

UNIVERSIDAD DE
MURCIA



FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y DOCUMENTACIÓN

GRADO EN PERIODISMO

TRABAJO FIN DE GRADO

ANÁLISIS DE LA REPERCUSIÓN SOCIAL, CULTURAL Y
MEDIÁTICA DEL DOCU-REALITY “ROCÍO, CONTAR LA
VERDAD PARA SEGUIR VIVA”

AUTOR: RAÚL VILLANUEVA RUBIO

TUTORA: LEONARDA INMACULADA GARCÍA JIMÉNEZ

ÍNDICE DE CONTENIDOS

I.	Introducción y objeto de estudio	5
II.	Tratamiento y banalización de la violencia de género en los medios	7
III.	Abordaje histórico de la espectacularización mediática de la violencia de género: El caso Ana Orantes	9
IV.	La sobreexposición de la intimidad: la crisis del “yo real” y el concepto de extimidad	11
V.	El surgimiento de la televisión especular: hiperrealidad e imaginarios colectivos	16
VI.	Función informativa y función social en los medios de comunicación ...	21
VII.	Los eventos mediáticos: el modelo predominante de retransmisión.....	25
VIII.	Evento seleccionado para el análisis: El caso de Rocío Carrasco	28
IX.	Justificación y delimitación de la muestra	30
X.	Análisis cualitativo de la muestra	32
XI.	Resultados	37
XII.	Conclusión	42
XIII.	Epílogo	44
XIV.	Bibliografía	46
XV.	Anexos	51

Resumen y palabras clave

Resumen:

En el presente Trabajo Fin de Grado se analizará la repercusión y trascendencia mediática y conversación generada en redes sociales tras la emisión en abierto del docu-reality "Rocío: Contar la verdad para seguir viva" durante marzo y junio de 2021. En este mediático caso; Rocío Carrasco, hija de la cantante española Rocío Jurado, relataba por primera vez ante la cámara el sufrimiento vivido con su exmarido durante sus años de convivencia matrimonial y la forma en la que estos malos tratos afectaron a la relación con sus hijos y posterior gestión del fallecimiento de su madre.

Su naturaleza comunicativa, fuerte carácter social y el hecho de haber sido emitido en abierto en horario de máxima audiencia lo convirtieron en uno de los eventos más seguidos y comentados del año, alcanzando así un elevado número de espectadores que interpretaron el mensaje de diversas maneras. Frente a un testimonio de violencia de género de un personaje público narrado en directo por televisión, la audiencia estaba recibiendo constantemente mensajes tanto culturales como comunicativos, los cuales generaron una repercusión en redes sociales muy valiosa a nivel comunicativo y antropológico. En este estudio se analizará y estudiará dicha conversación ciudadana en la red social Twitter para poder establecer un hilo conductor que nos permita entender cómo recibió y gestionó la sociedad las amplias vertientes de este caso.

Palabras clave:

Medios de comunicación de masas, Televisión, Documental, Violencia doméstica,

Opinión pública, Medios sociales

Abstract and key words

Abstract:

This Final Degree Project will analyse the media impact, transcendence and the discussion generated in social media after the open broadcasting of the docu-reality "Rocío: Contar la verdad para seguir viva" (Rocío: Speaking the truth to stay alive) between March and June 2021. In this highly publicised case, Rocío Carrasco, daughter of Spanish singer Rocío Jurado, spoke for the first time on camera about the suffering she experienced with her ex-husband during their years of cohabitation and the way in which this abuse affected her relationship with her children and the subsequent management of her mother's death.

Its communicative nature, strong social character, and the fact that it was broadcast during prime time made it one of the most followed and commented events of the year, reaching a large audience of viewers who interpreted the message in different ways. Given a testimony of gender violence by a public figure on live television, the audience was constantly receiving both cultural and communicational messages, which generated a very valuable repercussion on social networks at a communicative and anthropological level. The present research will analyse and study this citizen conversation on the social network Twitter in order to establish a common thread that allows us to understand how society received and managed the wide-ranging aspects of this case.

Key words:

Mass media, Television, Documentary film, Domestic violence,

Public opinion, Social media

I. Introducción y objeto de estudio

En este Trabajo Fin de Grado se analizará la repercusión social, cultural y mediática generada tras la emisión en abierto del documental "Rocío: Contar la verdad para seguir viva" durante marzo y junio de 2021. El año pasado el panorama mediático tanto del corazón como de la comunicación se vieron agitados por uno de los testimonios más buscados de una de las personas que se había mantenido fiel a su voto de silencio. Salía a la luz el documental de Rocío Carrasco, hija de la famosa cantante española ya fallecida Rocío Jurado, en el cual detallaba por primera vez aquello que no se había atrevido a contar acerca de su experiencia con los malos tratos y la violencia vicaria.

En el mediático caso, uno de los más polémicos y comentados de 2021, Rocío Carrasco contaba por primera vez frente a la cámara, tras veinte años de silencio, el calvario vivido con su exmarido y cómo estos malos tratos afectaron a la relación con sus hijos y posterior gestión del fallecimiento de su madre. Su naturaleza comunicativa y el hecho de haber sido emitido en abierto hizo que llegase a un alto número de espectadores, los cuales interpretaron el mensaje de diversas maneras. Ante un testimonio de violencia de género narrado en directo por televisión, se estaban lanzando constantemente mensajes tanto culturales como comunicativos a la audiencia, que generaron una repercusión muy valiosa a nivel comunicativo y antropológico que nos permite trazar un recorrido para entender cómo recibió y gestionó la sociedad las amplias vertientes de este caso.

Posteriormente los medios y los informativos se hicieron eco de la repercusión que estaba generando este documental y que, por primera vez, todos los medios deberían poner sus ojos sobre la tan estigmatizada prensa del corazón (Domènech, 2021). Esta magnitud mediática que ocasionó el documental a nivel multicanal no podía quedarse en el olvido y merecía ser analizada adecuadamente, para así conseguir establecer un recorrido que nos ayude a entender cómo y en qué medida la sociedad interpretó estos mensajes comunicativos.

Puesto que estaremos analizando la repercusión mediática de un caso emitido en televisión y que versa sobre la violencia de género, hay unos determinados conceptos que deben ser previamente definidos antes de abordar la investigación. Lo primero que tenemos que tener en cuenta es que fue emitido en Telecinco, una cadena que tiene unos esquemas muy marcados y que uno de sus formatos más frecuentes son los programas de

tertulia (Rodríguez, 2021). Y es por ello que decidieron que el formato más óptimo para presentar este caso fuera un docu-reality, es decir, un género de documental que incluye a su vez la telerrealidad de manera que aporta un acercamiento más próximo a la temática que esté siendo presentada ya sea con entrevistas o con seguimientos a los personajes implicados (García, 2019). Un tipo de formato que encaja mucho más con los estándares de Telecinco.

En lo referente a la trama del documental, se trata de experiencias vividas por la propia protagonista en la que relata episodios de violencia de género y violencia vicaria, siendo esta última la que tiene como objetivo hacer daño a la víctima a través de sus seres queridos y especialmente sus hijos (Suárez, 2021). Uno de los rasgos más impactantes y que más debate ocasionó fue cómo definía Rocío a su exmarido. En diversas ocasiones se refería a él como “el ser” o “el innombrable” recalcando en todo momento que fue un maltratador. Los dos hijos que tienen en común son una pieza clave para entender el relato, recalca también que había sido capaz de, con el fin de hacerle daño, poner en contra a sus propios hijos a través de un duro adoctrinamiento. Estamos hablando de que estos niños podrían haber sufrido Síndrome de Alienación Parental, un trastorno caracterizado por un conjunto de síntomas que resultan del proceso por el cual un progenitor transforma la conciencia de sus hijos mediante distintas estrategias con objeto de destruir sus vínculos con el otro progenitor (Segura, 2006). Uno de los principales apoyos por parte de la audiencia al testimonio de Rocío Carrasco fue el movimiento feminista, ya que el discurso de Rocío empoderó e hizo empatizar a muchas mujeres en su misma situación y que al ver que situaciones similares a las que estaban viviendo tenían cabida en televisión, hizo que el testimonio de Rocío fuese avalado gracias a la sororidad, la cual podemos entender como la solidaridad entre mujeres ante situaciones de violencia de género discriminación y comportamientos machistas y patriarcales. (de Grado, 2019).

De esta forma, el objeto de estudio de este TFG es el docu-reality protagonizado por Rocío Carrasco “Rocío, contar la verdad para seguir viva”, la repercusión mediática del caso y la forma en la que la audiencia ha interpretado el mensaje que emite. Asimismo, también se estudiará el abordaje y el tratamiento del documental desde una perspectiva crítica sobre la violencia de género en televisión, así como el análisis sociocultural de las diferentes opiniones de los internautas que este tópico generó.

Por todos estos motivos, los objetivos del presente estudio son:

- Investigar el abordaje histórico del tratamiento mediático de la violencia de género, así como su espectacularización y banalización.
- Analizar el entretenimiento televisivo como herramienta social
- Investigar temas, sujetos, enfoques y discursos del programa 'Rocío, contar la verdad para seguir viva'.
- Realizar un análisis que refleje la interpretación de los usuarios de Twitter sobre este caso.

II. Tratamiento y banalización de la violencia de género en los medios

La violencia de género es aquella que se ejerce sobre las mujeres por parte de quienes estén o hayan estado ligados a ellas por relaciones afectivas (parejas o exparejas) de manera continuada en el tiempo y sistemática en la forma, con el objetivo del agresor de producir daño y conseguir el control sobre la mujer (Inmujeres, 2016).

Durante años hemos visto publicados en televisión multitud de casos de violencia de género, se debate incluso que la perpetuación de este tipo de violencia está ligada a instrumentos de socialización como los medios de comunicación. El tratamiento de la violencia de género como objeto donde se fetichiza la violencia contra la mujer se convierte en un factor que invisibiliza el problema, generando una incompreensión de la situación y hacia las mujeres que la padecen (Cruz, 2022).

Con esto en mente, debemos ser conscientes del rol tan fundamental que la comunicación está jugando en la sociedad actual como constructora y transmisora del conocimiento, los valores y las visiones del mundo, así como de las tramas sobre las que interactuamos con el resto de las personas (López, 2016). A nivel sociológico y comunicativo, es necesario estudiar e investigar el abordaje histórico del tratamiento mediático de la violencia de género, así como la espectacularización y banalización de esta.

Esta cuestión es especialmente urgente para Gimeno (2014) y Garrido (2004) por dos razones fundamentales.

La primera de ellas es que la violencia ocupa no únicamente la mayor parte del tiempo de pantalla de los medios de comunicación, sino que recientemente la estamos viendo en los mejores espacios de la programación televisiva, generando así una naturalización de la

violencia como una condición antropológica de las relaciones humanas, en el marco de un proceso progresivo de banalización de la misma. La segunda razón tiene que ver con que los medios de comunicación, si alguna vez intentaron informar correctamente acerca de los asesinatos machistas, han regresado inevitablemente a su tendencia por informar de manera morbosa y apolítica, para privatizar esta violencia e intentar volver a intentar justificarla.

Ahora bien, tal y como afirmaban Alberdi y Matas (2002), el dilema que se construye frente a los medios se encuentra en la praxis a la hora de afrontar la transmisión de información sobre la violencia de género, ya que no debemos perder de vista la responsabilidad de estos como informadores y formadores de la opinión pública, así como su identidad y posición empresarial que tiene como fin último la oferta de un producto que el público general pueda desear y consumir. Por un lado, respetar la seriedad y rigurosidad de la información manteniendo presente la gravedad de los hechos, y por otro, satisfacer esas necesidades empresariales de atraer a la máxima cantidad de audiencia posible. Este último caso, es más fácil de conseguir por la vía del sensacionalismo.

Los programas del corazón han estado tradicionalmente vinculados en la opinión pública al amarillismo y al sensacionalismo; una construcción que viene heredada del entretenimiento televisivo de los años 80 y 90 en Europa y Estados Unidos, momento en el que ya comenzaban a resonar los términos “telebasura”, “trash tv” y etiquetas como “telerrealidad” asociadas a una programación que la audiencia consideraba de baja calidad. La televisión sensacionalista basa sus contenidos en la morbosidad y el escándalo que infieren de manera directa en los invitados y los testimonios que intervienen en estas emisiones, así como de la audiencia que vuelca su atención sobre estos (Ferrer, 2017).

Los programas del corazón calificados como sensacionalistas o amarillistas evitan temáticas culturales, económicas, científicas o políticas. En su lugar, predominan contenidos de índole sexual, cómico, esotérico, sentimental o en general todo aquel producto de reducida trascendencia cultural y susceptible a la malinterpretación y manipulación.

Para poder entender las características básicas de este tipo de programación es necesario comprender que la identidad intrínseca de los mismos reside en los personajes que intervienen su contenido. Estos actores que participan en la noticia, por lo general aportan testimonios que incitan a la polémica y se convierten en protagonistas de relatos y tramas

disparatadas y banales, abaladas por la figura del presentador y colaboradores que aporten credibilidad al formato (Bueno, 2002).

Sin embargo, y volviendo al planteamiento inicial, no debemos olvidar que los contenidos televisivos calificados de sensacionalistas no dejan de estar originados en un contexto en el que el beneficio económico y los altos índices de audiencia se imponen a otros criterios como la emisión de producción de contenidos de calidad. El motivo de este escenario es, como ya fue mencionado, la facilidad y rapidez con la que se puede llegar al público con la emisión de temáticas más superficiales y espectaculares frente a otras que requieran una mayor capacidad de análisis, concentración y razonamiento crítico.

III. Abordaje histórico de la espectacularización mediática de la violencia de género: El caso Ana Orantes

Para poder hablar de casos de violencia de género en televisión es inevitable mencionar el caso de Ana Orantes, una mujer granadina que tras casarse con tan solo diecinueve años tuvo que soportar cuarenta años de maltrato durante su vida matrimonial para finalmente morir con sesenta años quemada viva en el patio de su casa de Cúllar Vega.

El carácter mediático del asesinato de esta mujer supuso un antes y un después en la cobertura de los casos de violencia machista por parte de los medios de comunicación hasta la fecha. Ana Orantes aparecería por primera vez en televisión el 4 de diciembre de 1997 en el programa “De tarde en tarde” presentado por Irma Soriano en Canal Sur, la cadena autonómica de Andalucía, para relatar las cuatro décadas de maltrato físico, psicológico, y continuas vejaciones que había estado sufriendo por parte de su marido, José Parejo. Apenas trece días después de su intervención televisiva, el 17 de diciembre de 1997, Ana Orantes sería asesinada por su marido tras arrojarle un recipiente de gasolina y prenderle fuego en la puerta de su casa.

Ana Orantes había conseguido iniciar finalmente los trámites de separación en 1996, tras varios intentos fallidos de denuncias por violencia de género sin resultados. Aunque la relación estaba rota, la complicada situación económica de la pareja les mantuvo en la obligación de compartir casa. Tras el crimen, José Parejo fue condenado por la Audiencia Provincial de Granada a 17 años de prisión, la pena máxima que pedían el fiscal y la acusación particular representada por los hijos del matrimonio, con una sentencia de

malos tratos y asesinato, aunque con un atenuante admitido por haber confesado el crimen inmediatamente a las autoridades (El País, 1998). Fue destinado a la prisión de Albolote, en la cual murió por un infarto sin haber terminado de cumplir su condena.

Sin embargo, el asesinato de Ana Orantes no fue entendido como “uno más”, el punto de inflexión en el abordaje periodístico de la violencia de género se comenzaba a hacer notar en los medios de comunicación. Nuria Varela (2012) lo definiría como “el asesinato que conmocionó a la opinión pública y provocó una revolución legislativa”, ya que fue el detonante de la reforma del Código Penal y posterior aprobación por unanimidad en diciembre de 2004 de la Ley Integral contra la Violencia de Género. Ley que, hasta la fecha, no contaba precedente alguno a nivel legislativo en el marco estatal, ya que fue la primera ley que asentó y estableció unas normas de actuación estandarizadas para medios de comunicación, profesionales en formación y cooperativas multimedia.

Con anterioridad al crimen de Ana Orantes, el asesinato de mujeres a mano de sus parejas era considerado parricidio, un delito de homicidio de primer grado contra un familiar, sin aplicar en este caso la distinción de género oportuna.

Lamentablemente, la triste realidad es que la lacra de la violencia de género continúa en nuestro país, y más de mil cien mujeres han perdido la vida a manos de sus parejas después de este mediático caso (Ministerio de Igualdad, 2022). Tras el crimen contra Ana Orantes, muchas han sido las manifestaciones y protestas que, inspiradas por ella, han intentado frenar este fenómeno imparabile que tristemente no hemos conseguido erradicar.

Otro punto de interesante abordaje en la representación de la violencia de género en televisión y plataformas multimedia es la espectacularización a la que se está viendo sometida.

Pese a que el relato de un ciudadano común dotado de protagonismo y personalización mediática pueda generar una determinada proximidad hacia el espectador, este aún está lejos de producir una “conciencia crítica de la realidad social”, tal y como apuntaban Machin & Papatheoderou (2002), los cuales sostenían que la televisión moderna tendía a contar historias con el único propósito de captar las emociones de la audiencia a través de la oferta de un disfrute voyerista. Para Matthew Ehrlich (1996), la progresiva transición hacia una producción televisiva en la que predomine la espectacularización se puede ver materializada en recursos como el sentimentalismo, la dramatización o el ya mencionado sensacionalismo. Así mismo, podemos definir y trazar unas características comunes de

dichas producciones a través de la temática que tratan y las estrategias que las productoras llevan a cabo para abordarla. Ehrlich distingue en este caso entre dos actores principales en la manera en la que se ofrece el relato, señalando la delimitación de “víctimas inocentes” y “villanos culpables”, un enfoque que se ve potenciado por la configuración y montaje de determinados recursos musicales, efectos de cámara y plano, la modificación del ritmo en las escenas, e incluso el color. Son características de ejecución que se ven sumadas a las decisiones de dirección tomadas durante la grabación o emisión del contenido y las posteriormente aplicadas durante la fase de posproducción.

IV. La sobrexposición de la intimidad: la crisis del “yo real” y el concepto de extimidad

En “La intimidad como espectáculo”, Paula Sibilia (2012) reflexiona sobre los puntos clave en la presentación de la exhibición de la intimidad (o extimidad) en la escena contemporánea, así como de las diversas posturas que adopta el “yo” de aquellos que deciden lanzarse a la mirada de la exposición pública.

Sibilia comienza afirmando que en este siglo XXI, las personalidades son convocadas para ser mostradas ante la audiencia, así como que la creciente privatización de los espacios públicos no es más que “la otra cara de una creciente publicitación de lo privado” una conmoción capaz de hacer temblar los cimientos de la tradicionalmente fundamental diferenciación de ámbitos.

Partiendo de esa personalidad del momento envuelta en la mirada pública, Sibilia (2012) asegura que Internet ha tenido un peso sustancial en el proceso de convertir a la persona en personaje. En esta última década las múltiples conexiones globales de dispositivos tecnológicos vienen concibiendo un amplio catálogo de comportamientos que podríamos caracterizar como “confesionales”. Millones de usuarios en todo el mundo se han adueñado de las numerosas posibilidades en línea, en constante crecimiento y expansión, para la incesante exposición pública de su intimidad. De este modo, se desencadena lo que Sibilia denomina un “festival de vidas privadas”, las cuales son ofrecidas de manera impúdica ante los ojos de cualquier usuario con acceso a internet alrededor del mundo. Las intimidades y confesiones diarias propias del día a día se encuentran ahí, en texto e imágenes, a disposición de quien lo desee, a golpe de clic.

Precisamente sobre esta última premisa partimos a la hora de definir este concepto tan contemporáneo de extimidad. Para García (2010) surge como fenómeno opuesto a la intimidad, un neologismo que pretende hacer pública la vida privada. Esta autora afirma que todas aquellas personas públicas o anónimas que acceden a las redes sociales o aparecen en formatos televisivos de alguna forma aceptan esta condición de dominio público de su intimidad, asegurando que lo introspectivo se está debilitando frente a este nuevo fenómeno de la extimidad. Pese al auge de la extimidad, toda persona tiene derecho a guardar y a que sea respetada su intimidad y dignidad, por lo que debe ser ética y jurídicamente condenable todo aquel acto que viole este derecho. Para esta autora, la intimidad tal y como ha sido concebida tradicionalmente sigue vigente, pero para un conjunto cada vez mayor de personas ha dejado de ser la forma primordial de vivir y compartir su identidad y tampoco les preocupa protegerla, entrando así en una nueva era digital en la que la extimidad está ganando terreno y reformando progresivamente el ámbito del derecho a la intimidad (García, 2010).

Por otro lado, Sibilia (2012) plantea si estas nuevas y proliferantes formas de expresión digital deberían ser consideradas vidas u obras. Un enfoque interesante puesto que reflexiona acerca de si esas escenas privadas que son compartidas sin pudor, las múltiples versiones que son mostradas de uno mismo son la vida real o el reflejo de la misma mostrado al público como una obra de arte de la era digital.

Así, la autora considera a los nuevos usos confesionales y expositivos de internet como las nuevas manifestaciones de los viejos géneros autobiográficos, donde aquel que se muestra a través de la pantalla es al mismo tiempo autor, narrador y personaje de su propia historia digital, la cual no deja de estar en parte ficcionada, constituyendo una unidad ilusoria en base al lenguaje y constituida desde el flujo volátil y heterogéneo de la experiencia individual (Bourdieu, 1998).

Sin embargo, Sibilia puntualiza que si se trata de una ficción gramatical, con un núcleo de gravedad que aporte cohesión narrativa y un eje móvil en el cual converjan los relatos propios, es innegable que nos encontraremos ante un tipo muy especial y personal de ficción. Una ficción a su vez necesaria, ya que nuestro personaje digital está compuesto de estos relatos que a modo de materia nos constituyen como sujetos, proceso mediante el cual el lenguaje juega un papel fundamental, ya que nos aporta consistencia y tintes únicos y singulares. De la sustancia resultante de esa confluencia narrativa, Paula Sibilia (2012) extrae la definición del “yo”.

La autora, de este modo, ancla la experiencia de sí mismo como un “yo” a la condición intrínseca de narrador del sujeto, concebido como alguien con la capacidad de relatar la experiencia propia en primera persona. Por el contrario, la subjetividad es constituida “en el vértigo de ese torrente discursivo, dónde el yo de hecho se realiza”. Así, se concluye la posibilidad de usar la imagen y las palabras para confeccionar una ficción en la que podemos crear universos y elaborar nuestras propias subjetividades.

Sin embargo, Sibilia señala que no debemos olvidar las limitaciones imaginativas y creativas de este yo narrador, ya que este por sí mismo no puede ser considerado omnisciente como tal. La mayoría de los relatos que aportan grosor al yo surgen de la inconsciencia, es por ello por lo que el yo y los enunciados que produce se perciben desde la heterogeneidad, lejos de la ilusión de la identidad y habitados en todo momento por alteridad.

Este capítulo del yo narrador concluye con la premisa de que cada sujeto está adscrito a una experiencia vital que solo puede ser estructurada y pensada cuando el lenguaje la modela y confecciona. Por ello, la vida del yo narrador se puede considerar como “su propia vida” cuando este asume su naturaleza narrativa y es relatada en primera persona.

Sibilia (2012) también menciona la copiosidad de narrativas autobiográficas que parecen proliferar sin cesar comparable con el furor por los diarios íntimos. Sin embargo, este tránsito de la intimidad y el pudor que acogía estas experiencias hacia un “exhibicionismo triunfante” también modifica la subjetividad con la que se constituyen estos géneros autobiográficos. Los sujetos protagonistas de estos nuevos relatos de la era digital son por tanto definidos por la autora como aquellos que viven su propia vida como un verdadero personaje.

Con relación a esta necesidad de configurar una identidad digital para la elaboración de relatos autobiográficos, San Cornelio (2008) establece el concepto del “sujeto virtual”, aquel usuario de Internet que adopta una personalidad diferente a la suya cuando entabla relación con el resto de los usuarios del ciberespacio, interpretando a otro sujeto diferente al que le representa en la vida real. Este nuevo sujeto virtual surge de la metaforización y está formado por las impresiones que son percibidas desde nuestras pantallas digitales, sin tener necesariamente relación con nuestro yo formado por otros equivalentes.

En ocasiones, el usuario puede no únicamente adoptar una personalidad diferente, sino varias dependiendo del contexto situacional y la faceta que quiera mostrar, lo que pondría

de manifiesto la fragmentación inconsciente del sujeto y podría acarrear consecuencias si no se realiza de una manera controlada. Sherry Turkle (1997) ya hablaba de que la emergente cultura de la simulación facilitaba y favorecía la sustitución de la realidad por sus representaciones, esta cultura de la simulación refleja de manera visible las fronteras entre lo real y lo virtual. Los usuarios que pasan a formar parte de la comunidad digital se ven obligados a configurar un personaje y un entorno en el que poder ubicarlo, y para determinados individuos, estos personajes pueden ser más reales que sus propias identidades.

Respecto al “yo real” y la crisis de la ficción, Sibilia (2012) destaca que dada la espectacularización a la que se ve sometida diariamente nuestra sociedad no es de extrañar que las fronteras entre lo real y lo ficcionado se encuentren cada vez más diluidas, se trata a su vez de un vaivén de corrientes paralelas; la esfera de lo real contamina a la de lo ficcional y viceversa, la nitidez de ambas definiciones comienza a nublarse. Es precisamente por esto, por lo que recurrimos tan frecuentemente a los imaginativos ficcionales para confeccionar la narrativa de nuestra vida cotidiana, sobre la cual se teje una red de relatos que convergen en nuestro yo más personal.

Este afán social por el dramatismo y la estilización de los medios que ya despuntaba a lo largo de todo el siglo XX ha ido aumentando la necesidad del usuario de consumir una experiencia potenciada de la realidad. Realidad, amplificada y cuyo índice de eficacia es medido con los estándares mediáticos.

En otra vertiente, la autora asegura que las recientes narrativas mediáticas pregonan la facilidad y rapidez con la que se puede llegar a ser un personaje famoso dada la proliferación persistente de las celebridades que experimentan el auge y declive de su fama en un breve periodo de tiempo sin haber hecho nada fuera de lo común, ni haber conseguido narrar algún suceso o vivencia a priori insignificante con el suficiente atractivo mediático como para convertirlo en algo excepcional y refrescante. Como consecuencia de estos movimientos, los términos “famoso” y “famosa” se han devaluado notablemente. Tradicionalmente estos calificativos solían acompañar a algo o alguien digno del distintivo: actriz famosa, escritor famoso, cantante famoso, etc.- sin embargo, en la actualidad se ha transformado en un sustantivo auto justificable que otorga a la celebridad de una legitimidad tautológica.

Y es que, en el panorama mediático actual el ser famoso se ha convertido en una identidad televisiva propia. El famoso al entrar a formar parte de este conglomerado mediático pasa a convertirse en una especie de objeto de consumo mediático, una mercancía que es ofrecida a la audiencia de manera continuada si esta responde de la manera esperada. Estas celebridades pasan a ser vistas por las productoras y los medios de comunicación como productos que desempeñan la vital función de atraer la atención del público, independientemente de si estos gusten o no, creando un personaje que de acuerdo con Rivière (2008) se fabrica y expone en un escaparate para ser consumido como producto, al igual que pueden ser fabricados en masa para la consolidación del objetivo de ofrecérselos a un público insaciable de ídolos de popularidad mediática.

La industria en sí misma fomenta esta identidad auto justificable a través de la propia retroalimentación de la fama. Los medios escogen en una primera instancia a los individuos que creen que pueden convertirse en una celebridad, ya sea por su talento o por su historia o personalidad, para posteriormente exponerlos al juicio de la audiencia en el que únicamente sobrevivirán aquellos que el público quiera consumir. Estos individuos que adquieran la validación del público, de manera natural y viendo el éxito que suscitan sus propios personajes, recibirán nuevas oportunidades de trabajo con las que podrán mantener su popularidad.

El personaje así acepta las reglas del juego y entrega su propia vida a la fama. Para mantener permanentemente su estatus de famoso, el individuo asume que sus actos siempre serán de interés público, aunque en algunos casos estos puedan pertenecer al ámbito privado. Como se considera que el famoso necesita tanto la atención de los medios como la curiosidad del público para retroalimentar su personaje, debe estar dispuesto a perder parte de su intimidad para poder continuar en la esfera de la fama (Monfà, 2021).

A su vez, y como consecuencia directa, los sujetos que han nacido y crecido bajo la era tecnológica están familiarizados y totalmente acostumbrados a las reglas y directrices con las que se percibe la sociedad del espectáculo y que recurren a la amplia variedad de herramientas creativas disponibles para construir sus yo mediáticos y ficcionales, con el fin de atusar y cincelar sus personajes audiovisuales.

Pese al innegable peso de Internet, esta no es la única confirmadora de esta corriente, la creciente popularidad y demanda de los formatos tipo “reality-show” también lo es, así como el elevado número de solicitudes de participación que reciben por parte de la

audiencia interesada en formar parte. Para este tipo de sujeto, ansioso de potenciar su personaje ficticio, la única vía de escape que se plantea para escapar de su común y ordinaria vida cotidiana es la deslumbrante posibilidad de aparecer en la televisión y la aparente facilidad y comodidad que implica este salto a la fama, sin pararse en pensar en una razón de peso para exponerse a esa visibilidad y despojo de la intimidad.

Con la identidad y cualidades de los personajes públicos que se popularizan en todo tipo de formatos televisivos recientemente, mostrando un espejismo de realidad proyectados como “formas de ser” y estilo de vida, no es de extrañar que las subjetividades introdirigidas se encuentren en estado de crisis, dando paso a un tipo de “yo” que prioriza el ser capaz de llevar a escena continuamente su personalidad e intimidad, sin ser capaz de discernir entre los ámbitos públicos y privados de su vida (Sibilia, 2012).

V. El surgimiento de la televisión especular: hiperrealidad e imaginarios colectivos

Gérard Imbert (2003) presenta un enfoque metodológico en el que cruza una serie de miradas: una mirada semiótica que estudia la televisión como un discurso, una mirada comunicativa que se centra en el mensaje y el espectador, una mirada sociológica que asocia la televisión al reflejo del imaginario colectivo, y una mirada antropológica que profundiza en las representaciones colectivas.

Imbert considera el discurso televisivo como un dispositivo de producción social, el cual presenta su propia coherencia y es aplicable a un análisis, aunque sus efectos no dependen directamente de sus productores, por lo que el resultado de su estudio reconstruiría los efectos que se derivan de los mismos, así como el significado detrás del mensaje que lanza.

Tomándolo como un discurso que contiene y dictamina el imaginario colectivo, la televisión nos instruye en el sentir social, desde el cual se derivan perspectivas como la construcción de la realidad por el medio, la hibridación de los géneros, la difusa separación entre lo real y lo ficticio, y la tendencia televisiva cada vez hacia un mayor grado de hipervisibilidad.

El autor también plantea por otro lado una crisis en “lo real” que se bifurca en una doble vertiente. Por un lado, los géneros más realistas como el telediario se ven forzados a renovarse para adoptar un mayor grado de espectacularización que pasa por el adorno y

condecoro de su discurso. Por otro lado, se nos presenta una regresión del realismo riguroso en los programas ficcionados conocidos como la telerrealidad.

En los nuevos formatos televisivos es notoria la irrupción de una realidad mucho más sociológica y en parte cruda, así la vemos reflejada en la crónica negra y docu-dramas que muestran todo tipo de historias trágicas y aciagas. Sin embargo, y en contraposición a este último caso, estos nuevos formatos también nos están dejando ver la cara más amena de la realidad a través de sitcoms o documentales con un carácter más cercano y relajado.

Este contraste es lo que el autor denomina una “con-fusión” que afecta a los formatos de telerrealidad y nubla la frontera entre la realidad visible, aquella exterior al medio que muestra una realidad más sociológica, y la realidad individual, que abarca las experiencias subjetivas y las emociones más ocultas.

El peso mediático de la misma sumado a estas características de representación sociológica que presenta, hace que podamos considerar hoy en día a la televisión como el instrumento adecuado de reconstrucción del presente. Un presente, que pese a estar marcado por un déficit en la vida social, se caracteriza por un relato televisivo en el que predominan la redundancia, la duplicación y la simulación. El discurso televisivo es un flujo constante, un objeto semiótico en constante desarrollo y crecimiento, un dispositivo caracterizado por ser un instrumento enunciativo heterogéneo en el que coexisten sujetos de enunciación propios (como los conductores de los programas), y sujetos integradores de voces que garantizan una determinada permeabilidad respecto a la realidad social (Imbert, 2003).

Esta nueva “hiperrealidad” televisiva a la que nos vemos sometidos trae consigo la creación de nuevos imaginarios colectivos. La nueva realidad que producen los medios, construida en base a los nuevos modelos de representación, obliga a reconstruir la naturaleza de la unión entre la audiencia y el discurso televisivo en lo que a normas de uso y pacto comunicativo se refiere (Hartley, 2000), dejando de ser concebida como una relación en la que se prioriza la verdad para pasar a parecerse más a un simulacro en el que prime lo verosímil; un “hacer como si fuera verdad” en la cual el espectador admite la ficcionalidad discursiva televisiva pero resulta tan creíble que es capaz de sustituir la realidad por este nuevo imaginario colectivo elaborado por los medios (Baudrillard, 1978).

Imbert (2003) afirma, por tanto, que este nuevo modelo de representación constituye una relación paradójica con la realidad, siendo esta especular y espectacular simultáneamente. Especular ya que no deja de ser una realidad ligada a la cotidianeidad, aquello que surge de las vivencias, lo familiar. Y espectacular porque en su esencia está presente una cierta dosis de teatralidad y ficción, que consustancial al código televisivo y ligada a un contrato comunicativo propicia el espectáculo.

Así pues, el autor define esta “hiperrealidad” como una realidad híbrida en sus contenidos y ambivalente en sus canales comunicativos que existe sustancialmente a la par que se configura frente a nosotros, y que crea efectos en la realidad que la hacen percibir como creíble ante la audiencia y permiten su presencia en el imaginario televisivo. Hiperrealidad es, de manera concluyente, el código que tras el realismo reaviva, exagera y simula la realidad.

En esta misma línea Menéndez (2016) define la hiperrealidad televisiva como la sustitución de la realidad misma por su construcción artificial, que constituye a su vez la desaparición del objeto tras su nueva representación simbólica. El conjunto televisado es una notable expresión de la hiperrealidad, puesto que nos presenta una simulación que no corresponde a una referencia concreta, sino que es generada por los modelos de lo real.

Una simulación que para Ordóñez (2005) es esencialmente paradójica, ya que se sustenta de la sustitución de un ausente otorgándole una presencia que no hace más que confirmar su ausencia. Esta paradoja de la simulación se basa en que nadie vive su vida cotidiana con el objetivo de mostrarla públicamente, los patrones de conducta humanos solo se ven modificados cuando el sujeto comienza a ser consciente de que está siendo observado.

Otro factor ficcionalizante clave en la construcción de los imaginarios colectivos y muy presente en los nuevos modelos de representación es el relato. Este traza una frontera con la actualidad a través de las incorporaciones de mediaciones enunciativas de mano de la figura del narrador, y a su vez, reincorpora la actualidad y da cuerpo al discurso televisivo.

El asombro y fascinación que generan los relatos trágicos, dramáticos o impactantes (accidentes, desastres naturales, sucesos desafortunados...) pone de manifiesto la anteriormente mencionada exacerbación de la realidad presente. Pero es esa redundancia televisiva, la repetición innecesaria del mensaje informativo y la recurrencia y reproducción meticulosa de las escenas las que vuelve “hiperreales” al relato hasta

dejarnos impasibles y narcotizados ante el “espectáculo” que ya nos presenta la auténtica realidad (Imbert, 2003).

Este efecto narcotizante del relato y la televisión ficcionada es palpable en una mayor medida en la temática de la violencia en los medios de comunicación, donde la saturación de esta a la que nos vemos sometidos puede desembocar en desinterés e incluso insensibilización frente a la violencia real. Esto es, por ejemplo, lo que ha ocurrido en mayor medida con todas las coberturas del atentado del 11 de septiembre: hemos estado expuestos a él de una manera tan constante y recurrente en el relato televisivo y las ficciones audiovisuales que cuando lo vivimos en la realidad se percibe bajo una impresión de “dèjà-vu”, dado que el imaginario ha consumido a la realidad (González-Requena, 2002).

Para poder hablar de los formatos de entretenimiento y cómo estos se integran en el mensaje televisivo primeramente debemos abordar el tratamiento de este medio dentro de un enfoque divulgativo en el cual lo consideramos un instrumento didáctico que ha facilitado el acceso a la información y la cultura. La televisión ha sido capaz de democratizar notablemente la distribución del saber, aunque también ha sido partícipe de la trivialización de muchos otros tópicos que han derivado en la creación de diversos estereotipos, estimular la afición a temas concretos y al cultivo de una determinada sensibilidad que en ocasiones ha colindado con lo morboso (Ferrés, 1996).

En lo que al marco cognoscitivo se refiere, hemos observado una notable evolución en las estructuras antropológicas en las últimas décadas. Esta expansión de los medios audiovisuales ha traído consigo la metamorfosis de los procedimientos comunicativos hacia una “economía del ver” que reafirma la supremacía de lo visual frente a lo intelectual, permaneciendo lo visual como modo prioritario de ver, sentir y representar la realidad (Imbert, 2003).

Baudrillard (1990) ya hablaba al respecto de la “hipervisión”, en la cual se refería a este estrecho acercamiento que entabla la mirada con aquello que observa y caracteriza a las nuevas formas de comunicación. En esta nueva política del ver, tal y como aseguraba el autor, ya no hay cabida para el secreto ni para la representación.

Nos es inevitable destacar pues la que una vez fuera acuñada por Umberto Eco (1986) como “neotelevisión”. Este modelo refuerza y prima la relación inmediata, el contacto con la audiencia, y la sensación de interactividad, produciendo así un efecto de inflación

de los procedimientos que sean capaces de acentuar ese contacto transversal y en la capacidad de comunicación. Es, por tanto, un modelo de comunicación que puede convertirse en una “conversación audiovisual” (Bettetini, 1986) que prime la forma y la metodología comunicativa frente al contenido, un modelo en el que el protagonista del relato acaba siendo la televisión misma.

Eco (1986) ya mencionaba que en esa “neotelevisión” el discurso televisivo dejaba atrás su imagen de ventana al mundo para convertirse más bien en un espejo del sujeto social. De nuevo, y como ya apuntaba Imbert (2003) estaríamos pasando de una televisión espectacular, más documental y referencial, a una mucho más especular que presenta un fuerte factor narcisista que es capaz de amoldarse con facilidad a los supuestos gustos de la audiencia; tanto a aquellos declarados y reconocidos por el público general, como a los más ocultos e inconfesables.

Así, la televisión se convierte en una enorme máquina productora de entretenimiento en serie que abarca dos vertientes fundamentales: ocupar, de manera pasiva al espectador y que alcanza su punto culmen en los programas nocturnos, y divertir, que pese a ser un término más activo tiende a generar ilusiones y expectativas alejadas de la realidad. La seducción es la clave de este proceso de captación y cautivado de la audiencia, de nuevo en un doble sentido de atraer y fijar el interés. Pese a que el discurso televisivo cumpla una función socializadora, no lo hace desde el sector racional del mismo, sino desde su cara más seductora y emotiva, en la cual priman los relatos frente a los discursos, en una realidad propia que despierta a su vez la realidad imaginaria de la audiencia (Imbert, 2003).

En este nuevo imaginario colectivo de la diversión y la espectacularización que prima en las producciones televisivas la máxima indiscutible es “pasarle bien”, a costa incluso de la elaboración de un discurso televisivo cuyo principal sustento sea un mundo de sueños y ambiciones ilusorias. Un entretenimiento que, reafirma y refuerza esta diversión como vía de escape frente al mundo real con el fin de sustituirlo y configurar otra realidad igual de creíble a la nuestra; “un mundo de lo posible que mucho tiene que ver con la ficción, aunque esté empapado en la realidad” (Imbert, 2003)

Una evolución del discurso que, para Imbert, deja percibir una fuerte crisis en la representatividad que damnifica al discurso periodístico y genera un cambio en las tendencias al interés de los temas más “duros” como los económicos o los políticos, a

favor de aquellos más lúdicos como el entretenimiento rápido, los concursos, las tertulias “rosas”, los programas de diversión y en general todo aquel formato que cumpla una función recreativa. Cuando la realidad satura a la audiencia, lo único que resta es reinventarla, crearla de manera retroactiva desde el propio medio a través de formatos como los reality shows y los docu-realties (Imbert, 2003).

La característica común de estos programas es, además de ser una mezcla de otros formatos, la privación del contacto con la realidad más objetiva y su entorno social. La realidad más pública se ve sustituida por una mucho más arbitraria, relativa, y a caballo entre lo público y lo privado. De este modo, se origina una desrealización del espacio mediático que genera un universo falaz a la sombra de las obligaciones y ritmos del tiempo social. Se produce así un universo basado en un régimen narrativo difuso entre los mecanismos de mostración, aquellos que se basan en los relatos factuales, y los dispositivos ficticios basados en el imaginario colectivo (Jost, 2001).

VI. Función informativa y función social en los medios de comunicación

Es innegable la gran influencia que tienen los medios de comunicación en el proceso de adquisición y difusión de conocimientos a través del ejercicio de una importante labor de educación y formación en la sociedad, cumpliendo así una función informativa. Los medios de comunicación son fuentes informativas que cubren una gran variedad de temas, ya sean políticos, económicos, sociales, etc.- al igual que también son notables generadores de información y conocimiento; permiten distribuir al alcance todos los usuarios la innovación, adaptabilidad y el progreso de la información al mismo tiempo que la proporcionan, sin olvidar la capacidad de satisfacer la curiosidad de la audiencia sin perder de vista el interés general del público. Los medios deben ser capaces de aprovechar al máximo todas sus capacidades técnicas y de difusión para desempeñar sus funciones comunicativas e informativas, dada su condición de mediadores comunicativos y estimuladores culturales (de Garcillán, 2014).

Los medios de comunicación de masas son, por tanto, canales directos de información para la audiencia. Con respecto a esto, Gimeno y Fernández (1980) les asignan identifican tres características: La primera de ellas es que son considerados como un valioso recurso para mejorar y mantener activa la motivación por el aprendizaje del público; la segunda, la importante función informativa que cumplen sus contenidos; y la tercera, la aplicación

de estos como una guía metodológica que acompaña a la audiencia en el proceso de aprendizaje.

En lo que a la televisión se refiere, Miguel Bobo (2005) afirma que, adhiriéndonos a la descripción más intrascendente de su significado, todo aquello que aparece en los espacios televisivos ya está informando de una manera u otra, incluso lo más banal y común como los peinados, la vestimenta, la forma de comportarse frente a la cámara, la gesticulación, etc. Ahora bien, no son estas cualidades a las que solemos referirnos cuando analizamos la función informativa de los medios, sino a la difusión de noticias provenientes de acontecimientos de interés, cuyo ejemplo más notorio lo encontramos en los noticiarios e informativos; que son, de hecho, los formatos que requieren una mayor objetividad, veracidad e imparcialidad.

Dada la indiscutible capacidad de la televisión para instaurar usos, comportamientos y aptitudes en la sociedad, Bobo (2005) destaca también una subfunción formativa del medio, en la cual considera que la formación en los medios debe realizarse adecuadamente y con independencia del carácter del formato en el que se produzca o de los contenidos que estén siendo tratados. Así, el autor considera el uso correcto del lenguaje una de las premisas principales que deben cumplir cualquier tipo de programa, considerando el uso del lenguaje desde una doble vertiente; tanto en la construcción correcta de oraciones como en el uso propio del léxico.

Una vez analizada la función informativa de los medios, procederemos al análisis de la función que más nos repercute en el abordaje del presente estudio: la función social. Para ello, primero debemos tener en cuenta que, durante nuestro siglo, los medios de comunicación han evolucionado tanto a nivel técnico como tecnológico, hasta llegar a conocerlos como lo que son hoy en día. De manera simultánea, se han elaborado una serie de estudios e investigaciones que han conformado los marcos teóricos e interpretativos sobre los efectos y funciones sociales que tienen los medios. La característica común que podemos establecer de estos estudios es el objetivo que persiguen, poder establecer una relación que se produzca entre los medios de comunicación y la sociedad; poder reflejar el papel de los medios en esta relación, así como el de los efectos sociales que surgen como consecuencia de estos (Bretones, 2008).

Estas teorías de los efectos de los medios (Wolf, 1987) integran un conjunto de trabajos de diversa cualificación; algunos con una intencionalidad más teórica y general, y otros con un enfoque orientado hacia las investigaciones empíricas y aspectos concretos. Estudios que responden a la necesidad de elaborar pretensiones explicativas al fenómeno social de la comunicación de masas cuya diversidad es fruto de las cuestiones específicas a las que son vinculadas.

Lull (1982) fue uno de los pioneros que observó y estudió la necesidad de investigar los usos sociales de los medios de comunicación. En los efectos que analizó encontró lo que él denominó como “usos relacionales”, distinguidos por destacar el valor mediador de la televisión en las interacciones humanas. La televisión actúa de manera directa en nuestras relaciones sociales de diversas maneras: facilita la comunicación favoreciendo el índice deseado de pertenencia o exclusión de un grupo, se implica activamente en el aprendizaje social y está involucrada en la demostración de competencia y dominio personal.

Los medios de comunicación son generadores y difusores de actitudes, pautas de comportamiento, valores y opiniones, son capaces de sensibilizar a la audiencia sobre determinadas realidades sociales e inducirles respuestas programadas frente a estas, ya que nos mantienen al corriente de los sucesos informativos en tendencia en la conversación ciudadana y nos ayudan a confeccionar nuestro pensamiento y transmisión de valores (de Garcillán, 2014).

En determinadas circunstancias, el propósito principal de los medios, informar, retrocede a un segundo plano para dar paso a la educación, la cual permanece entre las personas mediante la creación de prioridades, valores, hábitos culturales, mitos y costumbres (Rivière M. , 2003). Por ello la televisión es un potente transmisor y generador de opiniones, puesto que presenta una gran influencia en la opinión pública y afecta directamente al rumbo de la cultura de masas.

Así mismo, debemos tener en cuenta que los medios de comunicación en su conjunto transmiten unos determinados patrones de comportamiento, influyendo así en las pautas de comportamiento social. Esto implica una sucesión de efectos tanto positivos como negativos, entre estos últimos podemos destacar la cuestión referida a la homogenización de la sociedad que producen los medios de comunicación, reduciendo así las diferencias entre los colectivos de la audiencia para poder generar un perfil de espectador estándar y universal; en ocasiones los modelos de conducta tienden a la simplicidad y al

conservadurismo, a lo que se le suma la capacidad de los medios para mostrar una serie de comportamientos aceptados y no aceptados en este nuevo marco social (de Garcillán, 2014).

En la línea de la evolución de los medios de comunicación de masas, y de la función social que desempeñan los mismos, Gérard Imbert (1999) asegura que en las dos últimas décadas el discurso televisivo y el conjunto del discurso social han experimentado una serie de mutaciones que infieren directamente a las representaciones de la sociedad, las cuales han generado nuevas relaciones con el medio. Estas nuevas conexiones relacionales se han traducido en la creación de nuevos mitos y ritos en torno a la televisión y el espectáculo, entendiendo como ritos aquellos dispositivos formales de patrones de conducta frecuentes que transmiten una representación de la realidad preestablecida y cumplen, por tanto, una función social: originar y reforzar las conexiones con el medio compartiendo el propio espectáculo, generando así un acuerdo formal con el espectador.

Al igual que Bobo (2005), Imbert también destaca una serie de “subfunciones” de la televisión dentro del marco de lo social. Estos ritos mencionados anteriormente; siendo considerados como un dispositivo formal se podría asegurar que tienen un carácter repetitivo, por lo que desempeñaría también una función reproductiva. Sus rasgos intrínsecos y sus soportes físicos como los verbales o los gestuales, le dotan de una determinada visibilidad social, por lo que se deduce también una función mostrativa. Finalmente, su forma altamente codificada y la fuerte carga simbólica que encierran estos ritos del discurso televisivo les dotan también de una funciones comunicativas y persuasivas (Imbert, 1999).

Otro de los conceptos que aúna estos aspectos y funciones sociales de los medios con las características inherentes de la televisión es la “televisión social”. Pese a que el concepto pueda sonar a neologismo, no lo es en absoluto, ya que lleva siendo estudiado en el panorama científico-comunicativo desde principios de siglo en diversas disciplinas. Marinelli (2015) se refería a ella como el fruto de la progresión que erradica del medio en el que todo el contenido es distribuido y producido por una cadena hasta un ecosistema pluralista en el que el flujo es determinado por las decisiones de los sujetos individuales en lo que a modalidad de pantalla y usos del visionado se refiere. Es decir, se le otorga al espectador la capacidad de dirigir la relación de comunicación en su presente evolución.

González y Quintas (2015) definen a la televisión social como un tipo de televisión interactiva en la cual el componente relacional y de sociabilidad digital es un elemento consustancial. Una televisión interactiva que es fruto de la convergencia tecnológica en la que la audiencia juega un papel fundamental de participación activa en los contenidos a través de plataformas digitales multicanal empleando sus dispositivos inteligentes, favoreciendo de este modo la comunicación transversal entre el programa y la cadena y la comunidad de espectadores. Se trata, para los autores, de un concepto en el que la comunicación interpersonal es un objeto clave en los rasgos básicos de la televisión social.

Este calificativo de “social” lleva ligado a la televisión desde prácticamente sus orígenes, ya que era un medio que se consumía en grupo y se intercambiaban opiniones mientras se producía el visionado. En la actualidad, las generaciones más jóvenes tienen altamente interiorizado el hábito de comunicar y compartir todo a través de las redes sociales, incluso aquello perteneciente a la esfera privada. Sin embargo, limitar la definición de la televisión social en su versión más contemporánea a las redes sociales sería algo restrictivo, ya que los avances en la tecnología pueden evolucionar más aún y en un futuro superar a estas redes y que la comunicación interpersonal acerca de un visionado común se efectúe por otros canales (González & Quintas, 2015).

Iñesta (2015) incorporaba a esta definición la gran presencia de los dispositivos móviles, ya que existe un suficiente conocimiento y avance tecnológico que posibilita el desarrollo de interfaces y segundas pantallas en las que también se desarrollaría esta televisión social, especialmente teniendo en cuenta la fuerte implantación y presencia de estos dispositivos en la sociedad moderna.

VII. Los eventos mediáticos: el modelo predominante de retransmisión

Desde su incorporación a la sociedad hace ya casi un siglo, la televisión ha dejado huella en la memoria de todos nosotros. Si echamos la vista atrás, nuestros recuerdos sobre la mayoría de los sucesos mediáticos de gran importancia histórica estarán ligados a haberlos presenciado a través de la pequeña pantalla. Las retransmisiones televisivas, como modelos de difusión masiva, se han realizado en abierto y dirigido a una audiencia global a través de un complejo procedimiento que conlleva la implantación de un servicio técnico al servicio de la información, el espectáculo y el marketing en televisión. Las

retransmisiones de grandes eventos mediáticos de interés general a lo largo de la historia han sido claves para la evolución del medio hasta conocerlo tal y como lo hacemos hoy en día (Montemayor, 2015).

La gran competitividad actual en el mercado televisivo, los fines y objetivos económicos, y la adaptación de los formatos televisivos a las nuevas tendencias de rentabilidad social, ha consolidado un nuevo escenario de los negocios audiovisuales en los que los acontecimientos mediáticos han jugado un papel protagonista. La evolución tecnológica que han experimentado los medios de comunicación ha favorecido este proceso de difusión gracias a la integración de transmisores satélite, redes sociales, la televisión por cable o el *streaming*, configurando así un conglomerado de innovaciones y transformaciones tecnológicas que han generado cambios en los modelos de consumo y en los modos de comprender y rentabilizar al medio (Cebrián, 2004).

Las retransmisiones televisivas generan un efecto inigualable dado el contacto tan completo con el que se relacionan la audiencia y el evento. El espectador se convierte en un observador prácticamente omnipresente que tiene acceso a todos los detalles, Pérez y García-Crespo (2014) caracterizaban al perfil del espectador por su capacidad de “ver todo”, de poder estar situado en la mejor localidad desde la comodidad de su casa, captando la realidad de la acción y del movimiento escénico a través de múltiples puntos de vista. Para estos autores la gran competencia entre cadenas por alcanzar las cuotas más altas de audiencia y fidelización han configurado a las retransmisiones de los eventos mediáticos tanto deportivos como informativos en el gran espectáculo audiovisual del panorama multimedia actual. Así pues, y dada su condición de espectáculo, la puesta en escena es un aspecto fundamental del evento, es por ello que como espectadores asistimos a una constante incorporación de las últimas tecnologías audiovisuales para garantizar la espectacularidad visual del evento buscando que nos sintamos privilegiados por nuestra condición “omnipresente”.

Además, y de acuerdo con Roger (2010), con cada retransmisión se genera un nuevo reto de igual, o si es posible superar, la calidad y espectacularidad de la última retransmisión ofrecida. De este modo, las productoras de televisión se encuentran en la constante búsqueda de la forma más atractiva de retransmitir el evento incrementando su espectacularidad y despertando el interés del público general, para poder así aumentar sus índices de audiencia e incrementar sus beneficios corporativos.

En base al objeto de estudio del presente trabajo, hay un aspecto de los eventos mediáticos clave que no podemos pasar por alto, un elemento que marca el ritmo, la difusión y la forma en la que el evento se relaciona con la audiencia: el directo.

En la actualidad el papel de la televisión se ha visto favorecido por el nuevo entorno digital, tanto por la calidad de audio e imagen con las que se pueden realizar las retransmisiones como por la interactividad que se le facilita al espectador permitiéndole estar en contacto directo con el contenido televisado.

El formato en directo en las retransmisiones televisivas favorece la recepción del mensaje por parte de la audiencia y así lo avalan los índices de audiencia e interés general del público; entre las diez emisiones más vistas en España en los últimos 20 años, los acontecimientos especiales que se retransmiten en riguroso directo como los campeonatos internacionales de fútbol o el festival de la canción de Eurovisión se sitúan en los primeros lugares de la lista (Barlovento Comunicación, 2021)

Con el aumento de la competencia en el sector y la llegada de nuevas tendencias de preferencias de consumo desde hace un tiempo las cadenas que ofrecen estos acontecimientos televisados en directo están implementando en su oferta la distribución de señales alternativas del contenido que a través de un sistema multipantalla cualquier usuario con acceso a internet puede seguir desde su dispositivo inteligente. Un ejemplo de este tipo de eventos son los partidos de fútbol de primera división que por su importancia generen un interés mediático, como por ejemplo la final de la Copa del Rey de 2019, en la cual TVE dispuso varias cámaras situadas en lugares específicos para generar diferentes puntos de vista de manera continuada para ofrecerle al espectador un apoyo visual en paralelo al ofrecido por las cámaras principales en la emisión.

En el mundo de los eventos mediáticos, el conjunto de interés que pueda despertar por sí mismo un acontecimiento como tal está apoyado por un amplio despliegue tecnológico que efectúan tanto el equipo técnico como el operador televisivo que en ese momento estén ostentando el evento. Para Montemayor (2015), los eventos mediáticos en directo son indiscutiblemente los más aclamados por la audiencia, independientemente de la naturaleza temática de los mismos y gracias al interés social excepcional que despiertan.

VIII. Evento seleccionado para el análisis: El caso de Rocío Carrasco

“*Rocío, contar la verdad para seguir viva*” es el título de la primera serie documental biográfica en formato de docu-reality protagonizada por Rocío Carrasco. El documental fue dirigido por Anaís Peces Marañón bajo la productora de La Fábrica de la Tele para Mediaset España, elaborando un total de 11 episodios y 2 entrevistas con la protagonista y colaboradores habituales del formato a modo de debate y crónica. Su emisión se realizó en Telecinco y fue estrenada el 21 de marzo de 2021 en horario de máxima audiencia.

Rocío Carrasco Mohedano ha sido desde su nacimiento uno de los personajes mediáticos más reconocidos a nivel general en nuestro país, ya que es la hija del que fuera uno de los matrimonios más populares del panorama mediático nacional de los años 70 en adelante; el conformado por Rocío Jurado, popular cantante de copla y flamenco de recorrido internacional, y Pedro Carrasco, boxeador profesional reconocido por su boxeo pulcro y estilista. Desde pequeña, Rocío siempre se vio eclipsada por la figura de su madre, una de las artistas más populares de la historia de nuestro país, y ya en sus primeras tomas de contacto con las cámaras mostraba su carácter fuerte y rebelde (Hernández, 2020). Sus padres se separaban en 1989, cuando ella tenía 12 años a punto de entrar en la adolescencia.

Durante su juventud y mientras se adentraba en el mundo de las pasarelas, conoció al que posteriormente sería el padre de sus hijos, Antonio David Flores, un joven guardia civil con el que finalmente acabaría contrayendo matrimonio el 31 de marzo de 1996. La boda de Rocío y Antonio David fue un evento completamente televisado con una gran espectacularización mediática, celebrada en la Capilla de las Vírgenes de la finca de la Yerbabuena en Sevilla, y bajo la atenta mirada de su madre Rocío Jurado.

Sin embargo, su separación llegaría a los pocos meses del nacimiento de su segundo hijo en 1999, y desde la oficialización de su divorcio Antonio David dejaría la Guardia Civil para convertirse por completo en un personaje público y comenzar su periplo por los distintos platós de televisión de la época como *Crónicas Marcianas* o *Día a Día*, todo mientras Rocío permanecía en silencio alejada de los medios de comunicación.

Tras salir a la luz diversas acusaciones de abusos físicos y psicológicos por parte de su expareja (De la Peña, 2021) y una inexistente y a priori inexplicable relación con sus hijos, Rocío decide finalmente romper su silencio en esta serie documental sobre sus problemas familiares tras 20 años. Cabe destacar que el título del docu-reality es debido

a que la realización del mismo fue decidida de manera definitiva tras un intento de suicidio por parte de la protagonista a causa de los problemas y la ansiedad generada por su situación familiar y mediática, bajo la necesidad imperiosa de sacar lo que llevaba dentro y poder ser escuchada antes de que la angustia la consumiese de nuevo (La Vanguardia, 2021).

En el documental Rocío expone de manera detallada la dura situación de maltrato continuado que habría ejercido sobre ella su exmarido Antonio David en una extensa y rompedora entrevista en la que sus relatos desvelaban una situación personal y familiar que mucho difería de la que se venía contando con anterioridad por parte de su exmarido en los medios de comunicación años atrás. En ningún momento del documental Rocío menciona el nombre de Antonio David, ya que asegura no poder pronunciarlo, únicamente lo describe como “un ser egocéntrico y diabólico” que ha recurrido a la violencia vicaria para separar a sus hijos de ella y ocultarles en todo momento la versión de los hechos de su madre, otro de los motivos de peso para haberse lanzado finalmente a contar sus vivencias ante la cámara.

El calvario de Rocío comienza a ser evidente en el momento en el que ella, aún en su recién estrenada vida matrimonial, se encontraba convaleciente tras un accidente de moto y entonces sucedieron las primeras agresiones. Se producía en un momento en la que la presión mediática sobre la pareja era total, no únicamente por el sonado accidente de Rocío sino porque recientemente se le había imputado a Antonio David un arresto domiciliario por un delito de apropiación indebida de cincuenta mil pesetas mientras estaba de servicio (López, 2021). Según relata Rocío, estaba sentada en el sofá con una mesa camilla y él la agarró del pelo, le pegó un tirón y le golpeó la cabeza contra la mesa echándole la culpa de todo lo que está sucediendo en ese momento. También narró lo sucedido tras esa primera agresión; de acuerdo con Rocío, Antonio David estalló en llanto rogando su perdón y afirmando que estaba nervioso por la injusta situación en la que se estaba viendo envuelto al estar siendo acusado de algo que él aseguraba no haber hecho.

A lo largo de la serie Rocío relata vivencias de maltrato tanto o incluso más estremecedoras que esta, en televisión en abierto y con miles de personas como confidentes. La crudeza del relato y las condiciones en las que fue televisado rápidamente despertó la función social más simpatizante de la televisión y no tardaron en llegar las primeras reacciones.

Desde la emisión del primer capítulo se generó una gran repercusión en las redes sociales, especialmente en Twitter, donde toda declaración que vertía Rocío era motivo de discusión entre los internautas, aunque la gran mayoría coincidía en condenar los actos de Antonio David (Ciganda, 2021). También de manera prácticamente inmediata tras la emisión de los dos primeros episodios la productora del formato, La Fábrica de la Tele, y la empresa de telecomunicación Mediaset España ejecutaban el despido fulminante y la desvinculación total con Antonio David Flores, que hasta entonces había sido un colaborador habitual en múltiples programas de la cadena.

Además, las declaraciones de Rocío suscitaron el apoyo público de diversas figuras públicas como la propia ministra de Igualdad, Irene Montero, la cual manifestaba a través de la publicación de un hilo en Twitter la importancia de la sensibilización pública del problema de la violencia de género, asegurando que Rocío es una víctima más y que no se la debe cuestionar o ridiculizar por haber denunciado públicamente su caso ya que conseguiría que muchas mujeres se vieran reflejadas, a lo que añadía el hashtag oficial de apoyo #RocíoYoSiTeCreo (Estirado, 2021).

Así mismo, el Ministerio de Igualdad informaba tras las dos primeras horas de emisión del documental el aumento de consultas a los servicios de atención a las víctimas de la violencia de género a través del teléfono 016 en un 41,9%, así como de un aumento del 384% en las consultas por correo electrónico y un 1.464% en las consultas a través de WhatsApp (El País, 2021).

IX. Justificación y delimitación de la muestra

Para el presente estudio, se analizará una parte de la conversación ciudadana surgida en la red social Twitter durante la emisión en directo de determinados episodios del documental.

La selección de la repercusión del documental en esta red social es debido al gran número de interacciones que recibieron las etiquetas oficiales del programa, en su primera emisión se posicionó rápidamente como el programa con más impacto en redes sociales de la semana, con un total de 50.000 personas comentando en directo y más de 237.000 tweets publicados (Benito, 2021). Estas cifras nos dan la cantidad muestral suficiente como para poder elaborar un seguimiento competente de la respuesta de la audiencia ante el impacto

del docu-reality, así como una representación estimada de la opinión pública desglosada en base a los diferentes grupos sociales dado el alto índice de participación.

Para delimitar la muestra se ha realizado una selección de un total de tres capítulos del documental en base a los índices de audiencia obtenidos, en este caso, las entregas más vistas y por tanto objeto de nuestro estudio han sido:

- Capítulo 0: “Como las alas al viento”
- Capítulo 1: “Como una ola”

Ambos emitidos de manera consecutiva el 21 de marzo de 2021 en Telecinco aunando un total de 3.787.000 espectadores y una cuota de pantalla del 33,2% (González, 2021).

- Capítulo especial: “Rocío Carrasco en plató”

Programa especial que como parte del documental cuenta con la participación de la protagonista del mismo en el plató para realizarle una entrevista en directo. Emitido el 21 de abril de 2021 en Telecinco con un total de 3.041.000 espectadores y una cuota de pantalla del 32,5% (González, 2021).

Para la selección de la muestra de tweets de los internautas, se ha recurrido a los mismos publicados bajo los *hashtags* oficiales de cada emisión, en este caso: *#RocíoVerdad1* para los tweets referentes a los capítulos 0 y 1 (“Como las alas al viento” y “Como una ola”), y *#RocíoEnDirecto* para los tweets referentes a la entrevista en directo a Rocío Carrasco como parte de un programa especial.

Dentro del compendio total de tweets se han seleccionado 20 de cada etiqueta, cuyo criterio de selección ha estado basado en la repercusión y trascendencia de los mismos, seleccionando así aquellos que obtuvieron una mayor atención pública en los días posteriores por parte de los medios y portales digitales, así como de las propias interacciones en vivo de los internautas de la red social. A su vez, se ha tenido en cuenta una subcategoría en base a la autoría del tweet, seleccionando mensajes tanto de personajes públicos (presentadores de televisión, periodistas, políticos, escritores, artistas, etc.) como de usuarios anónimos. En el primer bloque muestral perteneciente al *hashtag #RocíoVerdad1* se han seleccionado 10 mensajes publicados por famosos y 10 mensajes publicados por internautas anónimos. En el segundo bloque muestral perteneciente al *hashtag #RocíoEnDirecto* se han seleccionado cinco mensajes publicados por famosos y quince mensajes publicados por internautas anónimos.

X. Análisis cualitativo de la muestra

El tratamiento y abordaje de la violencia de género en televisión ha sido una de las temáticas principales de este estudio, el caso de Rocío Carrasco estuvo especialmente marcado por el tratamiento televisivo que recibió ya que fue presentado ante la audiencia en forma de documental autobiográfico, lo cual generó multitud de reacciones en redes sociales las cuales podemos desglosar y clasificar en función a la interpretación individual de cada usuario del mensaje y la respuesta que tenían ante este.

Para ello, se ha articulado el análisis en dos niveles, que son:

- Nivel macro: referido al discurso dominante de violencia de género en la conversación ciudadana en Twitter, el cual será a su vez categorizado y articulado en 3 bloques diferentes que reflejen la posición del tweet en base a cómo de coincidente sea este con respecto a la postura y al mensaje lanzado por Rocío Carrasco en el documental. De este modo, se discernirá entre los siguientes identificativos del discurso: (I) Positivo, entendiendo a los tweets pertenecientes a este nivel como aquellos que reafirman y apoyan el discurso inicial contra la violencia de género que transmite Rocío en el transcurso del docu-reality, así como en las formas, el mensaje, los procedimientos y el lenguaje. (II) Negativo, entendiendo a los tweets representativos de este nivel como aquellos que están en total desacuerdo con el mensaje de Rocío Carrasco frente a la violencia de género, así como en la representación, el abordaje mediático y la espectacularización del tema. (III) Neutral, referidos a aquellos mensajes que muestran una posición intermedia, difusa o parcial, ya sea porque no terminen de posicionarse al completo, o porque estén de acuerdo únicamente con determinados aspectos como por ejemplo la representación, y en desacuerdo con otros diferentes como la espectacularización.
- Nivel micro: referido a las cuestiones más concretas de los tweets analizados. Concretamente, se han tenido en cuenta los siguientes aspectos:
 - a) Autoría del tweet: en este caso, si el autor del mensaje es una persona anónima, o si por el contrario es alguien conocido en el mundo de los medios de comunicación como un periodista, un presentador, un artista, una personalidad política, etc.

- b) Banalización de la violencia de género: referido a si el tweet en particular banaliza la violencia de género en su totalidad o proporcionalidad, contribuyendo así a la hipótesis de que el caso al completo de Rocío Carrasco ha estado banalizado por los medios de comunicación.
- c) Espectacularización: similar al punto anterior, en este caso se analizará si las declaraciones vertidas en el tweet apelan principalmente a la emoción, espectacularizando con ello la violencia de género y el caso particular de Rocío Carrasco, de nuevo para finalmente comprobar si la opinión pública considera que se ha espectacularizado el caso.
- d) Extimidad: referido a si el mensaje del tweet enmarca la extimidad, previamente definida en este estudio, de manera aplicable al caso particular de Rocío, para poder concluir tras el análisis, si el relato público de Rocío Carrasco se puede considerar como extimidad o no.
- e) Función social: entendida como función social de la televisión, previamente expuesta, se analizará si el mensaje del tweet contiene elementos o informaciones que se puedan atribuir a esta función.

Para el análisis individualizado de cada tweet se representarán dos tablas, una por cada hashtag a analizar (*#RocíoVerdad1* y *#RocíoEnDirecto*). En dichas tablas, además de incluir el identificativo de la muestra, se señalarán cuáles de las diferentes cuestiones a analizar explicadas previamente en los niveles macro y micro se cumplen y en qué forma. Así, se incluirán en las tablas categorías destinadas a identificar el tipo de discurso que se defiende, la autoría del tweet, la banalización, la espectacularización, el nivel de vinculación al concepto de extimidad y si se identifica la función social de la televisión en el mensaje. Posteriormente en el apartado de resultados se desarrollarán pormenorizadamente los puntos de interés que nos hay reflejado el estudio y que hayan podido quedar escuetamente reflejados en la tabla.

Dada la muestra total a analizar, 40 tweets combinando los seleccionados entre ambas etiquetas, se ha realizado una indexación atribuyendo a cada muestra un identificativo. Las muestras pertenecientes al hashtag *#RocíoVerdad1*, que aúnan los tweets referidos a los dos primeros capítulos, “Como las alas al viento” y “Como una ola”, se les ha designado comúnmente con un (1). Las muestras pertenecientes al hashtag *#RocíoEnDirecto*, que recoge los tweets referidos a la entrevista en directo a Rocío

Carrasco, se les ha designado comúnmente con un (2). Posteriormente, dado que el tamaño de la muestra por etiqueta es de 20 en total, a cada tweet se le ha asignado un subíndice de la “A” a la “T”, que corresponden a las primeras veinte letras del abecedario excluyendo la “Ñ”. Así, los identificativos de los tweets de la etiqueta *#RocíoVerdad1* van desde el 1-A hasta el 1-T, y los identificativos de los tweets de la etiqueta *#RocíoEnDirecto* van desde el 2-A hasta el 2-T. Los enlaces al muestrario completo de tweets incluyendo sus identificativos y autores se han incluido en el anexo.

Tabla 1. *Análisis de la muestra correspondiente a los mensajes referidos a los capítulos 0 y 1 del docu-reality bajo la etiqueta #RocíoVerdad1*

Muestra	Nivel macro	Nivel micro				
		Autoría	Banalización	Espectacularización	Extimidad	F. Social
1-A	Positivo	Irene Montero, ministra de Igualdad	X	X	✓	✓
1-B	Positivo	Alba Carrillo, colaboradora televisión	X	✓	X	✓
1-C	Positivo	Sandra Barneda, presentadora televisión	X	X	X	✓
1-D	Neutral	María Patiño, presentadora televisión	✓	X	X	X
1-E	Positivo	Toñi Moreno, presentadora televisión	X	X	✓	✓

1-F	Positivo	Pastora Soler, cantante	X	X	X	✓
1-G	Positivo	Carolina Iglesias, influencer	X	X	✓	✓
1-H	Positivo	Marta Peñate, colaboradora televisión	X	✓	X	X
1-I	Positivo	Adriana Lastra, vicesecretaria PSOE	X	X	✓	✓
1-J	Neutral	Rocío Monasterio, portavoz VOX	✓	X	✓	X
1-K	Positivo	Usuario anónimo	X	✓	X	X
1-L	Positivo	Usuario anónimo	X	X	X	✓
1-M	Positivo	Usuario anónimo	X	✓	✓	✓
1-N	Positivo	Usuario anónimo	✓	✓	X	X
1-O	Neutral	Usuario anónimo	X	✓	✓	X
1-P	Positivo	Usuario anónimo	X	✓	X	✓
1-Q	Neutral	Usuario anónimo	✓	✓	X	X
1-R	Neutral	Usuario anónimo	✓	✓	X	X
1-S	Positivo	Usuario anónimo	X	✓	X	X
1-T	Positivo	Usuario anónimo	X	X	X	✓

Fuente: elaboración propia

Tabla 2. *Análisis de la muestra correspondiente a los tweets referidos a la entrevista especial “Rocío Carrasco en plató” bajo la etiqueta #RocíoEnDirecto*

Muestra	Nivel macro	Nivel micro				
		Autoría	Banalización	Espectacularización	Extimidad	F. Social
2-A	Neutral	Laura Fa, periodista	X	✓	✓	✓
2-B	Positivo	Nagore Robles, colaboradora televisión	X	✓	✓	X
2-C	Positivo	Yolanda Ramos, actriz	X	✓	✓	✓
2-D	Positivo	Blas Cantó, cantante	X	✓	X	✓
2-E	Neutral	Pilar Rahola, periodista	X	X	✓	✓
2-F	Neutral	Usuario anónimo	X	✓	X	X
2-G	Positivo	Usuario anónimo	X	✓	✓	X
2-H	Positivo	Usuario anónimo	X	✓	✓	✓
2-I	Neutral	Usuario anónimo	✓	✓	X	X
2-J	Neutral	Usuario anónimo	X	✓	X	X
2-K	Neutral	Usuario anónimo	X	✓	X	X
2-L	Positivo	Usuario anónimo	X	✓	X	✓
2-M	Neutral	Usuario anónimo	✓	✓	X	X
2-N	Neutral	Usuario anónimo	✓	✓	X	X
2-O	Neutral	Usuario anónimo	X	✓	✓	X
2-P	Positivo	Usuario anónimo	✓	✓	X	X
2-Q	Positivo	Usuario anónimo	X	✓	✓	X
2-R	Positivo	Usuario anónimo	X	✓	✓	✓

2-S	Neutral	Usuario anónimo	X	X	✓	X
2-T	Neutral	Usuario anónimo	X	X	X	✓

Fuente: elaboración propia

XI. Resultados

Para el desglose y análisis de los resultados se procederá primeramente con aquellos pertenecientes al nivel macro, en el cual encontramos las tendencias del discurso de la violencia de género. Como refleja el estudio, la tendencia mayoritaria es la positiva, con un total de 24 tweets que legitiman y reafirman la totalidad del discurso inicial contra la violencia de género que Rocío Carrasco lanza en el documental. Puesto que las etiquetas oficiales para comentar el programa alcanzaron un número tan elevado de interacciones, la conversación ciudadana en diferentes medios se extendió por varios días, y las reacciones positivas ante el docu-reality no se paraban de suceder, era un resultado esperable, tanto los medios como las redes sociales dejaron ver claramente su tendencia durante los días posteriores a la emisión y el análisis realizado lo ha reafirmado, Rocío Carrasco recibió un gran apoyo. Prueba de ello, son los incontables mensajes de apoyo que recibió por parte de los internautas a lo largo de toda la emisión, la mayoría con mensajes de apoyo, admiración y valor, tales como: “Rocío Carrasco es una mujer valiente, una superviviente” (Muestra 1-I), “R.C. ha elegido la mejor forma de contar su verdad” (Muestra 1-K), “Muy pocas personas en televisión transmiten tanto como R.C.” (Muestra 1-M), “Rocío está representando a muchas mujeres. Yo sí te creo” (Muestra 1-E), y un sinnúmero más de comentarios positivos que recibió Rocío en todo Twitter, especialmente durante la noche del estreno del documental, en la cual se registró el mayor índice de audiencia de todo el docu-reality.

A continuación, nos encontramos con un total de 16 tweets neutrales, un número que es más elevado en la muestra correspondiente a la entrevista en directo en comparación con la muestra de los capítulos, lo cual requiere una explicación previa.

Tras la finalización del estudio y el análisis muestral, uno de los resultados más concluyentes es que la audiencia manifestó opiniones bastante opuestas respecto a la ejecución y el abordaje del formato en los primeros capítulos frente a la entrevista en

directo. Los primeros capítulos se recibieron con una gran cantidad de mensajes positivos, el formato de entrevistas previamente grabadas y posteriormente montadas en postproducción agradó al público por la verdad y la cercanía que transmitía, y pese a ser un relato de violencia de género espectacularizado en forma de producto, la audiencia lo seguía percibiendo como algo real. Ahora bien, a la hora de abordar la tan esperada entrevista en directo, en la que Rocío respondería a todas las preguntas generadas tras la emisión de las cinco primeras entregas del documental, la cadena decidió apostar por un formato en el cual Rocío era entrevistada simultáneamente por ocho colaboradores habituales de la cadena.

Esta tipología de formato produjo una serie de sucesos en el transcurso de la entrevista que no agradaron a los internautas, que constantemente se entablaban debates descontextualizados y no se le otorgó el protagonismo esperado a Rocío. Este descontento por el formato de la entrevista se refleja en la conversación ciudadana en Twitter, un buen ejemplo es la muestra 2-F en la cual leemos “¿Soy yo o el #RocioEnDirecto no está tratando lo que realmente debería estar tratando? No sé si ha sido la estructura, el guion, el directo, los colaboradores o qué, pero Rocío Carrasco no ha podido aclarar nada de los episodios, que es de lo que se trataba con este especial.”. Al igual que este, muchos otros comentarios realizados esa noche compartían reacciones similares: “Son casi la una de la mañana y francamente el tema del debate cada vez está más desviado. Ahora entiendo mucho más por qué Rocío buscó un formato grabado” (Muestra 2-I), “no han dejado hablar a la protagonista y a la víctima de esta historia, colaboradores con ansias de protagonismo, falta de tiempo y de orden” (Muestra 2-K), “La intervención de María Patiño ha «salvamizado» el programa y lo ha frivolidado tristemente. Lástima mezclar un testimonio tan extraordinario con ese bajo nivel de correveidile” (Muestra 2-E).

Ante estas declaraciones, muchos de los tweets de índole similar pertenecientes a la muestra han sido catalogados como neutrales precisamente por su parcialidad, ya que pese a estar en desacuerdo con el formato y la ejecución de la entrevista, no dejan de seguir de acuerdo con el testimonio original de Rocío, por consiguiente, la defienden y reafirman pese a no compartir los métodos procedimentales que utilizó la cadena ese día.

Por último, llegamos al apartado de discursos negativos que deslegitimen y se muestren en total desacuerdo con el realizado por Rocío Carrasco durante su relato en el docu-reality, que como podemos ver hay un total de 0 en el presente estudio. Este resultado no es sorprendente teniendo en cuenta el gran apoyo que recibió Rocío durante la emisión

del documental, tanto en redes sociales como en demás medios de comunicación era prácticamente unánime. Los únicos comentarios negativos que se encontraron eran, como se ha explicado previamente, hacia la ejecución y el formato de la entrevista en directo, los comentarios negativos que atacasen e invalidasen de manera directa a Rocío o a su testimonio eran prácticamente inexistentes, y los encontrados fueron una fracción muy pequeña del total de cientos de miles de tweets que no eran los suficientes como para configurar una muestra representativa de la opinión pública por sí solos.

Tras este análisis de los niveles macro, podemos asegurar en lo que a nivel discursivo se refiere que la audiencia sí interpretó de manera positiva el mensaje de Rocío, prueba de ello son los numerosos mensajes de apoyo incondicional que recibió por parte de todas las esferas de la sociedad, tanto en la conversación en redes, como fuera de ellas.

A continuación, se procederá al análisis de las cuestiones referentes al nivel micro.

En lo referente a la autoría, no ha influido demasiado a la hora del análisis del mensaje que transmitía el tweet, lo único perceptible y destacable es que en los comentarios efectuados por aquellos famosos que sí tenían una relación de amistad con Rocío previa a la emisión del documental, publican sus mensajes con algo más de sentimentalismo, como por ejemplo Nagore Robles, colaboradora de Telecinco y amiga ya previamente de la protagonista le dedica: “Siempre tendréis mi apoyo y mi mano para sujetaros, para luchar y para hacer justicia” (Muestra 2-B), plural referido tanto a Rocío como a Fidel Albiac, su actual marido.

En cuanto a banalización, no es una de las cuestiones más repetidas durante el análisis de la muestra, y en la mayoría de los casos no es una banalización estricta en cuanto al discurso de la violencia de género como tal, sino más bien un cambio en el foco de lo primordial de la cuestión. Como algunos ejemplos tenemos “¿Qué hará ahora Telecinco con Antonio David Flores?” (Muestra 1-R), tras las duras acusaciones de maltrato físico y verbal que vertió Rocío sobre Antonio David, muchos internautas se preguntaron qué pasaría con el que hasta entonces había sido un colaborador habitual de la cadena, sin embargo, y pese a que puede ser una cuestión que suscite curiosidad, no debemos perder de vista que el foco principal de la conversación no está puesto en la situación laboral de una persona que está siendo acusada de maltrato, sino en la víctima que lo está relatando frente a la cámara al borde de la lágrima. En otro tweet leemos “Esto es un desfile de

periodistas vendedoras de humo y amorales” (Muestra 2-M), que se publicó durante el transcurso del tan criticado especial de Rocío en plató. Si bien es cierto que las redes manifestaron su descontento con los colaboradores que entrevistaron a Rocío, este tweet justamente está ubicado en un contexto en el cual Rocío acababa de desvelar que su hija, mientras era menor de edad, le propició una paliza que la dejó inconsciente. Ante esta información, el usuario decide pasarla por alto y centrarse lo mal llevada que estaba siendo la entrevista. La conclusión que sacamos de estos sucesos está vinculada al contexto en el que se produjeron los tweets. Ambos mensajes fueron publicados casi al final de sus respectivas emisiones, por lo que podemos deducir que el espectador llevaba ya varias horas frente a la pantalla expuesto de manera prolongada al relato de Rocío. Como ya fue mencionado en el marco teórico por González-Requena (2002), la exposición constante a un mismo relato televisivo nos hace sentir una impresión de “dèjà-vu” dado que el imaginario ha consumido a la realidad, por lo que el hecho de que estos usuarios decidiesen cambiar el foco principal de la discusión ciudadana en Twitter pudo ser ocasionado por una disfunción narcotizante.

Los resultados referentes a la espectacularización eran algo con lo que se contaba de antemano en la investigación, puesto que no hay que perder de vista el objeto de estudio, que en este caso es un formato televisado y en directo de un relato sobre violencia de género. Como se puede apreciar en ambas tablas, hay un elevado número de tweets que se han señalado en el apartado de espectacularización, los cuales han sido catalogados de ese modo por su directo apelo a la emoción producida por las cuestiones presentadas en el formato televisivo. Pero sin duda, algo que ha resaltado durante el análisis han sido una serie de tweets que iban más allá de reconocer la espectacularización del caso, sino que además eran capaces de vincularlo y ver similitudes con otro caso de violencia de género altamente mediático que ya fue también introducido también en el marco teórico, el caso de Ana Orantes. De este modo, encontramos tweets como “¿Estamos ante un nuevo "shock social" ante la violencia de género? De la visibilidad del maltrato físico al psicológico” se adjunta una imagen de Ana Orantes junto a otra de Rocío Carrasco (Muestra 1-O). “Los que hoy dicen no creer a Rocío Carrasco: Hace 19 años habrían llenado Ponferrada apoyando a su alcalde tras la sentencia del caso Nevenka, Hace 24 habrían pensado que Ana Orantes «exageraba». Los años pasan y el problema sigue siendo el mismo” de nuevo se adjuntan fotos al tweet de las protagonistas mencionadas (Muestra 1-P). Inevitablemente y tras el análisis de la conversación ciudadana no

podríamos negar que el caso de Rocío Carraco ha caído en la espectacularización, ya que se ha construido todo un formato documental, un plató y una configuración de emisión con ánimo de lucro únicamente para la difusión de su caso. Aunque eso sí, espectacularizado o no, independientemente de la forma, el contenido y el mensaje han llegado a la audiencia.

En lo que a extimidad se refiere, también se han obtenido unos resultados esperables. Como se observa en la tabla, hay un número de mensajes considerable marcados bajo la casilla de extimidad, no tantos como con otras variables, pero igualmente notable. Los mensajes marcados bajo esta casilla son aquellos en los que los internautas favorecen aún más la extimidad del caso hablando y opinando sobre temas que pertenecen, en un principio, a la intimidad de Rocío, pese a que haya sido ella misma la que los haya sacado a la luz y por consiguiente haber dotado de extimidad a su caso particular. En este grupo están enmarcados principalmente aquellos que se refieren a episodios graves de violencia de género, especialmente la física, siendo esta la que más impacta a los espectadores.

Uno de los momentos más comentados de la entrevista especial sucedió precisamente tras la reacción de Rocío al ser preguntada por la reciente difamación que había recibido por parte del periodista y colaborador de la cadena Alessandro Lecquio, exmarido de Ana Obregón y Antonia Dell'Atte. Rocío respondió "perro no mata perro", dejando entrever que la defensa pública de Alessandro Lecquio a Antonio David procedía de una similitud en el carácter de ambos. Los internautas rápidamente rescataron del relato de Rocío las vivencias de agresiones físicas que sufrió con Antonio David y las relacionaron con las acusaciones de la misma índole que Antonia Dell'Atte vertía años atrás contra Lecquio. "Rocío: "Perro no come perro" Nada más que decir" se adjuntan dos fotografías comparativas de Antonio David y A. Lecquio (Muestra 2-G). "Perro no come perro. Ya tenemos nueva frase para la historia" (Muestra 2-H).

Finalmente, los resultados referidos a la función social. En este conjunto se han incluido aquellos tweets cuyo mensaje ha sido enmarcado dentro de esta función social de la televisión, que, de acuerdo con de Garcillán (2014) es aquella que utiliza la televisión como método de transmisión de valores con la capacidad de sensibilizar a la audiencia sobre diversas realidades sociales.

La conversación ciudadana lo tiene claro, el relato de Rocío ha traspasado la televisión y nos ha enseñado su realidad que hasta entonces había permanecido oculta, así como haber

conseguido que miles de personas empatizaran con ella e incluso se vieran reflejadas. Irene Montero, ministra de Igualdad, se sumaba a esta conversación digital con un hilo en Twitter en el cual lanzaba una serie de mensajes que ejemplifican a la perfección estos valores que traspasaron la pantalla: “El testimonio de Rocío Carrasco es el de una víctima de violencia de género. Cuando una mujer denuncia públicamente la violencia puede ser cuestionada o ridiculizada. Por eso es importante el apoyo”, “Este testimonio ocupará muchas horas de televisión, pero muchas otras mujeres se verán también reflejadas” (Muestra 1-A). De igual manera, otros muchos rostros conocidos se sumaron a este apoyo a Rocío demostrando que su relato les había llegado, habían empatizado y les había hecho reflexionar: La periodista Toñi Moreno escribía “Es tan doloroso todo. Rocío hoy está representando a muchas mujeres” (Muestra 1-E), y la cantante Pastora Soler se compadecía como muestra de solidaridad con “Que dolor, que sufrimiento, ¡qué pena!” (Muestra 1-F).

XII. Conclusión

Tras la realización del estudio y análisis de la conversación generada en Twitter en base al documental, se puede concluir que los objetivos del estudio planteados inicialmente han sido respondidos y abordados satisfactoriamente.

Se ha investigado y realizado un seguimiento de las bases, los inicios históricos, abordaje y tratamiento de la violencia de género en formatos televisivos, manteniendo en todo momento el enfoque en la praxis a la hora de afrontar la transmisión de informaciones de violencia de género en los medios de comunicación y su imperante responsabilidad como formadores de la opinión pública.

De igual manera, se ha estudiado la espectacularización y banalización de la violencia de género en formatos televisados, ejemplificando a través del pionero caso de Ana Orantes, uno de los casos más mediáticos de los años noventa que supuso un antes y un después en la cobertura televisiva de los casos de violencia machista y sirvió como detonante para una posterior reforma del Código Penal.

Se ha profundizado en el carácter fundamentalmente social de la televisión y cómo influyen en la sociedad los relatos que en ella se presentan. En este caso, se ha desarrollado la crisis de identidad e intimidad del individuo internauta, y la manera en la

que en este afecta la especularidad de la televisión con la presencia de la hiperrealidad y la capacidad de los medios de configurar imaginarios colectivos. También se ha abordado el concepto de extimidad para posteriormente poder confirmar su relación y similitud con el caso protagonista del docu-reality analizado en el estudio, al igual que el resto de los factores previamente expuestos en el marco teórico como la espectacularización o la banalización de la violencia machista.

Se ha podido llevar a cabo una investigación de los temas, sujetos principales, enfoques y discursos extraídos del documental de Rocío Carrasco, para posteriormente someterlos a un análisis con los datos recogidos del conjunto muestral y observar la manera en la que la audiencia ha reaccionado a dichos estímulos comunicativos.

Tras la realización del trabajo de campo y el análisis individualizado de cada uno de los Tweets pertenecientes al total de la muestra, se ha conseguido establecer unos resultados concluyentes que reflejen la interpretación de los usuarios de Twitter ante las diferentes emisiones en directo de este docu-reality.

En dichos resultados, se puede percibir la clara y mayoritaria respuesta positiva de la audiencia, así como el apoyo prácticamente unánime a la figura de Rocío Carrasco, presentando únicamente disconformidades en el abordaje puntual de la productora frente a determinados formatos relacionados con el documental, pero nunca en contra de la protagonista a título personal. Pudiendo así demostrar finalmente que, incluso ante la presentación de una metodología procedimental poco satisfactoria para la audiencia por parte de la productora, la emoción del relato se impone y la televisión nuevamente cumple su funcionalidad social y apelativa.

Tras lo expuesto, se concluye el presente estudio habiendo abordado plenamente los objetivos inicialmente planteados y obteniendo unos resultados satisfactorios y en consonancia con la línea de opinión pública predominante frente al tratamiento documental del formato.

XIII. Epílogo

Desde que comencé la carrera, la prensa del corazón siempre ha sido una de mis pasiones y el sector de la comunicación que más interés me ha despertado, precisamente por lo diferente de la información que en ella se presenta y a su vez por la gran estigmatización con la que es vista por la mirada pública.

El documental de Rocío Carrasco fue algo que esperé con gran anticipación, y tras su emisión, lo que comenzó siendo curiosidad por un testimonio oculto tras 20 años se terminó convirtiendo en asombro y, especialmente, admiración. A nivel personal fue un documental que me ayudó mucho a entender cómo funcionan las relaciones sociales y jerárquicas que tradicionalmente hemos construido en base a una sociedad machista y patriarcal, y cómo puede afectar eso a familias de cualquier índole. Los testimonios que Rocío vertía ante la cámara me resultaron realmente impactantes por la crudeza de estos, al igual que al resto de espectadores, yo también me estremecí y sentí a través de la pantalla la angustia con la que Rocío narraba su relato.

La euforia comunicativa que se desató tras la emisión de los primeros capítulos llegó a todos los medios de comunicación que anteriormente habían esquivado todos aquellos contenidos provenientes de la prensa rosa, lo cual me sorprendió, por primera vez estaba siendo testigo de cómo la mirada pública a nivel generalizado tenía que poner sus ojos inevitablemente sobre la tan despreciada “telebasura”. Para mí, que personalmente es el género que más disfruto, nunca pude entender ese calificativo que de manera inherente parece estar condenado a arrastrar toda la vida.

A mi modo de ver, entiendo la prensa rosa como un psicoanálisis, una manera de estudiar y comprender las conductas humanas. Esas celebridades que a modo de mártires han sacrificado públicamente toda su intimidad, en parte también han ayudado al conjunto social a saber cómo actuar ante problemas y situaciones que se pueden dar en tu entorno y que la escuela no te enseña a gestionar. Si nunca hubiese salido ningún famoso en televisión confesando, por ejemplo, sus problemas con las adicciones, quién sabe si probablemente seguiría siendo un estigma y nadie se atrevería a hablar de ello. En nuestra vida cotidiana, no es común encontrar gente de confianza que haya salido de la drogadicción y quiera compartir su experiencia y te motive a confiar en que hay salida. Por ello, valoro enormemente a aquellas personas que se les da la oportunidad de exponer

su situación vital por televisión para ayudar precisamente a aquellos que se puedan sentir identificados.

Con Rocío Carrasco, hemos vivido un caso similar, salvo que en esta ocasión no se trataba de cualquier famoso, se trataba de la hija de la misma Rocío Jurado, una de las voces más privilegiadas que ha dado nuestro país. La violencia de género no entiende de razas, condición ideológica, riqueza o escala social, Rocío se abrió en canal para hacérselo ver. Su valentía ha ayudado a muchos sin ella saberlo, consiguió que el país entero se uniera de nuevo en contra de esta lacra, y lo más importante, ayudó a muchas mujeres en su misma situación a ver que hay salida y que, aunque no lo parezca, lo malo pasa y hay esperanza.

Todo ello gracias al poder de su relato y a la televisión. Me sigue fascinando, incluso hoy en día, cómo un electrodoméstico puede tener tanto poder social, la capacidad que tiene de ayudar a tantas personas, por relatos como este merece la pena estudiar comunicación.

El caso de Rocío no es único, y con triste certeza no será el último. La violencia de género es sin duda alguna una de las grandes asignaturas pendientes que nos quedan en nuestra sociedad, así como una pesada lacra que por mayores esfuerzos que realicemos parece estar aún lejos de quedar en el olvido. Ante ello, como sociedad no lo podemos dudar, visibilidad, concienciación, sensibilización, difusión, ayuda y, ante todo, apoyo a las víctimas.

Rocío, yo sí te creo.

XIII. Bibliografía

- Alberdi, I., & Matas, N. (2002). *La violencia doméstica. Informe sobre los malos tratos a mujeres en España*. Fundación La Caixa.
- Barlovento Comunicación. (2021). *Análisis de la industria Televisiva-Audiovisual 2021*. Obtenido de <https://www.barloventocomunicacion.es/wp-content/uploads/2022/01/2021-ANALISIS-TELEVISIVO-BARLOVENTO-COMUNICACION-1.pdf>
- Baudrillard, J. (1978). *Cultura y simulacro*. Barcelona: Kairós.
- Baudrillard, J. (1990). Videosfera y Sujeto Fractal. En VV.AA, *Videoculturas de fin de siglo*. Madrid: Cátedra.
- Benito, A. (2021). *#RocíoVerdad o #RocíoMentira: así refleja Twitter la división social ante la docuserie de Rocío Carrasco*. Obtenido de Vanitatis: https://www.vanitatis.elconfidencial.com/famosos/2021-06-03/rocio-carrasco-docuserie-reaccion-twitter-hija-carlota_3109383/
- Bettetini, G. (1986). *La conversación audiovisual*. Madrid: Cátedra.
- Bobo, M. (2005). La función social de los medios y la situación actual de la televisión en España. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, 25(2), 2-6. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2926253>
- Bourdieu, P. (1998). A ilusão biográfica. *Usos e abusos da história oral*, 183-191.
- Bretones, M. T. (2008). *Funciones y efectos de los medios de comunicación de masas: Los modelos de análisis*. Barcelona: Universitat de Barcelona.
- Bueno, G. (2002). *Telebasura y democracia*. Barcelona: Ediciones B.
- Cebrián, M. (2004). *La información en televisión. Obsesión mercantil y política*. Barcelona: Gedisa.
- Ciganda, V. (22 de Marzo de 2021). *¿Rocío Carrasco o Antonio David Flores? Las redes se posicionan tras conocer la otra versión*. Recuperado el Junio 17 de 2022, de Semana: <https://www.semana.es/television/rocio-carrasco-antonio-david-flores-redes-posicionan-conocer-version-20210322-002326020/>
- Cruz, V. (2022). *Violencia de género en la televisión. Un análisis del discurso*. Obtenido de <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/atotonilco/article/view/8147/8442>
- De Fleur, J. (1993). *Teorías de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- de Garcillán, M. (2014). Las funciones de los medios de comunicación en la vida de una persona mayor. *Revista de comunicación de la SEECI*, (35), 76-95. Obtenido en <https://www.redalyc.org/pdf/5235/523552853008.pdf>
- de Grado, L. (2019). *Sororidad, la alianza entre mujeres que lo cambia todo*. Obtenido de efeminista: <https://efeminista.com/sororidad-mujeres/>

- De la Peña, F. (24 de Marzo de 2021). *Antonio David Flores solo podría ser juzgado otra vez si hay nuevas pruebas*. Recuperado el 16 de Junio de 2022, de La Razón:
<https://www.larazon.es/gente/20210324/jegy7khzbb2dgdnd4el62634iu.html>
- Domènech, A. (2021). *Las 25 controvertidas conclusiones que ha dejado la docuserie de Rocío Carrasco*. Obtenido de La Vanguardia:
<https://www.lavanguardia.com/gente/20210610/7518086/rocio-carrasco-serie-conclusiones-rocio-flores-antonio-david.html>
- Eco, U. (1986). *La transparencia perdida*. Barcelona: Lumen.
- Ehrlich, M. (1996). The journalism of outrageousness: Tabloid television news versus investigative news. *Journalism and Mass Communication Monographs*, (155), 3-27. Obtenido de <https://www.proquest.com/docview/215673285?pq-origsite=gscholar&fromopenview=true>
- El País. (17 de Diciembre de 1998). *El juez impone al marido de Ana Orantes 17 años de prisión, la máxima pena posible*. Obtenido de https://elpais.com/diario/1998/12/17/sociedad/913849208_850215.html
- El País. (30 de Marzo de 2021). *Las llamadas al 016, el teléfono de atención a las víctimas de violencia machista, suben un 42% tras la emisión del caso de Rocío Carrasco*. Recuperado el 17 de Junio de 2022, de <https://elpais.com/sociedad/2021-03-30/las-llamadas-al-016-de-violencia-machista-suben-un-42-tras-la-emision-del-caso-de-rocio-carrasco.html>
- Estirado, L. (23 de Marzo de 2021). *Irene Montero apoya a Rocío Carrasco: "Es una víctima de violencia de género"*. Recuperado el 17 de Junio de 2022, de El Periódico:
<https://www.elperiodico.com/es/gente/20210322/rocio-carrasco-irene-montero-violencia-machista-documental-telecino-11598542>
- Ferrer, R. M. (2017). Criterios para el análisis de la calidad televisiva y el sensacionalismo en los programas de entretenimiento. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 24(1), 535.
- Ferrés, J. (1996). *Televisión subliminal. Socialización mediante comunicaciones inadvertidas*. Barcelona: Paidós.
- García, D. (2010). *El derecho a la intimidad y el fenómeno de la extimidad*. Ciudad de México: Universidad Anáhuac México Norte. Obtenido de https://minerva.usc.es/xmlui/bitstream/handle/10347/7956/pg_271-286_dereito19-2.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- García, S. (2019). *El Documental televisivo como una herramienta para la enseñanza de textos no literarios dentro de una educación Multimedial*. Universidad Católica de Valparaíso.
- Garrido, M. (2004). *Violencia, televisión y publicidad análisis narrativo de los spots publicitarios de contenido violento*. Sevilla: Ediciones Alfar.
- Gimeno, B. (2014). El silencio político alienta la violencia machista. *Píkara Magazine*. Obtenido de <https://www.pikaramagazine.com/2014/09/el-silencio-politico-alienta-la-violencia-machista/>
- Gimeno, J., & Fernández, M. (1980). *La formación del profesorado de EGB*. Madrid: MEC.
- González, A., & Quintas, N. (2015). *Revisión del concepto de televisión social y sus audiencias*. Madrid: AIMC.

- González-Requena, J. (2002). 11 de septiembre: escenarios de la posmodernidad. *Trama y Fondo*, (12), 1-12. Obtenido en <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2248487.pdf>
- González, P. (2021). *La audiencia de todos los capítulos del documental de Rocío Carrasco*. Obtenido de Huffington Post: https://www.huffingtonpost.es/entry/audiencia-de-todos-los-capitulos-del-documental-de-rocio-carrasco_es_606b25e6c5b68872efe95083
- Hartley, J. (2000). *Los usos de la televisión*. Barcelona: Paidós.
- Hernández, N. (17 de Junio de 2020). *Rocío Carrasco, la niña rebelde que un día quiso huir de la fama*. Recuperado el 16 de Junio de 2022, de Vanity Fair: <https://www.revistavanityfair.es/sociedad/articulos/rocio-carrasco-hija-rocio-jurado-infancia-antonio-david-flores/45472>
- Imbert, G. (1999). *La hipervisibilidad televisiva: Nuevos imaginarios / nuevos rituales comunicativos*. Madrid: Universidad Carlos III de Madrid.
- Imbert, G. (2003). *El zoo visual: de la televisión espectacular a la televisión especular*. Barcelona: Gedisa.
- Inmujeres. (2016). *Gobierno de España*. Obtenido de https://www.inmujeres.gob.es/servRecursos/formacion/Pymes/docs/Introduccion/02_De_finicion_de_violencia_de_genero.pdf
- Iñesta, N. (2015). Espectador social y convergencia televisiva. *Ámbitos: Revista internacional de comunicación*(28), 50-62. Obtenido en <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/66535/Art6.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Jost, F. (2001). *La télévision au quotidien. Entre réalité et fiction*. Bruselas: Ina-De Boeck Université.
- La Vanguardia. (22 de Marzo de 2021). *El intento de suicidio de Rocío Carrasco y los inicios de su historia de amor con Antonio David*. Recuperado el 16 de Junio de 2022, de La Vanguardia: <https://www.lavanguardia.com/gente/20210322/6603776/rocio-carrasco-suicidio-antonio-david-flores-historia-de-amor.html>
- Lamuedra, M. (2021). *La espectacularización en Sálvame. De la mercantilización de la intimidad a la polarización de la opinión pública*. Sevilla: Universidad de Sevilla.
- López Díez, P. (2016). “Si los medios cambiasen el discurso sobre las mujeres no habría violencia de género”. (Feminicidio.net, Entrevistador) Obtenido de <https://feminicidio.net/si-los-medios-cambiasen-el-discurso-sobre-las-mujeres-no-habria-violencia-de-genero/>
- López, G. (22 de Marzo de 2021). *La verdad sobre la salida de Antonio David Flores de la Guardia Civil desvelada por Rocío Carrasco*. Recuperado el 17 de Junio de 2022, de Semana: <https://www.semana.es/corazon/salida-antonio-david-flores-guardia-civil-desvelada-rocio-carrasco-20210322-002326066/>
- Lull, J. (1982). A rules approach to the study of television and society. *Human Communication Research*, 9(1), 3-16. Obtenido en <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1468-2958.1982.tb00679.x>

- Machin, D., & Papatheoderou, F. (2002). Commercialization and tabloid television in southern Europe: Disintegration or democratization of the public sphere? *Journal of European Area Studies*, 10(1), 31-. doi:<https://doi.org/10.1080/14608460220148428>
- Marinelli, A. (2015). *L'interattività della televisione*. Roma: Aracne.
- Menéndez, M. I. (2016). *Sufrir para salvarse: intimidad y verdad en la hiperrealidad mediática*. Burgos: Universidad de Burgos.
- Ministerio de Igualdad. (9 de Junio de 2022). *Mujeres víctimas mortales por violencia de género en España a manos de sus parejas o exparejas. Datos provisionales*. Obtenido de Gobierno de España: https://violenciagenero.igualdad.gob.es/violenciaEnCifras/victimasMortales/fichaMujeres/2022/VMortales_2022_06_09_v2.pdf
- Monfà, A. (2021). *Sobreexposición en los medios de comunicación: cinco maneras de vivir la fama*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona. Obtenido de https://ddd.uab.cat/pub/tfg/2021/249419/TFG_Monfa_Arredondo_Ana.pdf
- Montemayor, F. J. (2015). *La retransmisión televisiva de los eventos mediáticos en la era digital*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid. Obtenido de <https://eprints.ucm.es/id/eprint/31374/1/T36257.pdf>
- Ordóñez, L. (2005). La realidad simulada. Una crítica del Reality Show. *Análisis político*, 54(1), 49-62. Obtenido en http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-47052005000200004
- Pérez, P., & García-Crespo, O. (Noviembre de 2014). *La retransmisión televisiva de un gran evento mediático: la visita del Papa Benedicto a Galicia*. Obtenido de <http://www.foro2014.com/wp-content/uploads/2014/02/36.-Pérez-Garc%C3%ADa-Crespo.pdf>
- Rivière, M. (2003). *El malentendido. Cómo nos educan los medios de comunicación*. Barcelona: Icaria.
- Rivière, M. (2008). *Fama, medios y opinión pública*. Barcelona: Universitat de Barcelona. Obtenido de https://fundaciobofill.cat/uploads/docs/8/2/7/o/0/8/y/8/h/1555_0.pdf
- Rodríguez, R. M. (2021). Tratamiento televisivo de la información de sucesos. Análisis periodístico de los programas La Mañana, El Programa de Ana Rosa y Espejo Público. *Ambitos: Revista internacional de comunicación*, (54), 8-36. Obtenido en https://institucional.us.es/revistas/Ambitos/54/Art_01.pdf
- Roger, V. (2010). *Nuevas tecnologías aplicadas a la realización de la información audiovisual y retransmisiones deportivas*. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia. Obtenido de <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/8440/tesisUPV3312.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- San Cornelio, G. (2008). *Cartografías de la identidad: seis itinerarios para la reflexión en torno a la práctica artística y comunicativa en la era digital*. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia. Obtenido de <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/2621/tesisUPV1623.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Segura, C. G. (2006). *El síndrome de alienación parental: una forma de maltrato infantil*. Cuadernos de Medicina Forense.
- Sibilia, P. (2012). *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica Argentina.
- Suárez, M. (2021). *Así es la violencia vicaria, la expresión más cruel de la violencia de género*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Turkle, S. (1997). *Life on the screen: Identity in the Age of the Internet*. Nueva York: Simon & Schuster Paperbacks.
- TweetBinder. (2020). *Alcance e impresiones en Twitter – ¿Qué son y cómo se calculan?*
Obtenido de <https://www.tweetbinder.com/blog/es/impresiones-twitter/>
- Varela, N. (2012). *La voz ignorada. Ana Orantes y el fin de la impunidad*. Madrid: EnDebate.
- Vieites, B. (2016). *El tratamiento informativo de la violencia de género en la prensa escrita*. Universidad de Valladolid .
- Wolf, M. (1987). *La investigación de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.

XIV. Anexos

Listado de enlaces correspondientes al muestrario completo de tweets incluyendo identificativos y autores:

1. Muestra 1-A- Irene Montero:

https://twitter.com/IreneMontero/status/1373763976023117824?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1373763976023117824%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es1_c10&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.pronto.es%2Fnoticias-del-corazon%2Ffamosos%2Frocio-carrasco-entrevista-historica-analisis-324906102.html

2. Muestra 1-B- Alba Carrillo:

https://twitter.com/AlbaCarrilloTW/status/1373768407775117312?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1373768407775117312%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es1_c10&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.formulatv.com%2Fnoticias%2Faplausos-unanimes-documentales-rocio-carrasco-107526%2F

3. Muestra 1-C- Sandra Barneda:

https://twitter.com/SandraBarneda/status/1373767301212831744?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1373767301212831744%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es1_c10&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.formulatv.com%2Fnoticias%2Faplausos-unanimes-documentales-rocio-carrasco-107526%2F

4. Muestra 1-D- María Patiño:

https://twitter.com/maria_patino/status/1373758888789602304?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1373758888789602304%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es1_c10&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.formulatv.com%2Fnoticias%2Faplausos-unanimes-documentales-rocio-carrasco-107526%2F

5. Muestra 1-E- Toñi Moreno:

https://twitter.com/tmorenomorales/status/1373760015966822407?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1373760015966822407%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es1_c10&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.formulatv.com%2Fnoticias%2Faplausos-unanimes-documentales-rocio-carrasco-107526%2F

6. Muestra 1-F- Pastora Soler:

https://twitter.com/PastoraSoler/status/1373758857407791115?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1373758857407791115%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es1_c10&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.formulatv.com%2Fnoticias%2Faplausos-unanimes-documentales-rocio-carrasco-107526%2F

7. Muestra 1-G- Carolina Iglesias:
https://twitter.com/percebesygrelos/status/1373780324103127042?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1373780324103127042%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es1_c10&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.formulatv.com%2Fnoticias%2Faplauso-unanime-documental-rocio-carrasco-107526%2F
8. Muestra 1-H- Marta Peñate:
https://twitter.com/MartaGH16/status/1373783009757958147?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1373783009757958147%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es1_c10&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.formulatv.com%2Fnoticias%2Faplauso-unanime-documental-rocio-carrasco-107526%2F
9. Muestra 1-I- Adriana Lastra:
https://twitter.com/AdriLastra/status/1373768748272865290?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1373768748272865290%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es1_c10&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.formulatv.com%2Fnoticias%2Faplauso-unanime-documental-rocio-carrasco-107526%2F
10. Muestra 1-J- Rocío Monasterio:
https://twitter.com/monasterioR/status/1373769448121892867?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1373769448121892867%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es1_c10&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.formulatv.com%2Fnoticias%2Faplauso-unanime-documental-rocio-carrasco-107526%2F
11. Muestra 1-K:
https://twitter.com/Rajetx/status/1373784742403923969?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1373784742403923969%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es1_c10&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.formulatv.com%2Fnoticias%2Faplauso-unanime-documental-rocio-carrasco-107526%2F
12. Muestra 1-L:
https://twitter.com/SrtaPickyGH/status/1373783310166585347?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1373783310166585347%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es1_c10&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.formulatv.com%2Fnoticias%2Faplauso-unanime-documental-rocio-carrasco-107526%2F
13. Muestra 1-M:
https://twitter.com/casasola_89/status/1373751917453713409?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1373751917453713409%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es1_c10&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.formulatv.com%2Fnoticias%2Faplauso-unanime-documental-rocio-carrasco-107526%2F
14. Muestra 1-N:
https://twitter.com/cakendbooks/status/1373789565459251200?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1373789565459251200%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es1_c10&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.formulatv.com%2Fnoticias%2Faplauso-unanime-documental-rocio-carrasco-107526%2F

- [7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1373789565459251200%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es1_c10&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.formulatv.com%2Fnoticias%2Faplaus-unanime-documental-rocio-carrasco-107526%2F](https://twitter.com/lazarot/status/1373768095039430658?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1373789565459251200%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es1_c10&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.formulatv.com%2Fnoticias%2Faplaus-unanime-documental-rocio-carrasco-107526%2F)
15. Muestra 1-O:
https://twitter.com/lazarot/status/1373768095039430658?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1373768095039430658%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es1_c10&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.formulatv.com%2Fnoticias%2Faplaus-unanime-documental-rocio-carrasco-107526%2F
16. Muestra 1-P:
https://twitter.com/JotaCePG/status/1373799384186564612?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1373799384186564612%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es1_c10&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.formulatv.com%2Fnoticias%2Faplaus-unanime-documental-rocio-carrasco-107526%2F
17. Muestra 1-Q:
https://twitter.com/Ivanyanoviene/status/1373761130909331457?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1373763184092446724%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es2_&ref_url=https%3A%2F%2Fes.vida-estilo.yahoo.com%2Frocio-carrasco-flores-hija-criticas-073006936.html
18. Muestra 1-R:
https://twitter.com/martinbianchi/status/1373769939635601410?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1373769939635601410%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es1_&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.elconfidencial.com%2Ftelevision%2Fprogramas-tv%2F2021-03-22%2Fantonio-david-flores-rocio-carrasco-telecinco_3000403%2F
19. Muestra 1-S:
https://twitter.com/niamsoul/status/1373762190256316416?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1373762190256316416%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es1_c10&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.elconfidencial.com%2Ftelevision%2Fprogramas-tv%2F2021-03-22%2Fantonio-david-flores-rocio-carrasco-telecinco_3000403%2F
20. Muestra 1-T:
https://twitter.com/javihoyos/status/1373765495032283139?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1373765495032283139%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es1_c10&ref_url=http%3A%2F%2Fwww.eltevisero.com%2F2021%2F03%2Fde-adriana-lastra-a-rocio-monasterio-rocio-carrasco-paraliza-a-politicos-y-televisivos-con-su-testimonio%2F

21. Muestra 2-A- Laura Fa:
https://twitter.com/Laura_Fa/status/1384986291029282821?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1384986291029282821%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es1_c10&ref_url=http%3A%2F%2Fwww.eltevisero.com%2F2021%2F04%2Fpara-la-historia-la-fulminante-frase-con-la-que-rocio-carrasco-destruye-a-alessandro-lecquio%2F
22. Muestra 2-B- Sandra Barneda, Nagore Robles:
https://twitter.com/Laauperez_/status/1385015428129382402?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1385015428129382402%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es1_c10&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.vanitatis.elconfidencial.com%2Famosos%2F2021-04-22%2Frocio-carrasco-entrevista-reacciones-redes-twitter_3045675%2F
23. Muestra 2-C- Yolanda Ramos:
https://twitter.com/thecocoh/status/1385006013737283591?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1385006013737283591%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es1_c10&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.vanitatis.elconfidencial.com%2Famosos%2F2021-04-22%2Frocio-carrasco-entrevista-reacciones-redes-twitter_3045675%2F
24. Muestra 2-D- Blas Cantó:
https://twitter.com/javipgrn/status/1384985373336604675?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1384985373336604675%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es1_c10&ref_url=https%3A%2F%2Fblogs.20minutos.es%2Fdando-la-nota%2F2021%2F04%2F22%2Fblas-canto-revive-a-rocio-jurado-con-una-impresionante-actuacion-que-emociona-a-rocio-carrasco%2F
25. Muestra 2-E- Pilar Rahola:
https://twitter.com/RaholaOficial/status/1385001739263356932?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1385001739263356932%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es1_c10&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.elnacional.cat%2Fenblau%2Fes%2Ftelevision%2Fpilar-rahola-maria-patino-rocio-carrasco-frivola-triste_603095_102.html
26. Muestra 2-F:
https://twitter.com/casasola_89/status/1385003599667793921?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1385003599667793921%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es1_c10&ref_url=
27. Muestra 2-G:
https://twitter.com/Senorin_/status/1384986252009787393?ref_src=twsrc%5Etfw%7C

- [wcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1384986359560089604%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es1_c10&ref_url=http%3A%2F%2Fwww.eltevisero.com%2F2021%2F04%](https://twitter.com/SrtaPickyGH/status/1384986359560089604?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1384986359560089604%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es1_c10&ref_url=http%3A%2F%2Fwww.eltevisero.com%2F2021%2F04%2Fpara-la-historia-la-fulminante-frase-con-la-que-rocio-carrasco-destruye-a-alessandro-lecquio%2F)
28. Muestra 2-H:
https://twitter.com/SrtaPickyGH/status/1384986359560089604?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1384986359560089604%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es1_c10&ref_url=http%3A%2F%2Fwww.eltevisero.com%2F2021%2F04%2Fpara-la-historia-la-fulminante-frase-con-la-que-rocio-carrasco-destruye-a-alessandro-lecquio%2F
29. Muestra 2-I:
https://twitter.com/HablamosdeTv/status/1385002774300184576?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1385002774300184576%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es1_c10&ref_url=http%3A%2F%2Fwww.eltevisero.com%2F2021%2F04%2Findignacion-absoluta-con-telecinco-por-ensuciar-la-entrevista-a-rocio-carrasco-esperpentico-infumable%2F
30. Muestra 2-J:
https://twitter.com/jotakx/status/1385009064275480577?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1385009064275480577%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es1_c10&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.elconfidencial.com%2Ftelevision%2Fprogramas-tv%2F2021-04-22%2Frocio-carrasco-entrevista-jorge-javier-telecinco_3046107%2F
31. Muestra 2-K:
https://twitter.com/T5Comento/status/1385025711522697217?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1385025711522697217%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es1_c10&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.elconfidencial.com%2Ftelevision%2Fprogramas-tv%2F2021-04-22%2Frocio-carrasco-entrevista-jorge-javier-telecinco_3046107%2F
32. Muestra 2-L:
https://twitter.com/aritzmaslany/status/1385000390622593025?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1385000390622593025%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es1_c10&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.elmundo.es%2F5%2Fmira%2F2021%2F04%2F22%2F608121a5fc6c83ed298b45de.html
33. Muestra 2-M:
https://twitter.com/ernestomvc/status/1385023442479730688?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1385023442479730688%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es1_c10&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.elmundo.es%2F5%2Fmira%2F2021%2F04%2F22%2F608121a5fc6c83ed298b45de.html

34. Muestra 2-N:
https://twitter.com/Pelotazo5/status/1385013071068946434?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1385013071068946434%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es1_c10&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.elmundo.es%2F5%2Fmira%2F2021%2F04%2F22%2F608121a5fc6c83ed298b45de.html
35. Muestra 2-O:
https://twitter.com/Cesarsvilla/status/1384996776932003840?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1384996776932003840%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es1_c10&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.vanitatis.elconfidencial.com%2Ffamosos%2F2021-04-22%2Frocio-carrasco-entrevista-reacciones-redes-twitter_3045675%2F
36. Muestra 2-P:
https://twitter.com/jotakx/status/1385023752065454080?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1385023752065454080%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es1_c10&ref_url=https%3A%2F%2Flos40.com%2Flos40%2F2021%2F04%2F22%2Fcinetv%2F1619085733_806538.html
37. Muestra 2-Q:
https://twitter.com/rocioseguirviva/status/1384974937191075842?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1384974937191075842%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es1_c10&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.larazon.es%2Fgente%2F20210421%2Fcfbfhgldlvctka4mngtfeozba.html
38. Muestra 2-R:
https://twitter.com/casasola_89/status/1384976500886278150?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1384976500886278150%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es1_c10&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.larazon.es%2Fgente%2F20210421%2Fcfbfhgldlvctka4mngtfeozba.html
39. Muestra 2-S:
https://twitter.com/Srta_Pons/status/1384978643001253892?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1384978643001253892%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es1_c10&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.larazon.es%2Fgente%2F20210421%2Fcfbfhgldlvctka4mngtfeozba.html
40. Muestra 2-T:
<https://twitter.com/AdolfoRH/status/1384987712604807174?s=20&t=F8N3iOtVKRzEQiZxICoDUA>