

# ‘EL INFORMAL’, EL DOBLAJE Y SU PROGRAMACIÓN EN ‘ACCESS PRIME TIME’ COMO EJES DEL ÉXITO TELEVISIVO DE UN FORMATO PERIODÍSTICO DE HUMOR

‘THE INFORMAL’, THE DUBBING AND ITS PROGRAMMING IN ‘ACCESS PRIME TIME’  
AS AXES OF THE TELEVISION SUCCESS OF A JOURNALISTIC HUMOR FORMAT

---

**Patricia Gascón Vera**

patriciagasconvera@gmail.com  <https://orcid.org/0000-0002-8516-3225>

**Universidad de Zaragoza**

---



**Para citar este trabajo:** Gascón-Vera, P. (2019). ‘El Informal’, el doblaje y su programación en ‘access prime time’ como ejes del éxito televisivo de un formato periodístico de humor. *index.comunicación*, 9(3), 139-163.

**Resumen1:** Las imitaciones, los doblajes y los *sketches* musicales empleados a finales de los noventa en la televisión española por *El Informal* fueron algunas de las claves del éxito de este formato. Unas técnicas que todavía pueden verse en las escaletas actuales, ya que hace dos décadas este formato periodístico de humor fue pionero en el uso de técnicas audiovisuales. También de recursos televisivos como la utilización y progresión de la figura de los reporteros, su programación con gratas cifras de audiencia en la franja del *access prime time* o la creación de un argot propio. Para conocer su historia, se ha realizado un análisis descriptivo de la mano de cinco criterios con los que medir el éxito televisivo; junto con dos metodologías complementarias entre sí, el análisis de contenido y la entrevista en profundidad. Una triangulación metodológica con la se ha obtenido el presente análisis histórico de un formato que ha derivado en nuevas tendencias de producción, contenido y consumo, dentro de la tipología de programas que conjugan humor y actualidad. Como se comprueba en los resultados, se estima que *El Informal* puede entenderse como pionero de la televisión actual, y representa un exponente audiovisual en la historia reciente de la televisión. **Palabras clave:** televisión; infotretretenimiento; historia de la televisión; programación televisiva; formatos; humor.

**Abstract:** The imitations, dubbing and musical sketches used by *El Informal* at the end of the nineties on Spanish television were some of the keys to the success of this format. Two decades ago this journalistic humor format pioneered the use of audiovisual techniques that can still be seen in current programs across the grid. This format also initiated the use of television resources such as the use and progression of the figure of reporters, their programming with pleasant audience figures in the access prime time strip or the creation of their own slang. To get to know its history, a descriptive analysis of five criteria has been carried out in order to measure the television success. Two complementary methodologies –the content analysis and the in- depth interview– have also been used. A methodological triangulation with the present historical analysis of a format that has resulted in new trends in production, content and consumption has been obtained, within the typology of programs that combine humor and current affairs. As can be seen in the results, it is estimated that *El Informal* can be understood as a pioneer of current television, and it represents an audiovisual exponent in the recent history of television. **Keywords:** Television; Infotainment; History of television; Television programming; Formats; Humor.

---

<sup>1</sup> Investigación realizada por personal investigador predoctoral en formación para el período 2018-2022, Departamento de Innovación, Investigación y Universidad del Gobierno de Aragón y cofinanciado con el Programa Operativo Fondo Social Europeo FSE 2014-2020, «Construyendo desde Aragón».

## 1. Introducción

El 13 de julio de 1998 comenzó sus emisiones *El Informal* (Telecinco, 1998-2002) un formato periodístico de humor que supuso un antes y un después en el infoentretenimiento en España. Un género, el también denominado *infotainment*, que, según Ferré, Sintes y Gayá (2013: 386) «incluye la información entendida como hechos noticiables de actualidad —es decir, aquellos que han sido cubiertos por los géneros tradicionales y que la audiencia informada conoce— y el entretenimiento, el uso del humor o de la sátira para explicar estos hechos».

Un género, como aseguran estos autores, «abarca tanto la programación como el tratamiento de las noticias». Este tipo de televisión y todos los subgéneros abarcables dentro de los contenidos que mezclan periodismo y humor se estima que surgieron en España debido al proceso de privatización de la televisión iniciado en los años noventa, desde el cual aumentó la competencia y se inició la pugna por las audiencias. Como atestigua Valhondo (2011a: 36):

Su auge desde finales de la década de los noventa es refrendado por los índices de audiencia del género. La suma de las cuotas de pantalla de los programas *Caiga quien Caiga*, *El Guiñol* y *El Informal* superaron en más de la mitad el total de espectadores que vieron el informativo con más audiencia del momento (TVE1).

De esta forma, *El Informal* fue uno de los pioneros en el tratamiento de los temas de la actualidad de la mano del humor junto con *Caiga Quien Caiga* (Telecinco, 1996-2002 y 2005-2008; La Sexta, 2008; Cuatro, 2010) «uno de los primeros programas satíricos del medio» televisivo, según Valhondo (2011 b: 256). También se emitía en Telecinco y ejercía una crítica irónica sobre la actualidad, de la mano de reporteros y con características muy similares al programa de estudio, pero programado en la sobremesa de los domingos. Asimismo, bajo el paraguas del infoentretenimiento se completaba la parrilla televisiva en esta época con otras fórmulas como los *late nights*, el caso de *Crónicas Marcianas* (1997-2005), también en Telecinco, o concursos en los que la actualidad se mezclaba con la música como *Parodia Nacional* (Antena 3, 1996-1999).

De este modo, este formato se encuadra dentro del género infoentretenimiento, pero según sus diferentes subgéneros podemos determinar que se trata de un ejemplo de infohumor o informativo satírico, encuadrado, además, dentro de la tipología periodismo de humor desarrollada por Gascón-Vera (2016: 64), Gascón-Vera y Marta-Lazo (2016a: 279 y 2016b: 405) e iniciada por Acevedo (1971) que tiene por objetivo poner en valor la labor periodística que se realiza en estos proyectos audiovisuales Y, del mismo modo, subrayar la importancia del trabajo que diariamente hacen sus redacciones. Con distinta carga informativa y grado de presencia de la actualidad en sus guiones la labor periodística se ejerce en todos ellos. No se trata de reformular las teorías o apreciaciones previas, sino de aportar un término que ponga el acento en el periodismo que, además, se realiza de la mano del humor y sus propias características.

Para Quintana y Plaza (2011: 88 y 89), «los programas de entretenimiento han hallado en la realidad un elemento primordial para presentar a la audiencia nuevos contenidos y formatos»

que han llenado las parrillas de televisión de «espacios de entretenimiento que introducen en sus contenidos la actualidad informativa, apropiándose de fórmulas propias del periodismo, pero con enfoques exclusivos del espectáculo». Por su parte, García (1999: 25) añade que los tres rasgos más característicos de este género son la figura del «reportero total», el uso de la «anti-entrevista» y la trasgresión como espectáculo y su incidencia en el periodismo televisivo.

Tras estas ideas sobre el género del infoentretenimiento nos acercamos a la infosátira que, según Valhondo (2007: 64), surgió en televisión a finales del siglo xx «como evolución del ablandamiento propio de la información», a través del tratamiento humorístico. También este autor, teórico sobre este tipo de programas que considera la infosátira como un género por sí mismo, determina alguno de sus rasgos:

- Propone al espectador un tratamiento satírico y paródico de la información política.
- Sus programadores se dirigen a un *target* de público joven y joven-adulto.
- Se suelen colocar en las rejillas televisivas a continuación de los informativos y como contrapunto a estos.
- Sus efectos en el público crean controversia: por una parte, se estima que fomenta un cinismo político, ya existente entre la ciudadanía y, por el contrario, sus partidarios aseguran que democratizan el género informativo.

Las referidas novedades se completaban con las apuestas propias de *El Informal*, con recursos como la utilización en sus reportajes de la figura de reporteras y reporteros, así como el uso de la franja del *access prime time* para llegar al público joven. También creó todo un elenco de personajes propios y se convirtió en un escaparate para rostros cómicos que hoy en día continúan siendo presentadores y humoristas reconocidos como Florentino Fernández o Patricia Conde, entre otros.

Otra de las cuestiones características de *El Informal* fue su banda de programación, de la que fue pionero en su uso. El *access prime time*, generalmente programado desde las 21:30 horas, se ha convertido en un momento estratégico en la televisión, ya que «ayuda a que los espectadores permanezcan visionando el canal en el *prime time* y, además, aporta gratas cifras de audiencia, puesto que es uno de los momentos diarios donde más público se concentra frente al televisor. Asimismo, dichos espectadores aportan una mayor fidelidad que otras franjas, puesto que se mantienen tras el informativo». Tal y como lo aseguran Gascón-Vera y Marta-Lazo (2019: 85) en una investigación sobre esta banda de programación y su utilización por otros formatos actuales como *El Intermedio* (La Sexta, 2006.-) o *El Hormiguero* (Cuatro, 2006-2011; Antena 3, 2011-) y los ya cancelados *Ese programa del que usted me habla* (La 2, 2018- 2019) y *Lo Siguiente* (La 1, 2018-2019).

## 2. Metodología y marco teórico

Para desarrollar esta contribución se ha analizado la evolución de este formato de una forma descriptiva e histórica a lo largo de sus cuatro años de emisión, lo que se ha completado con un

análisis de contenido basado en el visionado de sus emisiones y una entrevista en profundidad. Gracias a estos diferentes métodos de análisis utilizados se ha conocido la figura de una experiencia televisiva concreta, puesto que, tal y como se entiende, dada la envergadura de la historia audiovisual debemos definir y acotar el objeto de estudio para que pueda ser abarcable.

En opinión de Montero (2014: 13), «la historia de la televisión presenta además un problema inicial añadido, su propia mutación continua sin parangón en los medios anteriores». Una dificultad que, en palabras de Hartley (1992), determina que las metodologías que pretendan analizarla «habrán de ser flexibles y ajustarse a sus peculiaridades».

Así, estimamos que con esta triangulación conocemos las características del programa, algunas de sus emisiones más significativas y recogemos de primera mano la experiencia que lo llevó a cabo. Con el fin de conocer en profundidad uno de los formatos más representativos del periodismo de humor en España, en relación con el género del infoentretenimiento.

Concretamente, para el análisis de contenido se han analizado cerca de cincuenta variables sobre su estructura, uso de recursos humorísticos, contenido, aspectos de realización, creación y participación de la audiencia y, para ello, se han visionado tres programas representativos de su trayectoria: el primero, el estreno de la temporada de su etapa central y el penúltimo<sup>2</sup>, ya que el final podría distorsionar el conjunto.

Por su parte, la entrevista en profundidad se ha realizado a Javier Capitán, director, productor ejecutivo y presentador del formato. Sobre esta última técnica, Fernández Jiménez (2018: 295) pone el acento en su pertinencia puesto que, como él, «analizamos un objeto de estudio vivo del cual sus protagonistas pueden dar ideas clave para un mejor entendimiento».

Tanto la línea descriptiva como la información cuantitativa y cualitativa se utilizan con el objetivo de conocer el éxito de *El Informal*. Siendo la medición del éxito televisivo, como señala Gascón-Vera (2016: 44), «una tarea compleja que debe ampararse en parámetros objetivables, tales como la audiencia, la calidad o los años en emisión».

En este sentido, son destacables las ideas de «The definitive guide: How to create a hit format in ten lessons» (*Thewit.com*, 2016: 7), donde se indican los cinco ingredientes comunes de los formatos más vendidos. Indicaciones que, aunque la internacionalización en otros países no es el caso específico de este formato, nos ayudan a comprender algunas claves que comparten los formatos televisivos de éxito:

- A powerful, simple, and explicit title that is easy to understand and remember.
- A recognisable visual and sound identity, including a logo, studio, and music — so viewers know instantly what they're watching.
- A life-changing stake. The most successful formats are contests or game shows. If taking part is vital for contestants, watching will be thrilling for viewers.
- A dramatic construction generating suspense, serialisation, and emotion.

---

<sup>2</sup> Programas visionados: 13 de julio de 1998, 11 de septiembre de 2000 y el 4 de abril de 2002. Fecha de visualización: el 10 de abril de 2019 en la sede de Documentación en Mediaset.

- A stand-out attitude. Being different from what already exists is paramount. When first released, the most successful formats brought something new to their respective market: A unique selling proposition (USP)<sup>3</sup>.

Además, para articular toda la investigación, al igual que en los citados estudios previos (Gascón-Vera, 2016), se han utilizado cinco criterios para analizar el éxito de los programas televisivos. Desarrollados por Ojer (2008), concretamente, se trata del contenido, la realización técnica, la opinión de la audiencia, los premios y las críticas y el estudio del contexto audiovisual en el que se emitió el programa, como nueva contribución a estos parámetros.

### 3. Análisis del éxito de *El Informal*

Se trataba de un informativo satírico, que buscaba sacarle punta a la actualidad desde múltiples prismas como su guion, sus reportajes, sus imitaciones o sus vídeos manipulados. Este programa comenzó a emitirse desde un local comercial y sin camerinos en la calle Alberto Alcocer de Madrid, tal y como recordaba la formación original en una entrevista el día 5 de julio de 2016 en el programa *Dani & Flo* (Cuatro, 2017-2018)<sup>4</sup>. Como detalla la productora que lo generó, Globomedia, en la ficha del programa, se trataba de un «informativo diario en tono de humor, que incluía parodias, doblajes de imágenes y voz, *sketches* y reportajes en la calle».

Sobre los aspectos periodísticos, la productora también indica que utilizaba las imágenes de la actualidad diaria, las cuales sacaba de contexto, lo que otorgaba un giro a la noticia inicial. Para ello se doblaban las voces de los personajes o se servían de escenas de películas o series de televisión, que, a su vez, se constituían en entidades propias del programa como secciones.

Comenzó su andadura con una duración de quince minutos y llegó hasta la media hora. Se emitía a las 21:30 horas, y fue uno de los primeros espacios de humor en conquistar este espacio horario en España. Como comenta García (1999: 23), *El Informal* ofrecía una versión de la actualidad del día en clave de humor «con un tratamiento ácido de los temas» mientras que, a su vez, centraba «su crítica en los famosos, los políticos y los personajes del deporte». Además, este autor considera que «su gancho satírico, su capacidad de innovación y su ritmo ágil» fueron algunos de los motivos para consolidarse en su franja horaria.

Según el artículo de *Zeheb.es* (2017), con *El Informal* comenzó «un estilo de humor desaforado, a medio camino entre lo naif y lo grosero, en ese justo equilibrio entre el chiste para niños y la broma subida de tono», el cual funcionaba. Por su parte, Saló (2003: 92) lo define con las siguientes palabras: «Se trata de un programa de humor inteligente que ofrece la

---

<sup>3</sup> Un título poderoso, simple y explícito que es fácil de entender y recordar. Una identidad visual y sonora reconocible, que incluye un logotipo, un estudio y música, para que los espectadores sepan instantáneamente lo que están viendo. Una apuesta que cambia la vida. Los formatos más exitosos son concursos o programas de juegos. Si participar es vital para los concursantes, mirar será emocionante para los espectadores. Una construcción dramática que genera suspenso, serialización y emoción. Una actitud destacada. Ser diferente de lo que ya existe es primordial. Cuando se lanzó por primera vez, los formatos más exitosos trajeron algo nuevo a sus respectivos mercados: una propuesta de venta única (USP).

<sup>4</sup> Más información sobre la entrevista en <https://www.formulatv.com/noticias/68477/el-informal-cancelado-primer-mes-emision/>, fecha de consulta 9 de julio de 2019.

actualidad a través de un tamiz irónico, pero casi siempre respetuoso, en el que se conjugaban a la perfección el plató y los vídeos que le daban paso».

La mecánica de *El Informal* imitaba la estructura de un informativo tradicional. Javier Capitán introducía las noticias más destacadas del día en un tono aparentemente serio y veraz, normalmente acompañado por titulares de periódicos que aparecían superpuestos en la pantalla. Desde los sucesos políticos y económicos, pasando por el deporte, la cultura o la crónica social, el contenido informativo del día era recogido en el espacio. Tras una breve explicación de los detalles de la información, la actualidad era «satirizada» a través de tres principales vías: Los comentarios del co-presentador, las entrevistas a personas de la calle y la emisión de vídeos manipulados (Gordillo *et al.*, 2011: 99).

Con estas palabras se indica la estructura del programa: una noticia de actualidad presentada de una forma desenfadada, replicada con una broma o imitación y aderezada por una de sus conocidas secciones o un reportaje sobre las noticias del día a día a través de preguntas comprometidas y absurdas que reproducían, habitualmente, los principales acontecimientos del país.

Javier Capitán era su director y presentador. Proveniente de los gabinetes de comunicación empresariales dejó esta vertiente periodística y comenzó su nueva línea profesional dedicada a la actualidad y al humor en RNE. Capitán declaraba en una entrevista que «es un programa de humor de la actualidad, y punto» como recoge Lillo (2001), quien explicaba los entresijos diarios de este espacio. De esta forma, su director aseguraba que a primera hora se realizaba «el trabajo de base» del programa, el cual contaba «con mucha libertad».

Asimismo, reconocía que durante el programa él era el encargado de «conducir los rasgos informativos de cada pieza», mientras que los demás compañeros realizaban los chistes, los reportajes o las imitaciones. El programa estaba ligado a la actualidad y, sobre ello, Capitán discernía sobre dos tipos de humor: «Hay dos escuelas: el humor ligado a lo que pasa y el humor por el humor, que no cuenta nada de lo que pasa en la sociedad», de esta forma el primero de ellos es la base de esta investigación.

A Capitán se le sumaba en plató su copresentador, Florentino Fernández, que era el encargado de crear el contrapunto gracioso a la noticia desde sus polifacéticas actitudes, doblaje, imitación o burla, entre otras. Un humorista que hasta entonces había participado en los *late nights* de Pepe Navarro —al igual que, posteriormente, Miki Nadal—. Al elenco también se unía Félix Álvarez que sólo había participado en algunos programas de chistes en televisión y que desde entonces se convirtió en «Felisuco». Del mismo modo, como parte del equipo inicial se incorporó Inma del Moral como reportera y, junto a Félix, eran los encargados de realizar las preguntas a políticos y representantes de la sociedad española, además de los ciudadanos.

Figuras 1 y 2. Imágenes del equipo de *El Informal*. En la primera imagen, Capitán y Fernández están presentando el programa; y en la segunda, podemos ver a parte de sus reporteros en una imagen promocional.



Fuente: Globomedia.

Félix Álvarez era el encargado de tomar el pulso a los ciudadanos gracias a baterías de preguntas que realizaba en sus reportajes de calle, al mismo tiempo que asistía a presentaciones de películas o eventos de cualquier tipología. Por su parte, a Inma se le adjudicaban reportajes con un mayor tinte político o social. Inma del Moral abandonó el formato en 1999 y Patricia Conde se incorporó al elenco, en el que se convirtió en «La Requetepatri» y comenzó a desarrollar los reportajes del programa y a tomar cada vez más parte en *sketches* e imitaciones, labor que continuó hasta el final del proyecto. A continuación, se unieron al equipo nuevos rostros y fue el turno de Miki Nadal quien comenzó como doblador en el programa, pero fue incrementando su presencia, sobre todo, junto a Flo hasta llegar a formar parte del equipo en plató.

También fue cobrando más minutos en directo Mario Gil, teclista del mítico grupo *La Mode*, que realizaba imitaciones y cameos en directo. Por su parte, otros profesionales como Alicia Ramírez —quien seguiría en el formato con la sección ‘Perdone las disculpas’, donde realizaba entrevistas a personajes blanco de las bromas del programa— o Sergi Mas se encargaban del espacio en las vacaciones de verano con otros reporteros con menos peso temporal como Marilyn Torres, Aitor Alonso o Maribel Casany que, como último fichaje, también realizó entrevistas a personajes famosos después del especial de verano.

Este elenco artístico se nutría con el trabajo del siguiente equipo de profesionales, que hemos sustraído del reportaje de Vázquez (2013): Begoña Puig fue la subdirectora del espacio en un principio y directora después tras el cambio de Javier Capitán a productor ejecutivo; también aparecen como responsables de este espacio Juan Andrés García y Carlos Herrero.

En cuanto a los guionistas, la coordinación corría a cargo de Miguel Ángel Ferrer y Gabriel García-Soto, y el equipo lo conformaron: Ángel Ayllon, Eloy Salgado, Josean Boada, Marina Efrón, Amparo Martínez de la Riva, Mariano Carreño, Pablo López, Ilde llanes, José Antonio López, Enrique Sanz, Casandra Valdés, Fernando Costilla, Pablo Ruiz, Marta Torres, Pedro Bravo y Ramón Muñoz, Ricardo Groizard, Javier Pilar, Fernando Gamero. Por su parte, la



redacción estaba coordinada por Ana Vera y Ana Gordon y la componían profesionales del medio como Nela Abellan, Eva Treviño, Julia García, Araceli Palomeque, Ana María Planas, Ana Muñoz, Mar Díaz, Marisa Lafuente, Luis García Fierro, Elena Díaz y Nerea Cobos.

Como documentalistas trabajaron Sebi García, Mamen García García, Laura Moñus, Inma Alcaide, Ricardo García, Víctor Valera, Raquel García y Noelia Fuerte. Mientras formaban parte del equipo de realización Belén González, Katherine Vispo, Jesús Huelva, Carlos Astolfi, Irene González, Valentín Escribano, además de otros compañeros de producción, montaje o atrezzo.

Así, todos y cada uno ellos hacían posible las hazañas del día a día del programa, el cual ha sido definido como «caótico» por muchos de sus protagonistas en diferentes publicaciones que hemos utilizado como fuente. La complejidad técnica de elaborar sus secciones, doblajes e imitaciones sin los avances tecnológicos actuales, la elaboración de un programa en directo y los múltiples reportajes y grabaciones en exterior hacían del formato una mezcla de gran complejidad. Tal y como detalla Garzón (1999):

A las cuatro comienzan a montar los videos y a las siete Javier Capitán y Florentino Fernández doblan a alguno de los más de veinte personajes a los que son capaces de poner voz. Así que cuando el programa comienza a emitirse en directo, sobre las nueve y media, es fácil que los presentadores no hayan tenido tiempo ni de hojear el guion que les han puesto delante”.

Los vídeos doblados que combinaban imágenes de actualidad o de diferentes personajes eran los imprescindibles del programa junto con voces y sonidos de todo tipo que llegaron a ser el mayor elemento representativo del espacio televisivo. Una de las secciones de este espacio fue ‘Parecidos razonables’, en la que el público enviaba al programa los parecidos que encontraba entre famosos y ciudadanos de a pie, incluso de famosos con famosos.

«Todas y cada una de las secciones estaban hechas con mucho ingenio, con un humor que necesitaba de una chispa de inteligencia para poder permitirse cualquier comentario, *sketch* o reportaje», aseguraba Saló (2003: 95). Un ingenio que se utilizaba como el hilo conductor entre secciones, personajes, imitaciones o doblajes.

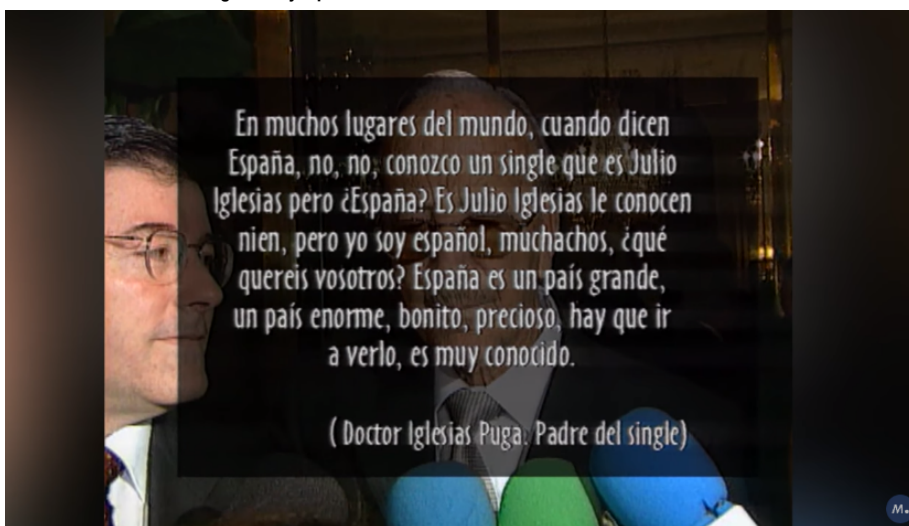
Entre las secciones de este espacio que se utilizaban para articular el programa destacaban ‘Falsas tomas falsas’, en las que se parodiaban mediante doblajes escenas de películas o vídeos; ‘Parecidos razonables’, donde famosos y personas anónimas encontraban su doble; o ‘Pifias mentales’, donde se burlaban de frases y declaraciones sin sentido realizadas por personajes y famosos en diferentes actos de prensa. Otra de las secciones más reseñables fue ‘La más aun inquietamente hora Landau’, donde Miki Nadal doblaba a Martin Landau en su aparición en un documental sobre *Expediente X* (FOX, 1993-2018). Así este personaje entre tinieblas repasaba a modo de investigación temas sobre todo de política y tecnología. A continuación, se adjuntan algunos ejemplos del tratamiento humorístico que desarrollaban estas secciones.

Figuras 3. Algunos ejemplos de la sección 'Parecidos razonables' con las imágenes de personajes públicos y anónimos que fueron emitidos por El Informal.



Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=jrr1JYnplB8>.

Figuras 4. Ejemplo de una frase analizada en la sección 'Pifias mentales'.



Fuente: <https://youtu.be/tm9t0lUQsvE>.

En total se emitieron 845 programas que fueron capaces de crear todo un universo de personajes propios y característicos de este formato. Vázquez (2013) realiza un listado de los principales que completamos con otros análisis como el de *Telecinco.es* (2018):

1. **Brigadier Pepis.** Era un militar amanerado con una máscara roja del Rey Misterio que agitaba un colorido pay-pay. Aunque al principio se trataba de una imagen de un militar real, por las quejas del propio protagonista, Carlos Herrero, director del programa en esa época, rodó esta escena caracterizado como el personaje que habían creado desde *El Informal*. Su gag más conocido era el «Qué pa, qué pa, qué pacha».
2. **El Maestro Monje Rama-Lama** fue uno de los personajes más conocidos gracias a su coletilla «Me congratula que visiten mi templo de sabiduría». Doblado por Florentino Fernández, el personaje del monje estiraba la palabra «congratula» mientras se retiraba sus gafas.
3. **El Poli Risitas** era un policía afroamericano originario de un *reality show* policiaco que reía contagiosamente con una gran dentadura. Su aparición en el programa diario era reiterativa y su risa contagiosa es una de las coletillas más recordadas.
4. **El Sargento Tárrega** era una grabación de una persona real, «un sargento jubilado y forfofo de la aviación», señala Vázquez (2013). Además, este personaje también aparecía conduciendo un Seat 600, mientras Florentino doblaba «precaución amigo conductor la senda es peligrosaaa»<sup>5</sup>.
5. **Lo que diga la rubia.** Era un gag asiduo que se utilizaba con la idea de falta de responsabilidad o la exoneración de responsabilidades. Se trataba de una escena doblada donde cinco miembros de un jurado daban su veredicto, el último de ellos una mujer rubia. Las imágenes fueron tomadas del telefilm *We The Jury* (dirigida por Jonathan Goldsmith y Sturla Gunnarsson, 1996) y se convirtieron en una de las frases más recordadas, e incluso fue el título de un programa posterior emitido en Cuatro (*Lo que diga la Rubia*, 2010)
6. **Michael Landon** era el personaje de *Bonanza* (NBC, 1959-1973) y tenía varias escenas que con una voz lánguida se acompañaba con la coletilla de «¡uy, uy, qué mal rollito!».
7. **Periodista Jachonda.** Se correspondía con la periodista Helen Thomas que efectuaba una pregunta a Hilary Clinton. En la imagen, la, por entonces, mujer del presidente de Estados Unidos intentaba evadir la situación, mientras el vídeo finalizaba con la imagen de todo el auditorio riendo.

---

<sup>5</sup> Puede consultarse un vídeo de este contenido en <https://www.youtube.com/watch?v=f88XBG4yuwk>, fecha de consulta 2 de julio de 2019.

Como se puede comprobar, el método que llevaban a cabo para generar estos gags era descubrir un vídeo con posibilidades y doblarlo con un chiste. Concretamente, una buena frase que favoreciera su recuerdo y que era utilizada una y otra vez para diferentes noticias. Y es que, como señala *Telecinco.es* (2018), en un artículo donde recuerdan el formato, sin redes sociales y hace veinte años *El Informal* «hizo historia a partir de sus personajes y *sketches*. Un espacio de humor que consiguió su identidad a partir del arte del doblaje y que nos enfocó la actualidad a través de unos graciosísimos personajes. De sus parodias salieron auténticos iconos». A continuación, se incluyen las imágenes de algunos de estos personajes.

Figuras 5. Imágenes de los rostros icónicos doblados por el equipo de *El Informal*.



Fuente: [https://www.telecinco.es/unplugged/el-informal-personajes-coletillas-televisi0n\\_0\\_2593500108.html](https://www.telecinco.es/unplugged/el-informal-personajes-coletillas-televisi0n_0_2593500108.html).

Así pues, todas estas frases y coletillas se convirtieron en un argot popular entre la generación de jóvenes que conformaron el público objetivo del programa a finales de los años noventa. Pero no sólo fueron éstos los rostros generados, otros muchos personajes crearon este ideario como Arnold Schwarzenegger, el «Chuache», que doblaba Miki Nadal con voz maña; Charlton Heston o también rostros españoles como El Cordobés o Jesús Gil. Además de estos vídeos doblados, también se crearon personajes que se incorporaban a los *sketches* o incluso aparecían en directo en el plató. Algunos de ellos fueron Juan Pedro, quien tuvo hasta una sección denominada ‘Juan Pedro estuvo allí’<sup>6</sup>, además de imitaciones a personajes del momento.

Por otro lado, otra de las señales de identidad fueron los vídeos musicales que emitía *El Informal* dentro de un programa especial para conmemorar cada programa número cien que sumaba a su particular marcador. Como relata Javier Capitán en su blog, la idea fue del guionista Miguel Ángel Ferrer. «Se trataba de hacer un homenaje a grandes videoclips de la

<sup>6</sup> Información obtenida de [https://elpais.com/diario/2000/09/08/radiotv/968364003\\_850215.html](https://elpais.com/diario/2000/09/08/radiotv/968364003_850215.html), fecha de consulta 4 de julio de 2019.

historia, cambiando la letra de las canciones, cantándolas nosotros, interpretándolos el equipo de *El Informal* manteniendo muchos de los elementos originales de aquellas piezas» (Capitán, 2007).

Además, el presentador incide en que se trataba de «una idea arriesgada», por la propia dificultad de los videoclips y el alto presupuesto que era necesario para realizar cada uno de ellos. Todo mientras también se trabajaba en el programa diario en directo. Entre las parodias de estos videoclips de canciones conocidas destacan *Vacaburra*, de The Police; *Que manía*, que se nutría del *Mamma mia* de ABBA; el *Raro malo*, una parodia del famoso *thriller* de Michael Jackson; o el *Me quiero reír*, sobre el tema *Want to break free*, de Queen, entre otros.

Para hablar de audiencia hay que comenzar recordando que el programa recibió un ultimátum de cancelación apenas un mes después de su estreno debido a las bajas cifras de audiencia. Sin embargo, en septiembre «el programa comenzó un ascenso imparable» (*Formula TV*, 2017).

Además, en esta misma entrevista Capitán desveló que presentó un piloto del programa dos años antes de comenzar a emitirse. En cuanto a la audiencia, la primera temporada acabó con medias del 27 por ciento (Vázquez, 2013), mientras que, por ejemplo, el dato de *Crónicas Marcianas* en esta misma etapa era del 24,70 por ciento<sup>7</sup> y el de *Caiga Quien Caiga*, que desde esta misma temporada 1998-1999 y durante los dos años posteriores, se mantuvo en una línea regular en torno al 21,8 por ciento de *share* (Vertele, 2002).

No obstante, y como se ha comentado, el formato no comenzó con buenas cifras como relata *El País* del 1 de agosto de 1998<sup>8</sup>:

*El Informal*, que se emite diariamente tras *Las noticias* de las 20.30, ha tenido unos resultados de audiencia desiguales. El mejor registro, con casi dos millones de espectadores (19,6 por ciento de cuota de pantalla), se obtuvo el día 14 de julio y correspondió a la segunda emisión. El peor dato fue el del miércoles pasado, cuando rozó el millón de seguidores. Tuvo 999.000, lo que representa el 11,7 por ciento del total del público televisivo. La duración del programa ha variado sensiblemente de una jornada a otra. El día del estreno duró 26 minutos, mientras que la edición del último martes ocupó 10 minutos.

Unos inicios más difíciles que consiguieron estabilizar. También en cuanto a la programación, hay que tener en cuenta la posición estratégica que disfrutó este espacio en la parrilla de Telecinco. Como apuntan Bardají y Gómez (2004: 185) *El Informal* aprovechaba las pausas publicitarias de los informativos de TVE1 y de Antena 3 para conseguir más espectadores; además, al adelantarse a las emisiones del *prime time* de los competidores, mantenía a la audiencia hasta su finalización. Por todo ello, «*El Informal* se convirtió en uno de los puntales del *prime time* de Telecinco», como recogen estos autores que también señalan

---

<sup>7</sup> Datos de audiencia distribuidos por la productora <http://www.gestmusic.es/project/cronicas-marcianas/>, fecha de consulta 22 de octubre de 2019.

<sup>8</sup> Información disponible en [https://elpais.com/diario/1998/08/01/radiotv/901922405\\_850215.html](https://elpais.com/diario/1998/08/01/radiotv/901922405_850215.html), fecha de consulta 9 de julio de 2019.

que en su primera temporada fue el espacio de humor más visto con una media de 3.444.000 espectadores.

*El Informal* en 1998 tuvo 95 emisiones y un 19,9 por ciento de *share*; y en 1999, 252 emisiones (22,7 por ciento), según los datos de Sofres AM que recoge Artero (2007: 139) y que se completan con los del mismo autor. Posteriormente, en el año 2000 fueron 209 emisiones (20,3 por ciento); en 2001, 212 (18,5 por ciento); y en 2002, 69 (15,4 por ciento). De esta forma, exponemos estos datos para trasladar que el formato contó con una apuesta de la cadena por su idea, aunque en las primeras emisiones fue variando su audiencia hasta llegar a su público. Unas semanas iniciales en las que *El Informal* obtuvo una media de audiencia por encima del 20 por ciento de *share* y que más tarde fue descendiendo en los últimos meses, por una razón principal, la llegada de los programas de telerrealidad a las parrillas.

El aterrizaje de ese género televisivo en la programación española fue una de las causas que determinó la salida de la programación del formato de estudio. Fundamentalmente, porque compartían el perfil de audiencia, puesto que los seguidores de *El Informal* se situaban en un público menor de 45 años y en su mayoría femenino, tal y como se desprende del informe GECA del año 2002 y también recoge Valhondo (2011b: 266), quien señala que el segmento de 13 a 44 años constituía el público diana de este y otros programas de sátira como *Las Noticias del Guiñol* (Canal+ 1995-2008; Cuatro 2005-2008) o *Caiga Quien Caiga*.

Además de las altas cifras de audiencia que por cuatro temporadas<sup>9</sup> este formato cosechó en Telecinco, entre los premios recibidos destaca por ser pionero en recibir durante tres años seguidos el premio TP de Oro al Mejor programa de actualidad y reportajes, concretamente en los años 1999, 2000, 2001, prácticamente en la totalidad de su historia. Sobre estos reconocimientos hay que citar que también Florentino Fernández recibió un TP de Oro al Mejor personaje revelación en 1999 y que este espacio recibió la Antena de Oro en 1998 y el premio GECA al Programa de humor más seguido, un año después, en 1999. Por último, también recibieron el Premio Ondas en 2001 al mejor programa de entretenimiento, siendo este uno de sus mayores reconocimientos.

Cabe reseñar que *El Informal* tuvo su adaptación en México, donde se programó en la cadena TV Azteca<sup>10</sup> y donde fue presentado por Jesús Guzmán, quien realizaba imitaciones y caracterizaciones desde las que abordaba las noticias con humor.

En este momento, es preciso hablar del decorado de este espacio, el cual es un aspecto diferenciador, tanto sobre programas predecesores como posteriores. Como desarrolla Saló (2003: 93) comenzó a emitirse, tal y como se ha señalado, desde un local comercial de una calle de la capital española donde el público colocado en el escaparate servía como un telón de

<sup>9</sup> Se estima que el formato se emitió a lo largo de cuatro temporadas, aunque en el servicio de documentación de Mediaset dividen su historia en tres etapas tras su proceso de digitalización. Concretamente, la estipulan del 13 de julio de 1998 al 30 de junio de 2000 —momento en el que estimamos que hay dos etapas 1998 a 1999 y de 1999 a 2000 al corresponderse con la habitual clasificación de temporadas televisivas por años naturales—, del 1 de septiembre del 2000 al 13 de julio de 2001 y del 10 de septiembre de 2001 al 5 de abril de 2002.

<sup>10</sup> Se puede visualizar en <https://www.youtube.com/watch?v=HMJoHPJwcGc>, fecha de consulta 4 de julio de 2019.

fondo a los espectadores. Un elemento que, tal y como apunta esta autora, «nunca desapareció de su escenografía» y, por ello, se convirtió en «un distintivo del programa».

Posteriormente, el programa se instaló en un campo de golf<sup>11</sup> y, después, en un local comercial de Alcobendas. Meses más tarde de este último escenario el programa pasó a grabarse en un plató de los estudios de la cadena. De este modo, el público seguía detrás de un cristal el desarrollo del programa, hasta que, por último, el público pasó a su lugar habitual frente a los presentadores, mientras que su imagen se proyectaba detrás de los conductores de este espacio gracias un *videowall*.

«Bueno, aquello fue tremendo. Un formato de informativo cachondo de media hora de duración que se emitió en directo cada día de lunes a viernes durante cuatro años (desde 1998 a 2002). Estallábamos en risas con cada gag, las canciones tuneadas se convertían en himnos durante meses (yo cada vez que escucho *I'm still haven't found what I'm looking for* de U2 lo que oigo es que «si la cosa está mal voy a Sacedón») y los doblajes eran... Oh, eran apoteósicos... Los poemas del Burlador de Castilla aún resuenan en nuestros corazones», señala la escritora Jessica Gómez (2017) en una de las críticas a este espacio publicado en el blog *Qué fue de todos los demás* de 20Minutos.

«Abrieron la veda del informativo diario que acechaba al poder desde el humor, regocijándose en doblajes imposibles, coletillas pegadizas, parodias imparables..., y todo, siempre, bajo esa inteligente y saludable mirada crítica que les caracterizaba y caracteriza», dice por su parte el crítico televisivo Borja Terán (2014), quien destacaba «la espontaneidad que propiciaba estar accesibles a unos peatones, que detrás del cristal observaban un contrainformativo que supo calar hondo, ya que entendía las necesidades televisivas de su tiempo».

Figuras 6. Imagen promocional del equipo de *El Informal* cuando emitían desde el último plató que contó el formato.



Fuente: Globomedia.

<sup>11</sup> La noticia de ABC del 2 de agosto de 1999 se hace eco de este cambio de decorado <http://hemeroteca.abc.es/nav/Navigate.exe/hemeroteca/madrid/abc/1999/08/02/057.html>

Tras todo este análisis y ante la pregunta ¿cuál ha sido el secreto de este formato? resumimos las claves que aporta la periodista Lourdes Garzón (1999) en el *magazine* de *El Mundo*: «¿El secreto? Reporteros desvergonzados, una chica guapa, guiones trabajados y una estratégica ubicación en la parrilla». Por su parte, también destaca como razones de su éxito cómo aprovechaba las pausas publicitarias de los informativos del resto de las cadenas, además de por «el cansancio que los informativos tradicionales provoca entre los espectadores más jóvenes».

Por su parte, para Martín y Berrocal (2017: 215) cada uno de los responsables de las secciones «imprimía su propia marca, dotando a cada sección de una personalidad muy acuciada». Además, en cuanto a los recursos técnicos, destacan que dependían de los contenidos de la sección, pero la función «era siempre la de transmitir un mayor ritmo y espectacularizar los efectos humorísticos».

Tras prolongarse su historia durante cuatro años existen diferentes teorías sobre la cancelación del espacio. Algunos de los motivos que detonaron su despedida de antena<sup>12</sup> fueron los costes de producción, la llegada de nuevas políticas de programación, así como el surgimiento de nuevas corrientes televisivas ligadas a los programas de telerrealidad. Y es que la llegada de *Operación Triunfo* (La 1, 2001-2004; Telecinco, 2005-2011; La 1, 2017-2020) en TVE y de *Gran Hermano* (Telecinco, 2000- ) en su propia cadena debilitó el seguimiento del público objetivo que había creado *El Informal*.

Estas circunstancias y otras posibles provocaron que el 5 de abril de 2002 este formato de humor y actualidad dijera adiós a la audiencia tras 845 programas. Un formato, en definitiva, que quedaría grabado en toda una generación de jóvenes y que fue sustituido por *Pecado Original* (Telecinco, 2002-2005), un proyecto con el que compartía algunas características, pero que se dedicaba a la crónica del mundo rosa, una temática que también protagonizaba *Nada Personal* (Telecinco, 2001), que en el verano del año 2001 sustituyó a *El Informal*.

De tal forma que esta decisión provocó que el humor que hasta ahora se había emitido de la mano de *El Informal* se envolviese de telerrealidad y de crónica social. Por ello, las imitaciones y los doblajes se convirtieron en parte de la memoria de este programa, aunque, de alguna forma, siguieron impregnando el trabajo de estos profesionales a lo largo de su carrera.

De este modo, *a posteriori*, muchos de ellos han vuelto a coincidir en solitario o acompañados (Gómez, 2017 y *Spin Of.com*, 2007). En 2005 Miki Nadal, Patricia Conde y Flo coincidieron en *Splunge* (La 1, 2005) donde se realizaban *sketches* humorísticos. También en *Sé lo que hicisteis* (La Sexta, 2006-2011) donde Conde presentaba este programa de humor y *zapping* junto con Miki Nadal.

Por su parte, Flo dirigió programas en solitario como *El club de Flo* (La Sexta, 2006-2007), o coordinó otros como *Tonterías las justas* (Cuatro, 2010-2011) o *Dani&Flo* con Lara Álvarez. Por su parte Javier Capitán presentó otros programas como *Ya es viernes... O no*, y algunos formatos en Telemadrid y en la cadena pública TVE: *El negociador* (2007), primero, y *Con un par... de bromas* (2008), después. Desde 2014 colabora en *Las Mañanas de Radio*

<sup>12</sup> Vídeo del penúltimo programa completo de *El Informal* <https://vimeo.com/53179968>, fecha de consulta 4 de julio de 2019.



*Nacional de España* (2013- ) y, recientemente, presenta y pone voz al programa de *zapping* que emite desde el 1 de julio de 2019 el canal de TDT del Grupo Mediaset FDF *¡Toma salami!*<sup>13</sup>.

#### 4. Resultados cuantitativos

Durante su historia el programa que analizamos se emitió de lunes a viernes con menos de una hora de duración y se configuró como una coproducción que se dirigía al *target* joven. En el 67 por ciento de los casos estuvo presentado por Flo y Capitán, pero en sus inicios Inma del Moral se situaba en la mesa. Su fórmula contaba, según las visualizaciones escogidas, con entre uno y cinco colaboradores. Por su parte, en el número de secciones, según las visualizaciones estudiadas, ha sido muy variable. De este modo, al generar una tabla cruzada con el número de temporadas comprobamos que la primera etapa del programa contaba con el doble de secciones que al final del proyecto.

Figuras 7. Distribución del número de secciones y la evolución temporal del formato.



Fuente: elaboración propia.

También sobre las secciones en la muestra analizada se han comprobado novedades en dos de los tres casos: invitados en el 33 por ciento y entrevistas en todos los casos, donde en el 67 por ciento se realizaba a gente famosa y en el porcentaje restante sólo a gente en la calle o anónimos, ya que el público general tenía una amplia cabida en este formato.

También se constata la emisión de reportajes en todos los casos analizados, en la mayoría de los casos dos o más los reportajes. Al uso de estos recursos como *sketches*, imitaciones o ironía se suma los detallados en el seguimiento de este formato como: doblaje, imágenes de archivo, noticias reales en pantalla, personajes propios, caracterización, grafismos en pantalla, los videoclips o las tomas falsas.

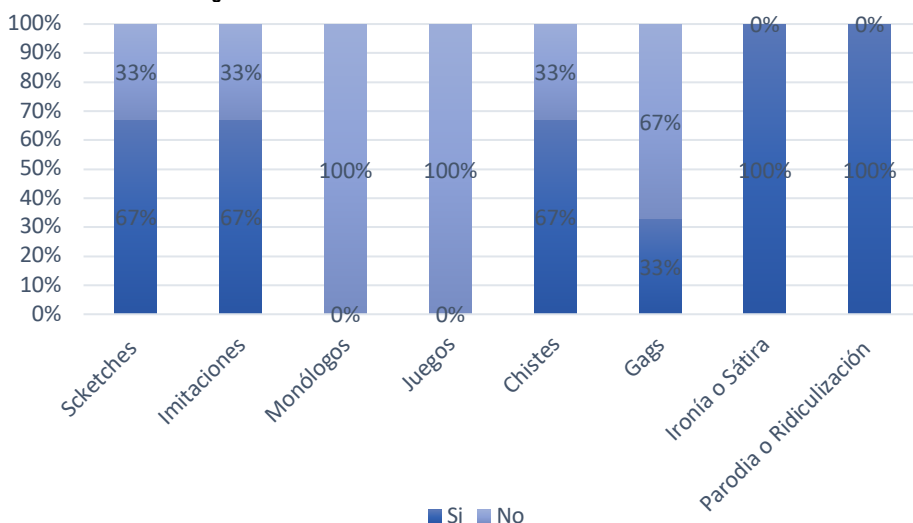
<sup>13</sup> Noticia del estreno de *¡Toma salami!* [https://www.factoriadeficcion.com/estreno-toma-salami-lunes-viernes-javier-capitan\\_18\\_2778045109.html](https://www.factoriadeficcion.com/estreno-toma-salami-lunes-viernes-javier-capitan_18_2778045109.html), fecha de consulta 6 de julio de 2019.

También se verifica el poder de la imagen con el uso de recursos visuales y atrezo en todas las emisiones en directo. Siempre, y de una forma u otra, había público y contaban con un profesional que incorporaba la música en directo además de música de librería. Como se ha descrito, su escenografía varió a lo largo de su historia, pero el desarrollo del programa siempre giró en torno a la figura de una mesa donde se presentaba cada contenido.

Por último, sobre los temas tratados en *El Informal*, se comprueba que las emisiones no eran monotemáticas, sino que, y pese a su corta duración en antena, los asuntos eran variados, siempre con la actualidad como base. En los casos analizados se ven noticias sobre personalidades como José María Aznar, Josep Borrel, Jordi Pujol o Felipe González, con temas concretos como dimisiones.

Así, la política fue uno de los temas recurrentes y base de este formato que se completaba con noticias sobre deporte, sociedad, televisión y, desde el 2000, la irrupción de los programas de telerrealidad donde incluso se comentaba la actualidad del formato *Supervivientes* (Telecinco, 2000- ).

Figuras 8. Gráfico de uso de los recursos de humor analizados de *El Informal*.



Fuente: elaboración propia.

## 5. Entrevista en profundidad

Javier Capitán, director y presentador de *El Informal*, señala, en la entrevista inédita mantenida el 8 de julio de 2019 para esta investigación, que este formato se agrupa dentro de los programas de humor sobre la actualidad de la jornada que buscan «distorsionar la realidad desde la óptica del humor». En este sentido, explica que combinaban dos elementos, lo más relevante del día con aquellas noticias de segundo plano, pero que «complementaban, porque tienen un tratamiento humorístico muy evidente».

En su opinión, el éxito de estos formatos radica en llegar al público y tocar sus emociones desde la diversión, en este caso. «Cada programa tiene sus recursos y tiene sus públicos, pero evidentemente (el éxito) es conectar, es crear un tono de programa que resulte atractivo para un grupo importante de personas. Hay soluciones muy distintas y géneros muy distintos, pero al final tienes que, de alguna forma, acabar tocando las emociones desde la diversión (...), es decir, al final la fibra humana es la que acaba conectándote con el espectador».

Siguiendo este factor de éxito y en el caso de *El Informal*, Capitán va más allá al tratar los contenidos y afirma que «básicamente era un humor no militante», ya que como expone, «al mismo tiempo se hacía humor con el Gobierno, con la oposición o quien fuese». «Creo que *El Informal* nunca le dio conclusiones a la gente, simplemente mostraba los hechos, la óptica deformada del humor que es un filtro que deforma y desnuda muchas veces la realidad, que cada cual que piense lo que le dé la gana. La no militancia de *El Informal* era una característica muy del programa, el no estar alineado con ninguno es una de las garantías de éxito de un programa de este tipo», considera.

Al final —explica— conectamos con gente joven que a veces se enteraba de cosas que pasaban a través de *El Informal*, lo cual tampoco es que fuera muy recomendable (risas), pero sí es verdad que chavales que a lo mejor no veían el informativo de la cadena, nos veían y se enteraban de cosas que pasaban en la política, en la actualidad de su país o en internacional por un programa que lo contaba de una forma diferente.

Ese modo propio de exponer la actualidad también sufrió cambios a lo largo de su historia y Capitán señala que una de las máximas del programa era no dejar morir de éxito un personaje o sección, puesto que prescindían de aquellas fórmulas que les comenzasen a cansar, ya que, según sus palabras, «la renovación en un programa como estos es absolutamente necesaria y, para ello, precisas de un equipo capaz de hacer frente a esta necesidad y capaz de seguir inventando todos los días cosas nuevas».

En esa ideación constante y dentro de las mejores ideas, Capitán estima que los videoclips marcaron un momento en la historia del programa. «Creo que fueron un elemento muy distintivo el programa», así como las secciones como 'Falsas tomas falsas' que llegaban muy directamente a la gente o las propias tomas falsas de errores de películas; o los parecidos racionales que funcionaron muy bien, según recuerda. Todas estas secciones, como comenta, eran muy útiles ya que no estaban sometidas al día a día y eran su «colchón de seguridad» si la actualidad «no era muy rica».

Para generarlas se nutrían de diferentes recursos humorísticos existentes, gags, imitaciones, locuciones... donde el doblaje era la más importante. «Nos permitía tratar casi cualquier cosa, porque aparte de doblar a los personajes de actualidad, el recurrir a escenas de series o películas y adaptarlas a nuestro tema nos permitía jugar con ello, creo que uno de nuestros recursos más potentes fue el doblaje», destaca su director.

En esa labor tomaban un gran protagonismo él mismo y Florentino, quienes en plató tenían un papel diferenciador y que junto a Miki y los reporteros «teníamos un claro reparto de roles

y funciones», señala. En relación con el equipo profesional, Capitán detalla que el equipo estaba formado por un grupo de guionistas que se dedicaban a los videos de actualidad, las secciones y otros realizaban el guion de plató y que iban rotando entre sí. También estaba el equipo de documentalistas porque *El Informal* «necesitaba un volumen ingente de recursos de imágenes». También explica que los redactores acompañaban a los reporteros y eran los encargados de editar las piezas, además de las labores propias de la producción del formato.

Todo unido a una escenografía innovadora y original a pie de calle. «Fue una idea que surgió, nos fuimos a ese local comercial y se creó ese fenómeno en el cual la gente se paraba y se convirtió en nuestro público en plató entre comillas, duró dos años y luego nos fuimos al plató, porque acabábamos los doblajes en el límite para llegar al directo y nos teníamos que trasladar a un plató a veinte minutos, era incómodo y en algunos casos casi hasta arriesgado, porque Flo yo íbamos en moto y no podía ser», relata Capitán.

En sus más de ochocientos programas siempre se realizó en directo y, por ello, como cuenta Capitán, «había que tomar muchas decisiones, si íbamos cortos o íbamos largos, durante los videos me comunicaba con mi subdirectora y decidíamos cambios».

Todo el universo de videos, gags y coletillas que generó el formato era repetido por adolescentes en sus institutos y jóvenes en conversaciones de todo tipo, además de en bromas caseras, que generaban una gran fidelización y recuerdo en su público. De este modo, su contenido ágil, un desarrollo de secciones diferentes entre sí, con identidad propia y continuidad; la duración media de sus videos en pocos minutos, así como la total del programa es cierto que se acercan a los nuevos consumos, que, actualmente, están ligados a las redes sociales. «Si tú ves la duración media de un video de *El Informal* es más o menos la duración media de un video de YouTube que funciona, la duración donde la atención se mantiene». «Creo que fue una apuesta por entender el humor sobre la actualidad y que todavía, diecisiete años después, sigue siendo un programa recordado con gente buscando videos en YouTube. Muchas veces me pregunto qué hubiera sido de *El Informal* con redes sociales, seguramente el fenómeno del programa se hubiera multiplicado por mucho».

Para finalizar, Capitán explica que «al principio la crítica fue más ácida y, después, como el programa funcionaba muy bien, las críticas fueron un poco menos acidas». En lo referente a los premios, recuerda el Ondas, los TP y alguno más, pero señala: «La verdad es que al final el premio fundamental de *El Informal* es que diecisiete años después del tiempo sigue siendo recordado».

## 6. Discusión

Sobre las palabras de Quintana y Plaza (2011: 89) en las que señalan que los espacios de entretenimiento introducen en sus contenidos la actualidad informativa, «apropiándose de fórmulas propias del periodismo, pero con enfoques exclusivos del espectáculo», estimamos que este tipo de programas no se apropian de las fórmulas propias del periodismo, sino que ejercen el periodismo para guionizar un espacio de entretenimiento ligado al humor. Una idea relacionada con la necesidad expuesta de desarrollar el término periodismo de humor, para,

como se explica, subrayar la labor periodística que se realizaba, en este caso, en el formato de estudio.

Su enfoque no es sólo el espectáculo, sino la actualidad, la cual es tratada desde recursos humorísticos. Su trabajo periodístico es innegable, aunque busque la carcajada, la labor de estos periodistas, que hacían posible éste y otros formatos, es la misma que en cualquier redacción, informar, corroborar fuentes y redactar las noticias.

La forma y el modo de exponer el mensaje se adaptan al producto y al medio, en este caso la televisión. En relación con los tres rasgos en este género que determina García (1999), figura de reporteros, antientrevista y la trasgresión como espectáculo en este género, constatamos la presencia de la figura de los reporteros, además de las entrevistas atípicas y diferentes a otros programas únicamente informativos, pero sin esa búsqueda del espectáculo, más bien del entretenimiento.

Sobre, en último lugar, las características de la infosátira, comprobamos ese tratamiento mordaz de la política, su *target* joven y adulto, su ubicación en franjas ligadas a los informativos y las posturas a favor o en contra de sus contenidos, como puede ocurrir, discutimos, en todas las creaciones audiovisuales.

Con relación a las claves de éxito televisivo que son recogidas en *Thewit.com* (2016), hemos comprobado que el formato incluye «un nombre potente y fácil de recordar», y contó con una identidad visual reconocible compuesta por un «logotipo, plató y música» que eran identificados por el espectador. También hacemos mención a la experiencia divertida para los espectadores, y como sus secciones y personajes generaban «emoción y continuidad». Al mismo tiempo, se ha señalado la última clave de este listado de ideas puesto que *El Informal* aportó «algo diferente» a la programación del momento, siendo también interesante la idea de «propuesta original y única para los espectadores».

La originalidad de la mano también del nombre, de la identidad visual o del guion debe ser un trabajo de equipo perfecto que genere esa experiencia gratificante y fidelizadora con el público. Claves y consideraciones que se unen a la necesidad de conseguir el tono de programa atractivo para el *target* y mostrar la realidad desde el filtro del humor, según las palabras del entrevistado.

## 7. Conclusiones

Tras el análisis efectuado, constatamos que *El Informal* fue uno de los exponentes televisivos de los programas infohumorísticos y un formato creador de métodos de humor en la televisión española. En definitiva, este programa periodístico de humor marcó un punto de inflexión en la historia de la televisión y llegó a convertirse en todo un fenómeno social, tal y como señalaba su director (Fernández, 2015), un hecho que también se constata con las cifras de audiencia referidas, medias por encima del 20 por ciento en sus primeras temporadas. Sin las nuevas tecnologías, ni la capacidad actual de interactuar de los jóvenes espectadores a los que logró captar por su tono propio y sus recursos originales, consiguió captar a su público objetivo al que cautivó con sus personajes y *sketches*. Hasta que nuevos productos como los *realities* y

nuevos consumos por parte del público hicieron desaparecer este formato para dar cabida a nuevos productos televisivos con los que compartían espectadores.

Gracias al doblaje y su enfoque de la actualidad, junto con su elenco artístico y de profesionales, este espacio periodístico de humor hizo historia en la programación reciente. Convirtiéndose también en una primera cantera para numerosos cómicos que, en la actualidad, continúan protagonizando nuevas propuestas humorísticas. Sus videoclips y sus personajes siguen vivos en el ideario colectivo de toda una generación que también recuerda un argot propio que se une a innovaciones televisivas como su franja y su escenografía. Gracias a todos estos recursos, el guion y el programa adquirió un ritmo y un desarrollo diferente a lo emitido hasta el momento. Todo ello, dio como resultado un nuevo producto televisivo original e innovador.

Más de veinte años después de su estreno, la televisión actual bebe de este formato innovador, que sigue siendo recordado por un público hoy ya adulto. Pese al tiempo, de vez en cuando surgen informaciones sobre su regreso, quizás en alguna temporada futura vuelva a resurgir el espíritu de *El Informal*.

## 8. Bibliografía

- ARJONA MARÍN, J. B.; VICTORIA MAS, J. S. (2011). Análisis cuantitativo de la televisión y el vídeo en Internet (Web TV). Estudio de formatos, contenidos y origen. *Fonseca, Journal of Communication*, 3, 41-71.  
Recuperado de: <http://revistas.usal.es/index.php/2172-9077/article/view/11913>
- ACEVEDO, E. (1971). *El periodismo de humor*. El libro español, 166, 512-514.
- Artero Muñoz, J. P. (2007). *Modelos estratégicos de Telecinco, (1990-2005)*. Madrid: Editorial Fragua. ISBN 978-84-7074-230-9
- BARDAJÍ, J. y GÓMEZ, S. (2004). *La gestión de la creatividad en Televisión. El caso de Globomedia*. Pamplona: Eunsa.
- CAPITÁN, J. (2007). “thriller” informal.  
Recuperado de: <https://elblogdelcapi.wordpress.com/2007/12/03/389/>
- FERNÁNDEZ Agudo, G. (2015). Javier Capitán: ‘El casting de Patricia Conde para El Informal fue penoso’. Prnoticias.com. Recuperado de: <https://prnoticias.com/television/telecinco/20142067-television-el-peor-casting-de-patricia-conde>
- FERNÁNDEZ JIMÉNEZ, E. (2018). Las imitaciones humorísticas televisivas en España propuesta de clasificación. UNED. *Revista de la Asociación Española de Semiótica (Signa)*, 27, 293-322. ISSN 1133-3634
- FERRÉ, C; SINTES, O; y GAYÁ, C. (2013). ¿Piensan lo mismo ciudadanos y partidos sobre la sátira política? La diferente percepción en el caso de un programa televisivo”. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 19 (1), 383-402. Recuperado de: [https://doi.org/10.5209/rev\\_ESMP.2013.v19.n1.42528](https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2013.v19.n1.42528)

- Formula TV. (2017). 'Dani&Flo': El equipo de 'El Informal' cuenta que el programa estuvo a punto de ser cancelado en su primer mes. Recuperado de: <http://www.formulatv.com/noticias/68477/el-informal-cancelado-primer-mes-emision/>
- GARCÍA, J. A. (1999). El pseudoperiodismo satírico, un género creciente en la neotelevisión. *Diálogos de la comunicación*, 5, junio, 18-29.
- GASCÓN-VERA, P. (2016): Claves del éxito de una década televisiva: estudios de caso El hormiguero y El intermedio. *Revista F@ro*, 1 (23), Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Playa Ancha Valparaíso, Chile, 42-71. E-ISSN 0718-4018. <http://www.revistafaro.cl/index.php/Faro/article/view/459/350>
- GASCÓN-VERA, P, y MARTA-LAZO, C. (2016a): Internacionalización de un formato televisivo de éxito: “El Hormiguero”. *Revista Observatório*, 2 (1), 275-300. DOI: <https://doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2016v2especial1p275>
- GASCÓN-VERA, P y MARTA-LAZO, C. (2016b): Evolución y mejores momentos de diez años de infohumor: El Intermedio, In Actas de las Comunicaciones presentadas en el XXII Congreso Internacional Sociedad Española de Periodística, Sociedad Española de Periodística, (pp. 405-425). Madrid: Universidad Camilo José Cela, 405-425. ISBN: 978-84-95891-69-3. Recuperado de: <http://periodistica.es/sep2016r/images/LibroActasXXII Congreso SEP UCJC.pdf>
- GASCÓN-VERA, P; MARTA-LAZO, C. (2019). Estudio comparativo de los formatos periodísticos de humor en el *access prime time* 2018-2019. En XXV Congreso Sociedad Española de periodística (SEP): oportunidades y retos del periodismo hiperconectado. Libro de resúmenes, (p. 85). Bilbao: Universidad del País Vasco. ISBN: 978-84-9082-872-4. Recuperado de: [http://www.sepbilbao2019.com/LibroRes%C3%BAmenes\\_XXV Congreso Internacional SEP\\_2019.pdf](http://www.sepbilbao2019.com/LibroRes%C3%BAmenes_XXV Congreso Internacional SEP_2019.pdf)
- GARZÓN, L. (1999). Magazine, El Mundo, 12.  
Recuperado de: <http://www.elmundo.es/magazine/m12/textos/informal1.html>
- Globomedia. (s.f). El Informal.  
Recuperado de: <https://www.globomedia.es/television/El-Informal#>
- GÓMEZ, J. (2017). Qué fue de los demás... Blog en 20 Minutos.es. ¿Qué fue de Javier Capitán, el presentador de ‘El Informal’? Recuperado de: <https://blogs.20minutos.es/que-fue-de-todos-los-demas/2017/07/07/que-fue-de-javier-capitan-el-presentador-de-el-informal/>
- GORDILLO, I., GUARINOS, V., CHECA, A., ALVARADO, M. del M., JIMÉNEZ, J., LÓPEZ, F. J., PÉREZ, M. A. (2011). Hibridaciones de la hipertelevisión: información y entretenimiento en los modelos de infoentertainment. *Revista Comunicación*, 9, 93-106. ISSN 1989 – 600X
- HARTLEY, J. (1992). *Teleology. Studies in Television*. London: Routledge.
- LILLO, J. (2001, 30 de marzo). ABC. p. 298. Recuperado de: <http://hemeroteca.abc.es/nav/Navigate.exe/hemeroteca/madrid/abc/2001/03/30/298.html>

- MARTÍN, V., y BERROCAL, S. (2017). Innovación y consolidación del «infoentretenimiento» político: una perspectiva histórica. *Historia y Comunicación Social*, 22(1), 207-219.
- MONTERO, J. (2014). Programación y programas de televisión en España antes de la desregulación (1956 - 1990). Introducción al monográfico. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 20, 11-24.
- SALÓ, G. (2003). *¿Qué es eso del formato?: cómo nace y se desarrolla un programa de televisión*. Barcelona: Gedisa.
- Spin Of.com. (2007). ¿Qué fue de los de El Informal? Recuperado de: <https://www.espinof.com/presentadores/que-fue-de-los-de-el-informal>
- Telecinco.es (2018). Iconos de 'El Informal': Personajes y coletillas con los que el programa hizo magia televisiva. Recuperado de: [https://www.telecinco.es/unplugged/el-informal-personajes-coletillas-television\\_0\\_2593500108.html](https://www.telecinco.es/unplugged/el-informal-personajes-coletillas-television_0_2593500108.html)
- TERÁN, B. (2014). 16 años del estreno de El Informal, el 'informativo' que revolucionó la forma de contar la actualidad. Republica.com. Recuperado de: <https://www.republica.com/2014/07/15/16-anos-del-estreno-de-el-informal-el-informativo-que-revoluciono-la-forma-de-contar-la-actualidad/>
- Thewit.com (2016). “The definitive guide: How to create a hit format en ten lessons”. MipTV y Mipcom. Recuperado de: [http://www.my-mip.com/RM/RM\\_MIPWORLD/2016/resource-centre/documents/miptv-mipcom-thewit-whitepaper-how-to-create-a-hit-format.pdf?v=635930410744783406](http://www.my-mip.com/RM/RM_MIPWORLD/2016/resource-centre/documents/miptv-mipcom-thewit-whitepaper-how-to-create-a-hit-format.pdf?v=635930410744783406)
- OJER, T. (2008). La calidad en los programas de televisión de la BBC. Universidad Pontificia de Salamanca: *Separata Revista, Comunicación y Pluralismo*, 6.
- QUINTANA, N. y PLAZA, J. (2011). El humor que no da risa. El sexismo en los programas de entretenimiento televisivo. 87-105. In Ponencia en III Jornadas sobre Mujeres y Medios de Comunicación. Universidad del País Vasco. ISBN 978-84-9860-530-3. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/234164789\\_El\\_humor\\_que\\_no\\_da\\_risa\\_El\\_sexismo\\_en\\_los\\_programas\\_de\\_entretenimiento\\_televisivo](https://www.researchgate.net/publication/234164789_El_humor_que_no_da_risa_El_sexismo_en_los_programas_de_entretenimiento_televisivo)
- VALHONDO, J. L. (2007). Infosátira y democratización del espacio televisivo. *Quaderns del CAC*. Imagen y derecho a la burla, 27, 63-71.
- VALHONDO, J. L. (2011a). *Sátira televisiva y democracia en España. La popularización de la información política a través de la sátira*. Editorial UOC, Barcelona.
- VALHONDO, J. L. (2011b). Monarcas, bufones, políticos y audiencias Comparación de la sátira televisiva en Reino Unido y España. *Revista Latina de Comunicación Social*, 66. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, 252-273. Recuperado de: [http://www.revistalatinacs.org/11/art/932\\_Extremadura/11\\_Valhondo.html](http://www.revistalatinacs.org/11/art/932_Extremadura/11_Valhondo.html)  
DOI: [10.4185/RLCS-66-2011-932-252-273](https://doi.org/10.4185/RLCS-66-2011-932-252-273) / CrossRef link
- VÁZQUEZ, C. H. (2013). El Informal, del fenómeno al mito (I) y (II). Jot Down. Recuperado de: <http://www.jotdown.es/2013/08/el-informal-del-fenomeno-al-mito-i/>



Vertele. (2002). "Caiga quien caiga" dirá adiós en diciembre si no remonta su audiencia.

Recuperado de: [http://vertele.eldiario.es/verteletv/actualidad/Caiga-adios-diciembre-remonta-audiencia\\_0\\_311968802.html](http://vertele.eldiario.es/verteletv/actualidad/Caiga-adios-diciembre-remonta-audiencia_0_311968802.html)

Wikipedia. El Informal. Recuperado de: [https://es.wikipedia.org/wiki/El\\_informal\\_\(programa\\_de\\_televisi%C3%B3n\)](https://es.wikipedia.org/wiki/El_informal_(programa_de_televisi%C3%B3n))

Zeleb.es (2017). El informal o el programa donde empezó todo. Público. Recuperado de: <http://www.zeleb.es/tv/n/el-informal-o-el-programa-donde-empezo-todo-07073>



**Para citar este trabajo:** Gascón-Vera, P. (2019). 'El Informal', el doblaje y su programación en 'access prime time' como ejes del éxito televisivo de un formato periodístico de humor. *index.comunicación*, 9(3), 139-163.