidad de fuentes y busca contrastar en ellas y por ellas las diferentes informaciones para llegar a la verdad, parece difícil concluir que ese objetivo se cumpla.

El programa contribuye, pues, desde nuestro punto de vista, a la extensión de una política personalista, basada en el líder y su comportamiento ante los medios, que se basa sobre todo en apariciones estudiadas vinculadas al infotainment o al politainment pero no a informaciones serias y contrastadas (referidas al periodismo de investigación o de datos), ya que es el espectáculo (y la representación de una entrevista llena de tensión no deja de serlo), lo que prima en *El Objetivo*.

Por ello, viendo la nómina de entrevistados (aunque mayoritariamente de izquierdas, cabe señalar que al programa han acudido bastantes representantes del PP, incluso ministros que, como hemos mencionado, han llegado a repetir) nos planteamos hasta qué punto no son, en el caso de Albert Rivera, Pablo Iglesias y Alberto Garzón sobre todo, tertulianos officiosos. Desde luego, teniendo en cuenta sus intervenciones, parecen prestarse al personalismo y al infoshow. De Podemos han aparecido más representantes:

## La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

---

en concreto, Íñigo Errejón, Ada Colau o Manuela Carmena; pero no de Ciudadanos.

Y un tema importante, además, es la presencia o, mejor dicho, la ausencia de las fobias de Ana Pastor. Descartando a Rajoy, que hasta su aparición en *En la tuya o en la mía* (TVE), en la versión de La Sexta del *Tengo una pregunta para usted* y en *Qué tiempo tan feliz* (T5), la presencia de políticos del PP es destacada, y a nivel gubernamental, pero hay dos cuestiones claras: uno, el mal trato o la tensión en las entrevistas de Ana Pastor con los miembros de UPyD (Rosa Díez, Andrés Herzog o Toni Cantó) que se saldó con la acusación a la presentadora de parcialidad y odio especial al partido; y la ausencia de políticos del PSOE, llamativa es la falta de Pedro Sánchez (que incluso llamó a *Sálvame*, y que nunca ha renegado de los medios de comunicación como herramientas de marketing para su campaña política) y su falta de sintonía con José Bono, que ya venía de su pasado en TVE y que fue destacada en su entrevista al comienzo del programa.

Es cierto que acudieron José Luis Rodríguez Zapatero, Felipe González y Alfredo Pérez Rubalcaba pero la ausencia de Pedro Sánchez es notoria, igual que en *Salvados* – señalándose además que el candidato había prometido ir, pero finalmente no acudió –; sobre todo teniendo en cuenta que La Sexta es una cadena abiertamente de izquierdas.

En este devenir del programa, cabe preguntarse por el papel que el equipo *Salvados-El objetivo*, emitiéndose actualmente el segundo a continuación del primero, juega en la configuración de la imagen de La Sexta y de la 'nueva política'. *Salvados* es un programa que, si bien no es únicamente sobre política, a diferencia de *El Objetivo* que está mucho más centrado o, que está casi monopolizado por esa línea temática, se centra también en la personalidad de su conductor: Jordi Évole, quien ha hecho del *laissez faire* con los entrevistados, mezclado con una falsa ingenuidad y bondad, su rasgo de estilo. Sin embargo, del primitivo estilo satírico y molesto del Follonero, como era conocido Évole, ha pasado a ser un programa de gran seriedad y que toca temas profundos, con gran repercusión social (aunque con un sesgo ideológico vinculado a la izquierda claro). Desde el primer programa de *El Objetivo*, Jordi

## La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

---

Évole apareció 'pasándole' de algún modo el testigo a Ana Pastor del liderazgo político de la cadena, y las imágenes en las que se equipara al uno con la otra – por ejemplo, vistiéndoles a juego en las imágenes promocionales – son recurrentes.

No obstante, a juzgar por lo expuesto anteriormente, consideramos que ambos programas han seguido el recorrido opuesto: *El Objetivo*, que nació con vocación de objetividad, de investigación, de vincularse al periodismo de datos y de informar con muchas fuentes, plurales y variadas, notificando a la audiencia a cuáles acudía para que libremente se contrastaran las informaciones vertidas, demostrando que no había parcialidad ni interés, ha pasado a utilizar las herramientas del 'fact check' como un recurso espectacular y a vincularse al personalismo y al politainment; por un lado, el programa no tiene sentido sin Ana Pastor como entrevistadora (y utilizando un tipo de entrevista falsamente tensa, o artificialmente incisiva), ni sin esa nómina de entrevistados que atraen a la audiencia (especialmente Albert Rivera y Pablo Iglesias). Como esta herramienta le ha dado gran éxito de cara a la audiencia, siendo el año 2015/2016 el que mejores datos de share ha registrado, parece claro señalar que la adscripción del programa en el infotainment o en el politainment, y en el personalismo vinculado a las entrevistas, es clara.

Tras este análisis, hemos extraído unas conclusiones que pasamos ahora a detallar.

#### 4. Conclusiones de la investigación

- En líneas generales, podemos decir que el programa de La Sexta, *El Objetivo*, se corresponde con el género del periodismo de datos, en el que se autoincluye, en tanto que utiliza efectivamente la comprobación de ciertos hechos 'verificables' pero que este recurso no es más que un elemento de innovación que enmascara un formato mucho más tradicional: el de entrevista, desarrollada por Ana Pastor, con una fuerte impronta personal basada en la tensión, en la agresividad de las preguntas y en una fuerte conducción de la entrevista, que no es una charla, sino una especie de partido de tenis.

## La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

---

- Por ello, concluimos que el programa utiliza ciertas herramientas del 'fact check' con el objetivo de atraer a la audiencia y como un recurso de espectacularización, vinculado al infotainment y, en concreto, al politainment. Así, *El Objetivo* tiene ciertas secciones vinculadas al periodismo de datos, pero su seña de identidad es la entrevista conducida por Ana Pastor, no las secciones o los contenidos adscritos a ese género.
- Respecto a la pregunta sobre si los políticos eran entrevistados o tertulianos, la valoración que hemos realizado nos lleva a señalar que la nómina de ellos es tan recurrente que, especialmente con Pablo Iglesias, Íñigo Errejón – de Podemos – y Albert Rivera – de Ciudadanos –, su estatus es más bien el de tertulianos. Esto, igual que el uso light del periodismo de datos, encuadra en nuestra opinión al programa en el espacio de los formatos de politainment.
- Además de inscribirse en el fenómeno del infotainment y del politainment, consideramos que, por la destacada presencia de Ana Pastor, y por el tratamiento dado a los políticos – aunque al principio, por ejemplo, a Albert Rivera se le criticaba que fuera su cara la única que conocíamos de Ciudadanos, *El Objetivo* fomenta esa identificación entre líder-partido, acudiendo habitualmente a las mismas voces – se puede considerar un claro ejemplo de extensión del personalismo tanto en la política como en la comunicación. Incluso el nombre lo señala: *El Objetivo (de Ana Pastor)*, pues lo importante es la seña de identidad y el discurso de cada uno de sus intervinientes, sobre todo, en relación a su feeling o falta del mismo, con Ana Pastor.
- De modo que, tal y como se planteaba en la hipótesis inicial, consideramos que *El Objetivo* debe considerarse un programa de infoentretenimiento, vinculado especialmente a la política y al politainment, y que su autodefinida objetividad e inclusión en el periodismo de investigación debe rechazarse. El uso y detalle de las fuentes utilizadas, la presencia de secciones como 'Maldita hemeroteca' o de la verificación de un tema, así como la aparición de programas no

## La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

---

focalizados en la entrevista de Ana Pastor, no puede ocultar que se trata fundamentalmente de un programa de entrevistas, en el que el sello de Pastor es destacado.

### 5. Referencias bibliográficas

L Arroyo (2012). *El poder político en escena: historia, estrategias y liturgias de la comunicación política*. Barcelona: RBA.

M. A. Baum & A. S. Jamison (2006): “The Oprah effect: How soft news helps inattentive citizens vote consistently” en *Journal of Politics*, nº 68, pp. 946-959.

S Berrocal, M Redondo, V Martín., & E Campos. (2014): “La presencia del “infoentretenimiento» en los canales generalistas de la TDT española” en *Revista Latina de Comunicación Social*, 69, pp. 85-103.

S Berrocal & E Cebrián. (2013): La irrupción del «infoentretenimiento» en la comunicación política española. Una propuesta para la sistematización de sus formatos televisivos en VVAA, *Estudios de comunicación política. Libro del año 2012* (coord. A Capdevila). Madrid: Tecnos.

S Berrocal Gonzalo, M Redondo García & E Campos Domínguez (2012): “Una aproximación al estudio del infoentretenimiento en Internet: origen, desarrollo y perspectivas futuras” en *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, nº4. Castellón: Asociación para el Desarrollo de la Comunicación adComunica, Universidad Complutense de Madrid y Universitat Jaume I, pp. 63-79.

K. Brants (1998): “Who’s Afraid of Infotainment?” en *European Journal of Communication*, nº 13, pp. 315-335.

P Chavero Ramírez (2015): *Prensa y política en tiempos de crisis: estudio de la legislatura 2008-2011*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

C Ferré Pavia (2013): *Infoentrenimiento: el formato imparable de la era del espectáculo*. Barcelona: UOC.

A Gutiérrez-Rubí (2011). *La Política vigilada: la comunicación política en la era de Wikileaks*. Barcelona: Editorial UOC.

J Langer (2000): *La televisión sensacionalista*. Barcelona: Paidós.

G Mazzoleni (2010): *La comunicación política*. Madrid: Alianza, D.L.

## La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

---

J Rey Morató (1998): *El naufragio del periodismo en la era de la televisión: la industria del “infoentretenimiento”*. Madrid: Fragua.

S Ortells. (2011): “La consolidación de los programas de infoentretenimiento en el panorama televisivo español” XVI Jornades de Foment de la Investigació de la FCHS, Universidad Jaume I, pp. 279-293.

G Sartori. (1997): *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Madrid: Taurus.

M. Taniguchi (2011): “The electoral consequences of candidate appearances on soft news programs” en *Political Communication*, nº 28, pp. 67-86.

C. Tyron (2008): “Pop Politics: Online Parody Videos, Intertextuality, and Political Participation” en *Popular Communication: The International Journal of Media and Culture*, vol. 6, pp. 209-213.

R Yanes Mesa (2009): *Comunicación política y periodismo: apuntes para la eficacia del mensaje persuasivo*. Madrid: Fragua Editorial.