



Facultad de Comunicación

Grado en Periodismo

El humor en la comunicación política: El caso de
El Intermedio y No Te Metas En Política durante
las Elecciones Catalanas de 2017

Trabajo de Fin de Grado presentado por Pablo Rapp Ragel, siendo
tutor del mismo el profesor David Montero Sánchez

ÍNDICE

1 – Resumen y palabras clave.....	4
2 – Introducción.....	5
3 – Objetivos.....	7
4 – Hipótesis.....	8
5 – Metodología.....	10
6 – Marco teórico.....	12
6.1. Comunicación política.....	12
6.2. El humor en la comunicación política española.....	14
6.3. El humor político en televisión.....	20
6.4. El Intermedio y No Te Metas en Política.....	25
7 – Análisis y resultados.....	29
8 – Conclusiones.....	48
9 – Referencias bibliográficas.....	49

Resumen y palabras clave

Resumen

La comunicación política está presente desde hace décadas en diferentes ámbitos de la vida cotidiana sin que seamos conscientes, como es el caso del periodismo satírico y en concreto los noticiarios satíricos. En este trabajo se ha decidido hacer un análisis comparativo entre dos de los programas de humor político más conocidos en España con el objetivo de comprobar las diferencias entre ambos. Para ello nos hemos centrado en la campaña electoral de las elecciones catalanas de 2017, para ver también cómo afecta a la comunicación política de los partidos la adaptación a estos medios para poder propagar sus mensajes.

Las conclusiones a las que se llegan con este trabajo es que el sesgo ideológico de los mismos es evidente y la plataforma donde se emiten evidencia una mayor libertad a la hora de poder hacer diferentes tipos de humor. A su vez, por lo general las personas que ven este tipo de programas se identifican con las ideas que sus creadores tienen en mayor o menor medida.

Abstract:

Political communication has been present for decades in different areas of our lives without us being aware. It is the case of satirical journalism and satirical news. In this work we decided to make a comparative analysis between two of the best-known satire news programs in Spain with the objective of verifying the differences between them. We have focused on the electoral campaign of the Catalan elections of 2017 to see how this formats affect the political communication of the traditional parties and their ability to spread their messages.

The conclusions we get from this work are that the ideological bias of these shows are evident and that the platform where they broadcast from are a proof of the freedom they get to do different types of humor. At the same time, the people who watch this type of programs identifies themselves with the ideas that the creators of the shows have to a greater or lesser extent.

Palabras clave: comunicación política, humor, televisión, noticiario satírico

Key words: political communication, humor, television, news satire

Introducción

La pretensión de este trabajo es estudiar el uso y la función del humor en la comunicación política en formatos de *satire news* o noticiarios satíricos como es el caso de *El Intermedio* y *No Te Metas En Política*, así como comprobar de qué forma los actores políticos se adaptan a estos programas para dar una imagen más favorable de cara a los electores.

Será necesario conocer en qué consiste la comunicación política, así como estudiar el uso del humor en este ámbito y como han ganado relevancia este tipo de formatos desde el auge de la televisión. En concreto destacaremos el caso de Estados Unidos por su influencia a la hora de importar en España un nuevo modo de ver la política, que hace que los líderes deban someterse a nuevos registros como parte del espectáculo televisivo.

También vamos a analizar cómo influye el uso del humor en el mensaje político con una comparación entre dos ejemplos de programas actuales que se emiten en dos plataformas diferentes (televisión e internet) durante las últimas elecciones en Cataluña. Este período facilitará la comparación del tipo de humor usado en función del sujeto al que se refieran, así como las particularidades de cada programa en relación al medio en el que se retransmiten y la libertad que esto les supone a la hora de trasgredir con mayor facilidad los límites del humor.

El primero de los dos ejemplos que analizaremos es *No Te Metas en Política*, que comenzó siendo un programa emitido en el canal de Youtube del periódico digital Público, perteneciente a la inmobiliaria Display Connectors, aunque actualmente se emite en directo en su propio canal de forma semanal (concretamente los viernes a las 23:00 desde El Pavón Teatro Kamikaze de Madrid). Es co-presentado por los humoristas Facu Díaz y Miguel Maldonado. El segunda ejemplo es *El Intermedio*, que se emite diariamente en horario de access prime time (21:30-22:30) en La Sexta, perteneciente al grupo Atresmedia. A su vez, Atresmedia forma parte del Grupo Planeta. El programa es co-presentado por el humorista El Gran Wyoming y la periodista Sandra Sabatés, aunque colaboran de forma regular otros periodistas como Thais Villas, Dani Mateo o Fernando González “Gonzo”.

Ambos formatos a priori pueden parecer similares, puesto que se dirigen a un público de una ideología concreta, las diferencias entre ambos son notables y observar el tipo de humor que usan nos ayudará a comprender por qué uno llega mejor al target comercial¹ y otro a un público más nicho.

En el caso de *NTMEP*, este público se refiere a jóvenes de izquierdas con ideologías no representadas en los medios tradicionales (comunistas, anarquistas, anticapitalistas, etc.). Por el contrario, *El Intermedio* está dirigido a un público de entre 16-54 años de clase social media-alta, el más codiciado por los anunciantes. Es el segmento de población con mayor capacidad de consumo, a las que se dirige la mayor parte de la publicidad. La coincidencia entre el público de ambos programas es que los dos formatos van dirigidos a una ideología de izquierdas, solo que *El Intermedio* es capaz de integrar entre sus espectadores a votantes de todos los partidos políticos. Pese a ello, se integra dentro de una cadena de televisión orientada al votante socialdemócrata y caracterizada por otros formatos orientados a un público similar interesado por la actualidad política como pueden ser *Al Rojo vivo*, *La Sexta Noche*, *Salvados* o *El Objetivo*.

Es por ello que este trabajo pretende aportar una visión comparada de estos dos ejemplos actuales donde se utiliza el humor en un contexto político que sirve para entender el éxito de los mismos así como sus diferencias basadas en el medio de comunicación donde se emiten.

¹ En este artículo de Vertele El Intermedio aparece como uno de los programas con mejor target comercial: http://vertele.eldiario.es/verteletv/actualidad/programas-mejor-target-comercial-TV_0_1831916791.html

Objetivos

Uno de los objetivos generales de este trabajo es verificar si existen diferencias notables entre el humor realizado (blanco, negro, absurdo, satírico, etc.) por parte de ambos programas al tratar los diferentes líderes y partidos políticos, pese a compartir el mismo espectro ideológico y, si se dan estas diferencias, entender por qué se dan. Es decir, si estas se deben al formato, a la orientación política del mismo, a la plataforma utilizada, etc.

A su vez, como objetivo específico, entender si existe una correlación entre el humor político y una ideología de izquierdas en España debido a la falta de ejemplos de este tipo de formatos del espectro contrario. También queremos examinar si este fenómeno se debe a la falta de demanda de este tipo de producto o de medios afines que estén interesados en producirlos, o si bien tiene que ver con un mayor rechazo por parte del espectador de otros intentos anteriores.

Además, buscamos estudiar si la plataforma en la que ambos programas se realizan (televisión e internet) influyen en el contenido del mismo, limitando el humor al ser una plataforma de audiencia masiva que puede constreñir cierto tipos de bromas por los intereses de la misma o facilitándolo al no tener esas restricciones en un formato online que tiene un menor alcance y por lo tanto repercusión.

También será importante comprobar si la audiencia respalda este tipo de formatos, haciéndolos incluso beneficiosos para las empresas que los encargan y sirviendo de esta forma como una vía de escape para el espectador que produce una forma pasiva de desahogo.

Finalmente, nos interesará conocer si los jóvenes consumen este tipo de contenidos de humor político y si este les ayuda a interesarse más por la política, además de si ayuda a reafirmar sus ideas o lo ven independientemente de su ideología.

Hipótesis

Las hipótesis formuladas acerca de este trabajo tienen en cuenta los objetivos ya mencionados anteriormente y se han comprobado con la metodología que será explicada posteriormente.

Creemos que no solo existen diferencias notables entre el humor de ambos programas, sino que el humor de *No Te Metas En Política* no podría emitirse en televisión sin modificar sus contenidos. Esto se debe a que algunos de los gags realizados podrían no ser bien recibidos por un público más amplio, sobre todo aquellos en los que se utiliza el humor negro. Lo contrario ocurre en *El Intermedio*, que busca un público masivo que pueda disfrutar del humor independientemente de su preferencia política (a pesar de que este sea consciente de la tendencia del programa).

En ambos casos habrá una propensión de hacer humor sobre la ideología opuesta al programa (conservadora). Sin embargo, *NTMEP* es más crítico con todos los sectores, sean de izquierdas o de derechas, mostrando de esta forma su carácter alternativo, mientras que *El Intermedio* se centra más en hacer humor sobre determinadas ideas políticas de derechas, mientras que parece suavizar los gags que involucran a los partidos de izquierdas en los cuales se pueden incluir la mayor parte de su audiencia.

Los programas de sátira política de una ideología de derechas no son tan habituales por las reticencias de la población que comparte estas ideas a expresarlas públicamente. Esto es debido a que culturalmente las ideas conservadoras sufren de una mayor crítica al ser expresadas en medios de comunicación masivos, algo que con el uso de humor podría incluso incrementarse si sobrepasara ciertos límites, como por ejemplo con el uso del humor negro.

Internet como plataforma ofrece mayor libertad a la hora de realizar humor político, mientras que en la televisión tienen una mayor imposición la línea editorial de la cadena o los anunciantes. Aun así, estos formatos pueden llegar a interesar a los dueños ya que son un recipiente para poder expresar ciertas ideas con un tono desenfadado que obtiene buenos resultados de cara al público, pero sin llegar a provocar consecuencias en este.

Los jóvenes que ven estos programas tienen un sesgo ideológico muy determinado, siendo menores en comparación los que conocen o consumen *No Te Metas En Política* que *El Intermedio*, debido a que es un programa emitido en Internet y con unas ideas políticas menos representadas en los medios tradicionales. Sin embargo, *El Intermedio* es consumido por personas de ideología más variada debido al tipo de humor más inclusivo.

Metodología

Para la comprobación de las hipótesis formuladas ha sido necesario conocer el marco teórico en el cual se establecen términos como comunicación política, humor político o *satire news*, así como conocer la tradición que estos formatos tienen en la televisión americana como precursora de la española. De esta forma, hemos podido encuadrar dentro del trabajo los programas que centran el mismo.

Además, hemos realizado un análisis de los programas emitidos de *No Te Metas en Política* y *El Intermedio* durante la campaña electoral de las Elecciones al Parlamento de Cataluña de diciembre de 2017, es decir desde el 5 al 19 de diciembre. En el caso de NTEMP, al ser un formato semanal, se analizarán los programas correspondientes a los días 1, 15 y 22 del mismo mes. En dicho análisis se ha prestado una mayor atención a los tipos de humor utilizados durante el transcurso de los mismos, así como su continuidad en el tiempo, en los protagonistas de estos chistes, las referencias negativas, y en cómo mostraban estas la ideología del programa.

Una vez analizados todos los programas, se ha realizado una comparación entre ambos formatos en base a las diferencias en el tipo de humor realizado, respecto al enfoque que ambos dan de las elecciones catalanas y de los distintos candidatos, así como su interpretación de la situación en Cataluña a través de los diferentes *gags* que realizan. Después, se han elaborado unas gráficas comparativas con los datos obtenidos mediante el visionado de los programas para entender de una forma más visual las diferencias encontradas. Para ello se han anotado todas las referencias humorísticas y se han clasificado según el tipo de humor (blanco, negro, satírico o absurdo) y las referencias negativas a los diferentes líderes políticos.

Finalmente, se ha realizado una encuesta entre una centena de jóvenes estudiantes de 18-30 años para comprobar si conocen de la existencia de estos formatos y si los consumen, así como conocer su ideología y si esto influye en su preferencia por este tipo de programas. Dicha encuesta tenía como finalidad última la de comprender la relación existente entre humor político y una ideología de izquierdas, así como la vinculación de estos formatos a un público joven e interesado por la política. También se ha preguntado

qué ejemplos conocen de formatos de humor político para saber qué programas relacionan con este término y que formatos tienen de referencia. Finalmente, la encuesta formula una última pregunta para saber qué relación establecen los encuestados entre los dos programas analizados y la ideología a la que representan.

Marco teórico

1. Comunicación Política.

El ámbito de estudio de la Comunicación Política abarca todo lo referido a la producción y difusión de mensajes en un contexto político tanto en los medios de comunicación como en gabinetes de prensa o instituciones. Estos mensajes pueden ser intencionados o no, es decir, que la comunicación política también puede no estar motivada en primera instancia. Es por ello que el estudio de la Comunicación Política debe extenderse a la dimensión comunicativa de cualquiera de los actos de las estructuras políticas, así como a la acción de emisión de mensajes por parte de todos los posibles protagonistas (Canel, 1999).

Los protagonistas de estas acciones comunicativas no solo son los periodistas, los políticos o los gabinetes de prensa, sino que la posibilidad se abre a la ciudadanía que también puede ejercer su influencia mediante acciones similares. Es el caso que estudiaremos en este trabajo con los programas de humor político en televisión como un refuerzo para las personas con una determinada ideología, pues algunos de los responsables de estos programas no trabajan como periodistas profesionales ni como políticos sino que son figuras influyentes dentro del ámbito noticioso cuya opinión es tenida en cuenta por sus espectadores. Por lo tanto el estudio de la Comunicación Política debe extenderse a todas las estructuras internas o externas que emiten o confeccionan mensajes, así como a todos los posibles protagonistas. Esto se debe principalmente a la democratización de la comunicación política por la cual “los ciudadanos son capaces de acceder al espacio en el que se desarrolla la comunicación política directamente, y actuar dentro de él sin necesidad de intermediarios.” (Sánchez Medero, 2016; 21-22).

Al hablar de Comunicación Política hemos de destacar especialmente el elemento de persuasión que implica este término, así como la escenificación que supone de la rivalidad o de la competición entre los diferentes actores políticos que pugnan por conseguir que sea su mensaje el que llegue a la población. También es necesario entender que es una comunicación orientada, puesto que como dice Canel (1999), “los mensajes están diseñados para audiencias específicas”.

La Comunicación Política siempre estará enfocada en función de lo que el emisor espera que el receptor sepa o quiera saber. Es por ello que encontramos diferentes ejemplos de programas satíricos, cada uno de estos buscando un público de una orientación política concreta. Precisamente sobre este punto es interesante destacar la teoría de *La Espiral del Silencio* (1977) de Noelle-Neuman, ya que una de las preguntas de este trabajo es si el humor político está relacionado en el caso concreto de España a una ideología de izquierdas, y si esto puede ser debido a que las opiniones de derechas sufren de este efecto y por ello son más reticentes a expresarse en medios de comunicación masivos. Tenemos el ejemplo de las diferentes encuestas de opinión realizadas en los últimos años, donde se ha comprobado como los resultados que obtenía el Partido Popular resultaron ser menores que los que finalmente lograban en las elecciones generales. La explicación que se le ha dado a este fenómeno es que los votantes de dicho partido son menos propensos a expresarlo en público, por lo que un efecto similar podría ser el motivo de que no existan muchos ejemplos de formatos de *satire news* de ideología conservadora, a pesar de que en España existen una mayoría de medios de comunicación que se corresponden con dicho espectro ideológico.

La adaptación de la comunicación política a los nuevos formatos de los medios de comunicación, entre ellos los noticiarios satíricos, ha traído consigo estrategias diferentes. Entre ellas es importante destacar el notable uso por parte de los líderes políticos de los *sound-bites*, una expresión norteamericana que se refiere a aquellas frases impactantes que se usan para intentar que estas sean el titular que recojan los medios. Esto ha llevado a que la mayoría de políticos base su discurso en ese tipo de afirmaciones, descuidando por otra parte las propuestas concretas o un lenguaje más cuidado.

Además, el *storytelling* es otro de los elementos clave en una campaña política. Consiste en contar una historia y usarla como una herramienta más de la comunicación (Nuñez, 2007). A pesar de ser una técnica de marketing, esta se ha incorporado a la comunicación política de forma habitual en las últimas décadas. Se ve claramente en los dos programas analizados en el caso del candidato de Catalunya En Comú, que construye su campaña bajo el lema “tenim la clau” (tenemos la llave) en referencia a que podrían haber sido claves a la hora de formar un gobierno para la Generalitat de Catalunya. Pero no solo usa la frase, sino que la identifica con una llave física que saca en los mítines, de esta forma intenta contar una historia con la que el espectador pueda identificarse o al menos recordar de cara a las votaciones. Tal y como si fuera una serie de televisión por episodios, la

comunicación política se ha adaptado al formato de estos programas y por ello producen una cantidad de mensajes superior a la que hace décadas se usaban en una campaña electoral.

Esta adaptación a los nuevos medios afecta de lleno al político, pues ahora el líder lo es, no sólo por sus cualidades intelectuales, económicas o políticas, sino muy especialmente por su capacidad mediática. (Laguna, 2011: 47). En Cataluña conocen de sobra a este tipo de líder político caracterizado por su gran capacidad para desarrollar en los medios el mensaje del partido. Es el caso de Inés Arrimadas, que de hecho acabó siendo la candidata más votada en las últimas elecciones. Los discursos e intervenciones de la presidenta de Ciudadanos en Cataluña siempre son los más compartidos y comentados en redes sociales, señal de que nos encontramos ante un líder mediático además de político.

¿Pero ha conseguido el humor esa infiltración en la comunicación política? De momento no al mismo nivel que otras técnicas como las ya mencionadas. Sin embargo, existen diversos ejemplos a destacar gracias a los formatos de *satire news*.

2. El humor en la comunicación política española.

El humor ha existido a lo largo de toda la Humanidad y por lo tanto existen numerosas definiciones del mismo por distintos filósofos, escritores y pensadores de todas las épocas (Platón, Hobbes, Freud, etc.). Por ello es difícil acogerse a una concreta, puesto que a menudo existen claras contradicciones entre algunas de ellas al ser este un concepto muy amplio en el cual cada autor puede englobar o delimitar de manera distinta. Sin embargo, uno de los puntos clave es que es una cualidad propiamente humana, y es por ello que “muchos han definido al hombre como animal que ríe” (Bergson, 1986).

Lo cierto es que la risa tiene un carácter catártico en la alegría del ser humano al igual que lo tienen las lágrimas en la tristeza. Es por ello que a menudo el humor se mezcla con otros elementos como la ironía y el sarcasmo (que no tienen por qué tener carácter humorístico propiamente). No se puede llegar a entender completamente lo que es el humor sin explicar conceptos relacionados como son la ironía o la sátira.

La sátira es un término que implica una intencionalidad, ya sea moralizante o lúdica, mientras que el humor puede llegar a ser inintencionado (una caída, una equivocación al hablar, un olvido de la memoria, etc...). En cuanto a la ironía y el sarcasmo, el primero es una figura literaria y retórica que consiste en destacar una diferencia entre lo que se espera que ocurra ante una situación y lo que finalmente ocurre. Esta incongruencia a menudo puede resultar cómica, lo cual hace de esta figura una de las más usadas en el humor. En el segundo caso, el sarcasmo pretende manifestar lo contrario de lo que se quiere decir literalmente. Es una crítica directa con una intención hiriente pero sin llegar al insulto. La ironía es considerada como uno de los discursos transgresores del registro cómico. Es una marca habitual de los programas analizados (*El Intermedio* y *No Te Metas En Política*), que convierten el humor en una forma de crítica a una acción política concreta.

Entendidos estos dos conceptos será más fácil apreciar las diferencias entre los tipos de humor en los cuales hemos decidido dividir para el análisis de este trabajo. Aunque teóricos como Theodor Lipps (1898) hablaban de tres especies de humor (humorístico, satírico e irónico), nosotros nos centraremos en los tipos y especialmente en estos cuatro:

- Humor blanco: No tiene connotaciones negativas, es decir, no alude a ningún factor que sea controversial como podría ser el sexo, la violencia, las drogas, etc... La dificultad de este tipo de humor reside en conseguir lograr la carcajada con unos límites marcados por lo que la sociedad considera que son actitudes moralmente reprobables (machismo, racismo, homofobia, etc...). Es por ello que este tipo debe ser realizado por una persona con una capacidad interpretativa del humor bastante alta. A menudo se utiliza el ingenio a la hora de realizar diversos juegos de palabras, que puede llegar a estar cercanos a la poesía. Un ejemplo claro en España del uso de este tipo de humor es el del cómico Luis Piedrahita.
- Humor satírico: Definido ya anteriormente el concepto de sátira, este tipo de humor hace referencia al uso de la sátira como característica principal del mismo. Es decir, que el carácter moralizante es el arma principal del humor satírico. La indignación del chiste siempre irá dirigido a dar a entender al público un “deber ser” de las cosas. Este tipo de humor es muy utilizado en formatos de noticiarios satíricos, donde se analiza la actualidad y se expresa indignación ante los hechos que los presentadores no entienden o creen que no deberían ser de esa manera. A menudo va relacionado con el humor seco, en el cual el emisor no varía su

comunicación no verbal, lo cual contradice el mensaje y da como resultado una situación cómica.

- Humor negro: Se realiza sobre temas que en otras circunstancias serían considerados de mal gusto, como pueden ser la muerte, las enfermedades, las drogas, el racismo, la guerra, etc. Comprender y aceptar este tipo de humor no está al alcance de todo el mundo, por lo que es poco habitual encontrarlo en formatos de un gran alcance. Es por ello que a la hora de realizar el análisis ha sido más fácil encontrar ejemplos del mismo en un programa emitido por internet (*No Te Metas En Política*) que en uno emitido por televisión (*El Intermedio*).
- Humor absurdo: Este tipo de humor se basa principalmente en la irracionalidad, es decir, en estar totalmente alejado de la realidad. La comicidad se encuentra precisamente en el contraste entre lo que se cuenta y lo que el espectador entiende que es una ficción exagerada. El mejor ejemplo que hemos encontrado en el análisis son los vídeos manipulados de *El Intermedio*.

Los cuatro tipos descritos se corresponden con el tipo de humor encontrado durante el análisis. Existen otros, pero estos o bien no son usados en estos formatos o la representación de los mismos es ínfima en comparación al resto, por lo que han sido obviados de la clasificación utilizada para este trabajo.

En España no ha existido tradición de usar el humor en la comunicación política. A pesar de tener una historia bastante amplia de prensa satírica desde el siglo XVIII, la mayoría estaba más cercana a la literatura que al humor y se usaba para atacar al rival político del bando contrario. El humor gráfico es donde encontramos los mejores ejemplos de la relación entre humor y política, destacando publicaciones como *El Tío Clarín*, *Gil Blas*, *La Flaca* o *Gedeón*. Recientemente si ha habido mayor desarrollo de este género, siendo *El Jueves* y *Mongolia* las dos revistas con mayor relevancia actualmente. Aunque la tendencia parece indicar que el futuro de este tipo de periodismo se encuentra online donde el contenido satírico es ampliamente compartido y alabado por el público como ocurre con el caso de *El Mundo Today*, cuya popularidad ha llevado al formato a extenderse a la radio y a la televisión.

La comunicación política y el humor pueden parecer dos conceptos difíciles de unir, sin embargo con la irrupción de los nuevos partidos políticos hemos visto un cambio de

mentalidad en la comunicación política española. Antes protegía y evitaba situaciones que se relacionara a los políticos con situaciones de humor, posiblemente debido a la estrategia de los gabinetes de comunicación que durante décadas han entendido el humor como un arma de doble filo que puede perjudicar al candidato más que ayudarlo. Sin embargo, la cultura del espectáculo estadounidense se ha consolidado en España y junto con las nuevas estrategias usadas por los partidos surgidos a raíz del 15-M, hemos visto numerosos ejemplos en los últimos años de un uso del humor en la comunicación política.

No solo hablamos de ejemplos donde políticos acuden a este tipo de formatos (como puede ser Pablo Iglesias cambiando de discurso según el partido político que le decían en *No Te Metas en Política* o Andrea Levy recibida en *La Vida Moderna* con cánticos de “fascismo del bueno”), sino de los propios políticos incorporándolos en su discurso. Los dos ejemplos más sonados tuvieron lugar en *La Sexta Noche*, donde el líder de Podemos ha recurrido al humor como una forma de hacer calar su discurso, intentando que Esperanza Aguirre repitiera con él los contratos que firmó la trama Gurtel o llamando Don Pantuflo al periodista Eduardo Inda.



Pablo Iglesias y Andrea Levy son algunos de los ejemplos de políticos que han acudido a formatos donde han debido usar el humor como un arma a favor de la comunicación política (*No Te Metas En Política* y *La Vida Moderna*).

No solo a los platós de televisión ha llegado el humor, sino también al Congreso. Ha habido bastantes casos en los últimos años, pero es especialmente destacable la “declaración de amor” con la cual el líder de Podemos intentaba mejorar la situación con el PSOE durante su intento de ser presidente². Ante una situación que no parecería idónea para la utilización del humor, Iglesias optó por esto para relajar el ambiente tras la dura intervención que tuvo el día anterior por la que fue muy criticado.

Además, el propio presidente del Gobierno, Mariano Rajoy, respondió a Aitor Esteban del PNV durante el segundo día de la sesión de investidura en forma de verso después de que este hiciera lo mismo previamente³. Nuevamente el contexto no sería el esperado para una contestación de este tipo, sin embargo, fue una muestra más de que los políticos cada vez tienen menos ataduras a la hora de utilizar el humor en la comunicación política. Es una herramienta que, bien usada, puede generar simpatía entre los votantes.

Sin embargo, también existen casos donde ha ocurrido lo contrario, como cuando Juan Carlos Monedero bromeó con el consumo de drogas por parte de Albert Rivera en un acto de la revista satírica Mongolia. El líder de Ciudadanos emprendió acciones legales por intromisión ilegítima en su derecho al honor, aunque finalmente ambas partes llegaron a un acuerdo y evitaron el juicio.

Pero el caso de Pablo Iglesias y de Podemos es especialmente reseñable, pues ha sido el que más se ha atrevido a incorporar el humor en sus discursos y en su forma de hacer política, hasta tal punto de participar en un programa dedicado íntegramente a imitar al candidato y en un “Heads Up Challenge” (similar al clásico juego de mesa “adivina quién soy”) con el youtuber Rush Smith.

² <http://www.elmundo.es/espana/2016/03/04/56d9ced1ca47416d4a8b4674.html> Pablo Iglesias: “Fluye el amor en la política. Pedro, solo quedamos tú y yo.”

³ <https://www.20minutos.es/videos/nacional/gikBJKLM-rajoy-si-quieres-grano-aitor-pnv-te-dejare-mi-tractor/> Rajoy: “Si quieres grano, Aitor (PNV), te dejaré mi tractor”.



Pablo Iglesias participando en el programa “Feis tu Feis” de Cuatro y en el canal de youtube de Rush Smith, con más de 350.000 suscriptores.

Esta nueva tendencia ha ayudado a que los partidos se atrevan también a usar el humor en campaña sin que les pida expresamente en un formato de estas características. Es por ello que sobran los ejemplos de acciones de comunicación política donde se han usado elementos cómicos. Por destacar casos dos casos de la reciente campaña electoral para las Elecciones Generales de diciembre de 2015. El Partido Popular quiso recalcar en uno de sus spots la diversidad entre sus votantes haciendo referencia a diferentes tribus urbanas como los hípsters o los moteros. Por otro lado, Podemos recurrió al personaje de ficción de Star Wars, Darth Vader, al que se le veía rompiendo un carnet del PP y repartiendo folletos del partido morado.



Imagen del spot electoral del PP: “Piensa sin prejuicios – Hipster” y del de Podemos: Darth Vader, “El despertar del cambio”

Esta tendencia de que en las últimas décadas los políticos hayan llegado a desarrollar una estrecha relación con los programas de humor político se explica tras una adaptación forzosa debido a la llamada americanización de las campañas electorales (Radunski, 1999), período en el cual el líder político debe estar presente en el mayor número de medios de comunicación posible y en la mayor variedad de situaciones que den una sensación de cercanía al votante. A este tipo de liderazgo se le conoce como “liderazgo de la visibilidad” (Pasquino, 1990) y en él influye el excesivo personalismo (Paniagua, 2004) del que sufren los partidos políticos en la actualidad, así como el estado de campaña permanente (Blumenthal, 1980) en el que se desarrollan los acontecimientos.

3. El humor político en televisión.

La sátira política encontró en la televisión un gran aliado para la difusión de formatos de entretenimiento que pueden combinarse a la vez con una vertiente informativa. A este tipo de programas se les ha denominado en diferentes ocasiones con el acrónimo *infotainment* (Demers, 2005) o como *soft news*. Este término fue usado por primera vez en 1980 en la Conferencia Conjunta de ASLIB, el Instituto de los Científicos de la Información y la Asociación de Librerías. Ambos términos a menudo se usan de forma despectiva, debido a la relación que desde siempre ha existido entre el periodismo como una forma seria de informar. La idea de *soft news* (Reinemann, 2012) engloba los aspectos menos serios como el arte o el entretenimiento, el deporte, el estilo de vida de personas de interés, etc...

Los noticiarios satíricos o *news satire* han sido una constante en la televisión desde la década de los sesenta cuando en Reino Unido comenzó el llamado “satire boom”. El programa más conocido de esta etapa fue *That Was The Week That Was* presentado por David Frost. Este formato fue adaptado bajo el mismo título en América, además de comenzar a emitirse uno de los programas más populares de la historia de la televisión americana: *Saturday Night Live*. Este programa incluía humor de todo tipo, a destacar sus imitaciones de diversos políticos como Sarah Palin (Tina Fey), Hillary Clinton (Amy Poehler) o Donald Trump (Alec Baldwin). Los sketches de SNL han sido estudiados (Fitzpatrick, 2008) a lo largo de los últimos años por el impacto que han revelado tener

en las elecciones presidenciales americanas, sobre todo durante la campaña de 2008 a favor de Barack Obama.

En los 2000, *The Daily Show* se convirtió en otro de los programas referencia en cuanto a la sátira política en habla inglesa. El programa presentado por Jon Stewart llegó a alcanzar los dos millones y medio de espectadores a finales de 2013. Diferentes estudios han considerado este programa como una de las fuentes principales de información política para los jóvenes estadounidenses, además de hacer énfasis en compararlo con otros informativos sin contenido satírico para comprobar que la cantidad de información que ofrecen es similar (Fox, 2007). También hay estudios sobre la efectividad de dicha labor informativa que demuestran que los espectadores de dicho programa tenían un conocimiento mayor sobre las elecciones presidenciales de 2004, incluidas aquellas personas que siguieron la cobertura mediática a través de otros informativos no satíricos (Annenberg Public Policy Center, 2004).

Siguiendo la estela del Daily Show nace *Real Time with Bill Maher* donde el humorista debate con un panel de invitados sobre la actualidad política en clave de humor. La introducción del programa suena bastante similar a la usada por *El Intermedio* en España: "En un mundo en que las opiniones se convierten en hechos y la verdad está oscurecida, ¿no hay una voz que aporte algo de sensatez, claridad, sinceridad, razón? Tranquilos, yo me encargo". Nuevamente entra en juego el factor del humor como método para poder decir claramente lo que en informativos no satíricos no pueden decir.

Más recientemente, el ejemplo de *The Colbert Report* o de *Last Week Tonight with John Oliver* demuestran la popularidad de la sátira política en televisión y la diversificación de la oferta en diferentes canales americanos. *The Colbert Report* comenzó como un spin-off de *The Daily Show* en el cual Stephen Colbert pasó de ser reportero de este programa a tener el suyo propio. En él, Colbert es una caricatura de los presentadores de informativos, sobretodo centrandó dicha imitación en un personaje que representa a la derecha americana. En el caso de *Last Week Tonight*, el formato consiste en un programa de media hora de duración con público en directo donde John Oliver escoge un tema de referencia sobre el cual hace rotar el resto de elementos del programa. A pesar de que existe un trabajo de investigación detrás, el tono es satírico y con comentarios donde opina con total libertad de los temas. La audiencia de ambos programas suelen rondar alrededor del millón de espectadores.

Tras haber repasado la historia de la sátira política en la televisión inglesa y americana y al intentar compararla con la española, es evidente que no existe el mismo abanico de ejemplos como para hacer balance. Hay que esperar hasta bien entrada la Transición para encontrar algunos en la televisión de formatos similares en nuestro país.

Uno de estos ejemplos se pudo ver solamente en la televisión de pago. Canal+ produjo el programa *Las noticias del guñol* donde el informativo satírico era protagonizado por marionetas que caracterizaban a diferentes figuras políticas de la época. El programa recibió diversos premios a lo largo de su trayectoria y su influencia fue tal que hasta ABC y El País titularon algunas de sus portadas de esta forma:



Portada de ABC (04-04-97) y El País (05-04-97)

A su vez, el formato argentino *Caiga Quien Caiga* representó otro paso en la consolidación del noticiario satírico en España. Telecinco fue la cadena que apostó por un programa que alcanzó gran popularidad cuando consiguió entregar las características gafas del programa al Rey Juan Carlos I. El presentador del programa en su etapa inicial era El Gran Wyoming junto con Javier Martín y Juanjo de la Iglesia, pero a pesar de la buena recepción que tenía fue cancelado por la cadena en 2002 hasta que regresó en 2005, esta vez con Manel Fuentes, Arturo Valls y Juanra Bonet como presentadores. Tras su cancelación inicial surgieron rumores de que esta se debía a las críticas que el programa realizaba tanto al gobierno de Aznar como a su mujer, Ana Botella, así como al dueño de

la cadena Silvio Berlusconi pero dichos motivos fueron negados tanto por los presentadores como por Telecinco. La cadena alegó falta de rentabilidad del programa por motivos de baja audiencia.



Fotograma del programa Caiga Quien Caiga del 5/12/96 donde el Rey Juan Carlos I se puso las gafas del programa

Otros ejemplos más recientes fueron los de la cadena Cuatro, que apostó en sus inicios por formatos similares como *Noche Hache*, que fue uno de los programas estrenados en el debut de la cadena. Presentado por la humorista Eva Hache, el late show repasó durante los tres años de existencia la actualidad informativa en clave de humor con el análisis político de la mano de colaboradores como Ricardo Castella o Quequé. De hecho el programa llegó a contar con una sección de los ya mencionados guiñoles de Canal Plus. Tras su desaparición de la parrilla televisiva, este fue sustituido por un formato similar llamado *Estas no son las noticias* con Quequé esta vez de presentador junto a Ana Morgade, aunque este no tuvo tanto éxito y acabó relegada a un horario de madrugada.

Actualmente en emisión podemos encontrar los ejemplos de *Loco Mundo* en el canal 0# de Movistar, que utiliza el formato de Last Week Tonight y centra cada programa de media hora en un tema de actualidad concreto sobre el que realiza humor, siendo algunos de los últimos ejemplos los alimentos transgénicos, el populismo o la representación en los medios de la pobreza como algo *cool*. Además, no podemos olvidar el veterano *Polònia* de TV3, que lleva más de diez años en emisión como uno de los programas más populares de la televisión catalana. Es el único ejemplo que no se centra en el formato de

noticiero satírico, sino en imitaciones de los principales políticos con actuaciones musicales.

Ha sido especialmente complicado encontrar ejemplos de programas de humor político de ideología claramente conservadora. Tan solo podemos destacar dos, ambos de Intereconomía. El primero de ellos es el programa *Los Clones*, que se emitió desde 2006 a 2013 con una audiencia media de 500.000 espectadores. Estaba basado en diversos sketches donde se imitaban a diferentes políticos, al igual que Pòlonia.

Desde 2016, Intereconomía emite el noticiero satírico *Gracias por nada*, y a pesar de su breve historia, ya ha tenido diversas polémicas. La más reciente fue la denuncia por parte de Podemos por un sketch al que tildaron de homófobo. En dicho sketch, los presentadores hablaron sobre un estudio de la Universidad de Stanford en el que dos investigadores presentaban una aplicación de móvil que podía determinar la orientación sexual de una persona por sus rasgos faciales. Los diferentes colaboradores se sometieron al escáner, celebrando cuando eran analizados como heterosexuales y siendo el comentario más polémico el formulado por el periodista Eduardo García Serrano, al que la aplicación califica de “falangista”, saliendo este del plató realizando el paso de la oca y tras hacer el saludo fascista. Sin embargo, el programa respondió que en dicho sketch no hay apología del fascismo ni homofobia, tan solo un gag satírico.

Y no podemos finalizar sin mencionar *El Hormiguero*, que pese a no estar centrado en la información política, ha sido el gran ejemplo de un programa que ha integrado a políticos en situaciones cómicas. De esta forma hemos podido ver a la Vicepresidenta, Soraya Saenz de Santamaría, bailando la sintonía del programa, a Albert Rivera en una carrera de karting, a Pedro Sánchez echando unas canastas con el presentador o a Pablo Iglesias cantando un tema de Javier Krahe, entre otros.

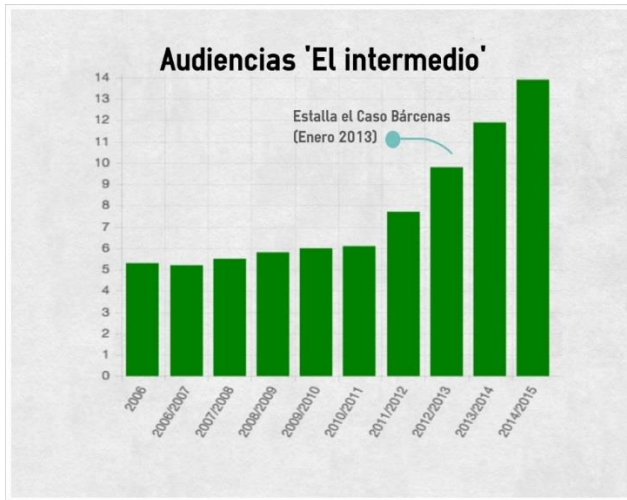


Políticos de todos los partidos han acudido a El Hormiguero no solo para ser entrevistados, sino para mostrarse en situaciones donde el uso del humor era fundamental.

4. El Intermedio y No te metas en Política.

El Intermedio empezó a emitirse diariamente en 2006 en horario de *access prime time* (21:30-22:30) en La Sexta, que pertenece a Atresmedia. Es el único programa de la parrilla que sigue en emisión desde que la cadena existe. Es co-presentado por el humorista El Gran Wyoming y la periodista Sandra Sabatés, aunque colaboran de forma regular otros periodistas como Thais Villas, Dani Mateo o Fernando González “Gonzo”. *El Intermedio* durante los programas analizados tuvo una media de 9,8% de share y 1,77 millones de espectadores por programa. La audiencia del programa va muy ligada a la actualidad política, ya que alcanzó sus mejores datos de audiencia con la publicación por parte de El Mundo del Caso Bárcenas en 2013 (12% de cuota de pantalla y picos de dos millones y medio de espectadores). El formato nació como un programa dedicado íntegramente al humor, sin embargo, ha evolucionado hasta convertirse en un noticiero satírico donde la información tiene tanto peso como la vertiente cómica⁴. En 2013 el programa estrenó una variante para los fines de semana presentada por Dani Mateo: *El Intermedio International Edition*. Sin embargo, este formato apenas tuvo un mes de duración debido a las bajas audiencias.

⁴ <http://www.formulatv.com/noticias/78767/edu-garcia-guionista-el-intermedio/> Edu García, coordinador de guión de 'El intermedio': "Mucha gente ve el programa para informarse de las noticias"



Fuente: El Español⁵

El Gran Wyoming (José Miguel Monzón Navarro) es un humorista y músico con una larga trayectoria en los medios de comunicación audiovisuales. A pesar de estudiar medicina, se dio a conocer con el programa *Caiga Quien Caiga*. Es de sobra conocida su tendencia progresista y ha promovido diferentes manifestaciones contra el Partido Popular. Desde 2006 presenta *El Intermedio*, un noticiario satírico que ha sido objeto de varias polémicas. Entre ellas, con Intereconomía debido a un vídeo que el propio programa filtró donde El Gran Wyoming abroncaba a una becaria. El programa *Más se perdió en Cuba* de dicho canal trató el tema para criticar la actitud del presentador, pero después revelaron que el vídeo era un montaje para demostrar la falta de rigor informativo del programa. A su vez, el periodista Hermann Tertsch culpó a *El Intermedio* de una agresión que recibió en un bar por un montaje que emitieron donde defendía combatir a los terroristas de Al Qaeda. Sin embargo la investigación de lo sucedido descartó la hipótesis del móvil político de la agresión.

Sandra Sabatés es la co-presentadora de *El Intermedio*. Periodista licenciada en Comunicación Audiovisual por la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona. Fue presentadora de La Sexta Deportes hasta incorporarse al programa de Wyoming en sustitución de Beatriz Montañez. Representa la vertiente informativa del programa, puesto que no participa de las bromas del presentador y se dedica a repasar la actualidad informativa a la que El Gran Wyoming añade comentarios humorísticos.

⁵ <https://www.elespanol.com/bluper/noticias/lo-que-el-intermedio-debe-luis-barcanas>. Noticia de la que se extrae el gráfico.

Thais Villas colabora como reportera con el programa con una de las secciones de mayor contenido humorístico, algo especialmente llamativo si tenemos en cuenta la falta de mujeres en todos los ejemplos mencionados de este tipo de formatos. Es licenciada en Comunicación Audiovisual y ha trabajado en diversos medios como Telecinco, Telemadrid o TVE Cataluña.

Dani Mateo es un cómico y periodista que saltó a la fama en el programa *Se lo que hicisteis*. Además de colaborar en *El Intermedio*, presenta el programa de radio *Yu: No te pierdas nada*, de *Los 40 Principales*. Antes de comenzar su sección en el programa siempre dedica una serie de comentarios contra *El Gran Wyoming* que parodian los insultos que los detractores de este suelen verter contra él.

Fernando González “Gonzo” también colabora como reportero pero al contrario que su compañera Thais Villa, él realiza la sección de contenido más serio del programa en el cual entrevista a políticos o personalidades de interés o se desplaza a lugares conflictivos. Sus entrevistas suelen carecer del uso de humor y representan, al igual que Sandra Sabatés, la vertiente de información seria que el espectador también busca al ver el programa. Gonzo es licenciado en Periodismo por la Universidad Pontificia de Salamanca y es conocido por sus participaciones en programas como *Caiga Quien Caiga* y *El Método Gonzo*.

No Te Metas en Política comenzó siendo un programa emitido en el canal de Youtube del periódico digital Público perteneciente a la inmobiliaria Display Connectors, aunque actualmente se emite en directo en su propio canal de forma semanal (concretamente los viernes a las 23:00 desde El Pavón Teatro Kamikaze de Madrid). Es co-presentado por los humoristas Facu Díaz y Miguel Maldonado. Ambos empezaron colaborando en el programa *Tuerka News*, que se emitía cada miércoles en Tele K.

No Te Metas En Política se emite vía streaming y tuvo una media de 100.000 espectadores por programa. El éxito de un formato alternativo como *NTMEP* lo explica bastante bien Anderson (2004) en su artículo *The long tail*, pues la aparición de internet ha cambiado el mercado de forma que existen productos para públicos menos amplios. Es decir, la demanda se fracciona, y es por ello que pueden surgir productos que hace años no serían económicamente rentables y hoy sí lo son.

Facu Díaz es un humorista de origen uruguayo cuyo primer contacto con la relevancia pública fue una broma al diario El País publicando una noticia falsa sobre la salud de Juan Carlos I. Además, uno de los sketch realizados en el programa Tuerka News (del cual era director) fue motivo de denuncia por parte la asociación Dignidad y Justicia. El sketch se titulaba “el PP se disuelve” y en él se parodiaba la entrega de armas de ETA pero con cargos del Partido Popular debido a la detención de varios de sus cargos por la Operación Púnica. Esto le llevó a la Audiencia Nacional en 2015, pero la causa fue archivada al no poder considerarse como una humillación a las víctimas del terrorismo. Sin embargo, su imputación generó un debate sobre los límites del humor y la libertad de expresión en el contexto del atentado islamista en el semanario satírico Charlie Hebdo, que ocurrió unos días antes. Fue llamado a declarar una tercera vez en 2016 por un tweet de finales de 2013 en el que decía que quemar iglesias le parecía una barbaridad si no había gente dentro, en relación a una noticia de una iglesia gallega que había sufrido un incendio a raíz de un rayo. Nuevamente la causa fue archivada. Facu se identifica como comunista y está adscrito al Partido Comunista de Madrid.

Aunque Miguel Maldonado cursó Historia del Arte, trabajaba como el realizador de La Tuerka hasta que Facu Díaz lo incorporó a Tuerka News como parte de los *sketches*. El humorista de origen murciano ganó bastante popularidad debido a su particular argot localista, hasta el punto de que ha comenzado a colaborar con Andreu Buenafuente en el programa Late Motiv, así como en el programa de cine Pool Fiction, ambos pertenecientes al canal de 0# de Movistar. Además, ambos colaboran también de forma ocasional en el programa de radio Hoy Empieza Todo, de Radio 3, así como en Al Rojo Vivo, de La Sexta. En ambos programas tienen una sección humorística similar al noticiario que realizan en *NTMEP*.

Análisis y resultados

La primera diferencia entre ambos programas se puede extraer de la introducción de los mismos. Por un lado, *No Te Metas En Política (NTMEP)* tiene una cortinilla donde una de las imágenes simula un cartel de propaganda soviético con la tipografía y estética habitual de estos, así como también imágenes del congreso y una parodia del clásico cartel del Tío Sam. El escenario utilizado por el programa es del Pavón Teatro Kamikaze de Madrid, solo adornado por unas letras con las siglas del programa y una mesa donde los presentadores dan las noticias.

Por el contrario, *El Intermedio* comienza con un plano medio de El Gran Wyoming sentado que dice su frase característica (“Ya conocen las noticias, ahora les contaremos la verdad”). Esta declaración de intenciones del presentador y líder de opinión es muy importante a la hora de situar el programa en dos corrientes muy importantes. Por un lado, esta frase podría parecer una muestra de la vertiente informativa del programa más que la humorística, puesto que una gran parte del mismo no contiene humor como tal sino información que podríamos encontrar en un programa informativo serio. Sin embargo, también puede ser entendida como una forma de expresar que mediante el humor pueden decir las cosas que no dicen en los informativos. El plató de *El Intermedio* simula al de un informativo y la música que suena de fondo también es similar a la de estos.

No Te Metas en Política divide su programa en cuatro secciones principalmente:

- Un monólogo inicial de Facu Díaz donde menciona algunos temas de actualidad (sean de política o no).
- El noticiero que ocupa la mayor parte del programa donde primero se comentan las noticias de última hora en una mini-sección llamada “a vuela pluma”, y cuyo tramo final se centra en la actualidad deportiva del CAP Ciudad de Murcia (debido a que es el equipo de uno de los presentadores).
- Una entrevista a una personalidad conocida de cualquier ámbito, ya sea político, deportivo, musical, etc... En los programas analizados los entrevistados son la periodista Celia Blanco, el actor Julián López y la humorista Ana Morgade.

- Una sección final donde Miguel Maldonado hace un monólogo que responde a las preguntas formuladas en el cuestionario de la web del programa.

En el caso de *El Intermedio*, la parte humorística del programa la representan principalmente tres secciones:

- Los comentarios de El Gran Wyoming tras las noticias que da Sandra Sabatés. Muchos de estos apenas hablan de los protagonistas de las mismas, sino que es humor blanco que no ofende a ninguno de los representantes políticos ni a sus votantes.
- La sección de Dani Mateo, que interviene de forma breve durante el repaso a la actualidad para comentar aspectos relacionados con las noticias comentadas, que suelen ser sacados de las redes sociales.
- La sección de Thais Villas, que a menudo involucra a políticos a los que obliga a salir de su zona de confort y les hace responder a preguntas que nada tienen que ver con su oficio e incluso a bailar como fue el caso de Miquel Iceta o Irene Montero y Rafa Hernando. Los políticos acceden a esto para dar una imagen más distendida, que es uno de los motivos por lo que este tipo de programa tiene tanto éxito, como ya hemos analizado previamente.
- Los vídeos manipulados donde se modifican escenas de actualidad para añadir frases que los políticos no han dicho o que de la sensación de que hacen una cosa distinta, en un claro ejemplo de humor absurdo que suele ser de lo más viral del programa en redes sociales. Estos vídeos son obra de Alberto González Vázquez, guionista y realizador del programa.

A su vez, la parte informativa del programa está representada en las figuras de Sandra Sabatés y Gonzo:

- Sandra Sabatés co-presenta el programa con El Gran Wyoming y se dedica a repasar la actualidad informativa sin añadir chascarrillos ni comentarios irónicos. Realiza el mismo papel que haría una presentadora de televisión de un informativo normal y corriente.
- Gonzo se encarga de realizar entrevistas de un contenido bastante serio que son de gran atractivo para el público que ve el programa. Durante la campaña electoral

entrevistó a todos los candidatos (excepto a Carles Puigdemont y Oriol Junqueras, en cuyo caso entrevista a Jordi Turull y Roger Torrent), por lo que da representación a todas las ideologías de votantes posibles. En estas entrevistas Gonzo realiza preguntas complicadas a los entrevistados e intenta desafiar la lógica de sus ejes de campaña electoral. Gonzo también se desplaza a Bruselas para intentar hablar con Puigdemont, pero no lo consigue. Pese a ello también pone a prueba el discurso de los votantes independentistas que se encuentran allí presentes.

La actualidad política de la campaña electoral se engloba principalmente en una sección diaria llamada “*Barras y esteladas*”, que tiene su propia cabecera con la sardana *La Santa Espina*.

Para entender mejor las diferencias entre ambos programas hemos dividido en bloques temáticos según se refieran a los partidos no independentistas de izquierdas, al bloque independentista o a los partidos no independentistas de derechas.

- Partidos de izquierdas:

En cuanto a *NTMEP*, la crítica a la izquierda es un gag recurrente en este programa, algo que podría parecer sorprendente teniendo en cuenta al público al que va dirigido. Centrándonos en **Podemos**, uno de los muchos ejemplos de ello es la referencia al posible pinchazo de Catalunya En Comú en las elecciones de 21 de diciembre.

Sobre el recurso de Podemos al Tribunal Constitucional por la aplicación del artículo 155, a pesar de expresar que lo ven algo sensato, también aprovechan para comentar que “llevaban tiempo sin dar un palo al agua” y que el partido morado sigue su esquema de siempre: “Hacen una cosa medio sensata y una gilipollez. Aunque tampoco han hecho nada demasiado bien nunca”. También ironizan con que Albano Dante Fachín podrá recurrir el 155 que le han aplicado, criticando de esta forma la dimisión de este como Secretario General de la formación en Cataluña como una decisión dirigida desde Madrid.

Aprovechan nuevamente las encuestas para reírse de las expectativas electorales de Catalunya en Comú (“algunas les dan nueve escaños y otras el juego del programa”). Además, emiten un sketch grabado tras las elecciones donde se mofan del batacazo de Catalunya en Comú. En él, Facu imita a un reportero de televisión y Miguel a un andaluz al que pregunta sobre el peaje, pero la entrevista se ve cortada por una especie de

meteorito que cae en el suelo. Al asomarse ambos al gran agujero que ha dejado el impacto, se dan cuenta de que el golpe se lo ha llevado el partido morado.

Es sobretodo interesante la crítica hacia Podemos si tenemos en cuenta la relación personal que ambos tienen con su secretario general, Pablo Iglesias, al que han entrevistado para este mismo programa y con el que comparten una conocida relación personal. Esto se puede explicar por la personalidad de ambos presentadores, que han caracterizado su humor por ser irreverente y capaces de reírse de su propia ideología. Se puede comprobar como dichas críticas han sido habituales desde sus inicios en un sketch que hicieron en 2014 cuando aún trabajaban en Tuerka News, llamado Ciudadano y Comunista. En dicho sketch, Facu representa al clásico votante de Izquierda Unida que le reprocha a Miguel, votante de Podemos, que use nuevos términos como “los de arriba y los de abajo” en lugar de referirse a la “clase trabajadora”. Esta línea de humor sigue presente en *NTMEP*, donde los presentadores son capaces de realizar una autocrítica que no encontramos con tanta normalidad en *El Intermedio*.

Tanto es así que en *El Intermedio* apenas se menciona al candidato del partido morado o al propio partido, y en las pocas referencias existentes no se atisba ni una sola crítica. Hay dos ejemplos a destacar tras la visualización de los programas: No se mencionan los malos pronósticos de Catalunya en Comú, a pesar de que hablan de diferentes encuestas y en ellas se aprecia esa posibilidad. Además, es bastante ilustrativo que durante una entrevista en tono serio al politólogo Luis Orriols sobre las encuestas publicadas, El Gran Wyoming centra parte de la misma en las posibilidades de gobernar de Miquel Iceta y en los previsibles malos resultados de Xavier Doménech, los dos partidos con los que la audiencia del programa puede sentirse más identificada. La posibilidad de un pacto entre PSC y CEC es mencionada con frecuencia durante diferentes programas, centrando de esta forma su atención en los dos partidos que se encuentran en el espectro ideológico del espectador habitual de La Sexta.

Y durante uno de los programas se menciona un error cometido por Irene Montero ante los periodistas sobre el traslado de las pinturas de Sijena en el cual contradice la postura oficial de su partido, pero El Gran Wyoming la defiende aludiendo que “los políticos hablan de muchos temas a lo largo del día”, por lo que su error es humano.

Es importante destacar también como durante una de las secciones de Dani Mateo se analiza el debate emitido en La Sexta con representantes de todos los partidos políticos, pero las críticas se centran en Ciudadanos, CUP, ERC y JxCat. El programa evita de esta forma la crítica a PSC y CEC.

Por lo general el programa evita criticar de una forma demasiado dura a cualquier partido político, sobre todo si lo comparamos con *NTMEP*. Pero es interesante observar que donde más cuidan el trato es hacia el bloque de izquierdas no independentista.

Pasando ahora a analizar como tratan ambos programas al **PSOE**, comprobamos que en *NTMEP* son continuas las burlas, pero sin entrar ni siquiera en la crítica. Es decir, no hablan con la misma dureza que de Podemos, sino que más bien lo ridiculizan directamente. Lo hacen con motes que intentan hacer ver que el partido ya no es de izquierdas. Por ello a Miquel Iceta le llaman referente de la comedia, a Pedro Sánchez el “Lenin de Tetuán” y al partido le añaden una S más en sus siglas y le dan el significado de soviético. Además, durante la mención del incidente de la silla 155 de Miquel Iceta nuevamente se refieren al candidato socialista sin tomárselo en serio, usando un humor blanco poco característico en el resto del show.

Básicamente adoptan una actitud condescendiente con este partido al que no consideran realmente de izquierdas y por ello lo tratan de esta forma. Una muestra más del carácter alternativo del programa, pues en los medios tradicionales se define, por lo general, al PSOE como un partido de izquierdas. Este tratamiento ocurre también en el programa *Late Motiv* del canal 0# de Movistar, que al igual que *NTMEP* se emite en una plataforma de pago que no llega a tanta gente como es la televisión en abierto. Por lo que es una prueba más de que cuanto menor audiencia, mayor libertad a la hora de expresar opiniones contrarias o diferentes a la corriente tradicional.

En el caso de *El Intermedio*, como ya hemos mencionado anteriormente, los partidos políticos que apenas se llevan críticas humorísticas en los programas analizados, o son más suaves, son PSOE y Podemos. En el caso de los socialistas, Miquel Iceta usa el programa para no hacer caso a sus asesores y volver a bailar, motivo por el cual fue criticado por los sectores independentistas debido a su falta de tacto con el momento de

tensión de Cataluña. Por el otro lado, la figura de Xavier Doménech es una de las menos mencionadas en los programas, que se centra más en la crítica a PP y Ciudadanos, así como a los independentistas, que también son el blanco de gran parte del humor del programa. Aun así el tipo de humor no tiene nada que ver con el que utiliza *NTMEP*, sino que en su inmensa mayoría es humor blanco accesible para público de cualquier ideología.

Centrándonos en el trato al candidato socialista, es interesante destacar es interesante destacar la defensa de El Gran Wyoming de Miquel Iceta ante las declaraciones de Marta Rovira, que lo criticó por bailar en el programa anterior.

Ha sido habitual desde el nacimiento de La Sexta las críticas a esta cadena por ser un medio de comunicación afín al PSOE. El motivo de esto fue la concesión de la licencia para emitir en TDT por parte del gobierno de Jose Luis Rodríguez Zapatero. Muchos expertos fueron críticos con esta decisión y desde entonces la vinculación entre la cadena y el PSOE ha sido a menudo objeto de crítica. Sin embargo, en los últimos años La Sexta ha sido también vinculada a Podemos debido a que fue de las primeras cadenas en concederle espacios de prime-time a sus líderes. Esta vinculación fue constatada por el CIS en uno de sus estudios de 2016, en el cual los votantes de Podemos eran los que más respondían seguir la actualidad por dicho canal de televisión⁶.

- Bloque independentista:

Hay una gran diferencia de entrada entre el tratamiento que da ambos programas a este bloque, ya que *NTMEP* diferencia en sus comentarios entre los diferentes partidos del mismo, mientras que *El Intermedio* engloba a todos con asiduidad. Es decir, el programa de La Sexta a menudo los trata como un bloque unitario sin destacar un partido de otro, al contrario que *NTMEP* donde sí diferencian entre JxCat, ERC y la CUP.

En uno de los noticiarios de *NTMEP* comentan la noticia de Puigdemont yendo a ver la ópera *El Duque de Alba* e ironizan sobre el comportamiento del expresidente al que Miguel Maldonado llama “flipado” y pide que deje de hacer tonterías. El lenguaje usado por el

⁶ <http://www.elmundo.es/espana/2016/05/05/572a3e0eca4741292b8b4691.html> Artículo de El Mundo donde se recoge dicho estudio.

cómico es difícilmente asumible en un programa de televisión, sin embargo es una de las señas de identidad de *NTMEP*.

Sobre ERC se menciona también el acatamiento del 155 por Junqueras y los exconsejeros de la Generalitat presos, única noticia en la cual los presentadores no critican a sus protagonistas sino que se centran en criticar la decisión de encarcelarlos, así como los comentarios de un sector de la derecha que les llama cobardes por haberse achantado ahora que están en prisión.

La CUP no tiene mucha relevancia durante los programas analizados de *NTMEP*, solo encontramos dos referencias al partido. La primera es cuando se habla de la posibilidad de sortear la prohibición de la junta electoral al entrar con un amarillo a votar (“Compañeros de la CUP, eso está en vuestra mano”). Finalmente, se bromea sobre la coincidencia del PP y la CUP en el grupo mixto (“Va a ser más tenso que la oficina del PACMA en Tordesillas”).

En el caso de *El Intermedio*, el bloque independentista es objeto de las críticas con mucha frecuencia, superando en conjunto a las que recibe el Partido Popular. Se les critica por la polémica con los bienes de Sijena, así como se dedican varias de las secciones de Dani Mateo a destacar tweets desafortunados de independentistas. También por el por el espionaje al candidato del PP, motivo por el cual Wyoming les afea esto recordando sus críticas por hacer lo mismo al exministro de Interior, Jorge Fernández Díaz.

El expresident, Carles Puigdemont, es diana habitual del programa de La Sexta. Alguna de las principales críticas que recibe son por el uso de Skype en un acto de campaña y por referirse a Cataluña como un solo pueblo, tras conocerse declaraciones internas de la cúpula independentista donde reconocen no tener la mitad necesaria para un referéndum que sea tomado en cuenta en el resto de Europa. Al igual que *NTMEP*, también hacen humor sobre el pelo de Carles Puigdemont, aunque sin llegar a emplear el lenguaje coloquial de Facu y Miguel sino un montaje con Photoshop. Finalmente sobre Puigdemont también se le compara con el youtuber Aless Gibaja por su petición de ser President de la Generalitat a distancia.

Finalmente, sobre el tratamiento que da el programa al bloque independentista es interesante destacar como El Gran Wyoming ironiza sobre dos de sus líderes (Puigdemont

y Junqueras) con que “uno de los dos ha llevado su apuesta más lejos y ahora está recluido en un lugar oscuro y frío donde reina la monotonía mientras que el otro está en Estremera”.

Uno de los temas donde más diferencias hay entre ambos programas es en el tratamiento del 1 de octubre. Sobre la prohibición de la junta electoral sobre los lazos amarillos en los apoderados y las mesas electorales, Facu critica abiertamente la violencia policia del 1 de octubre (“lo que da mala suerte en Cataluña últimamente es votar, que te puede salir por un ojo de la cara”). Este tipo de críticas a dicha actuación se repiten bastante a lo largo de los programas analizados, cosa que es más difícil de encontrar en *El Intermedio*, ya que si se hacen, son críticas más veladas.

Se vuelve a criticar la actuación policial del 1-O en *NTMEP* al mostrar una parodia de un tutorial donde enseñan cómo votar esta vez sin sobresaltos. En él, Facu Díaz se envuelve en papel de burbujas mientras advierte al público que para los agentes cada ojo son cien puntos y por cada ojo reventado Ciudadanos les da una medalla. Finalmente, ironizan sobre la convocatoria de las elecciones por parte del Gobierno y cómo en esta ocasión no hubo incidentes ya que no hubo policías.

La defensa del programa respecto a los presos políticos, así como la crítica a lo sucedido durante el 1 de octubre se debe, en parte, a la vinculación de uno de sus presentadores con Cataluña. Facu Díaz, a pesar de ser de origen uruguayo, es residente allí y el programa ha realizado varios especiales en Barcelona. Es relevante destacar además que colabora con medios catalanes como Catalunya Radio y ha participado en debates del programa FAQs de TV3.

En el caso contrario, la única crítica que encontramos en *El Intermedio* es un comentario de El Gran Wyoming que dice que los referéndums son como las bodas, pero “al menos las bodas no las paran a porrazos”. Sin embargo, también debemos destacar que el día siguiente al 1 de Octubre el programa comenzó de forma poco habitual. En lugar de pronunciar su famosa frase, el presentador comenzó sentado en la mesa, formato usado cuando el programa quiere abrir con una reflexión. En este caso se comentó lo sucedido y se exigió diálogo Así lo hizo también Sandra Sabatés tras conocerse la sentencia del caso de la manada.

- Partidos de derechas:

Como es lógico teniendo en cuenta que ambos programas se sitúan en el espectro ideológico contrario, los partidos de derechas son uno de los blancos principales de las críticas. PP y Ciudadanos son los dos partidos que representan en Cataluña la corriente principal de esta ideología. Sin embargo, no es igual el tipo de humor utilizado en ambos casos.

En cuanto se refiere al **Partido Popular**, destacamos las referencias constantes en *NTMEP* a la figura de Xavier García Albiol como un líder presuntamente racista. Tanto es así que durante el transcurso de los programas se hacen varios chistes de humor negro (“Albiol siempre pide la silla 88”, en referencia al significado de este número en la simbología nazi, Heil Hitler) y se muestra un vídeo donde intenta agredir a un manifestante. En uno de los monólogos, Facu Díaz compara a Albiol con Donald Trump (“el presidente americano es como el líder del PP catalán, pero con gente que le vota”).

A un nivel más general se menciona la declaración de Mariano Rajoy en el juicio de la Gürtel, con la que bromean diciendo que se acordaba de lo mismo que ellos después de Nochevieja.

La coincidencia entre ambos programas sobre el tratamiento del PP está en la debacle electoral que se prevé en las encuestas. Sin embargo, en *El Intermedio* se destacan otras críticas negativas al partido a nivel estatal como al Ministro de Interior, Juan Ignacio Zoido, por pasar demasiado tiempo en Andalucía. También se recuerda el conflicto por el Estatut como el motivo del inicio del auge independentista, atribuyendo ese error al PP. A su vez, se destaca negativamente el uso del “a por ellos” por parte de Albiol en el acto inaugural de la campaña catalana. En una muestra de humor blanco, se bromea con la rutina de Albiol por visitar diferentes mercadillos de Cataluña, así como por su poco seguimiento durante la campaña y la posible desaparición de su partido tras las elecciones.

Podemos concluir por tanto que el partido gobernante en España es uno de los protagonistas políticos que recibe mayores críticas por parte de ambos programas. La única diferencia reside en el tipo de humor empleado en cada caso.

En el caso de **Ciudadanos**, encabezado en Cataluña por Inés Arrimadas, encontramos diferencias similares a las del tratamiento del PP por parte de ambos programas. Nuevamente en *NTMEP* se hace uso del humor negro para hacer referencia al consumo de estupefacientes por parte del partido naranja. Facu y Miguel bromean con que la victoria de Ciudadanos signifique que una consejería vaya para Silvia Charro y Simón Pérez, conocidos por el fenómeno viral de un vídeo donde aparecían presuntamente drogados. Este tipo de humor difícilmente podría realizarse en un programa televisión de prime-time. Además, Miguel Maldonado bromea con el último escaño que el partido ganó en directo, y como Albert Rivera hubiera preferido quedarse en 36, además de añadir que el partido está en tendencia alcista (a la vez que hace un breve gesto con la mano similar al nazi).

En una de las pocas muestras de humor blanco de *NTMEP*, Facu se compara con Albert Rivera al decir que él es catalán y que lo repite tanto como el líder de Ciudadanos. Sin embargo, una gran parte del humor de *NTMEP* es humor negro, algo posible debido a su emisión vía online y no en una cadena de televisión de amplio alcance como es La Sexta.

Aunque en *El Intermedio* no vemos tal nivel de críticas a Ciudadanos, sí que encontramos algunas. Entre ellas una por ser el partido que más gasta en campaña, así como por su oportunismo a la hora de buscar el voto andaluz en Cataluña por la inclusión de una chirigota en un acto de campaña. En contraste con el humor de *NTMEP*, El Gran Wyoming bromea de forma sexista sobre Inés Arrimadas y dice que “quiere tener un tipín como el suyo”, pero no encontramos humor negro ni referencias similares a las que hacen Facu y Miguel.

Es importante destacar, además de las referencias a los diferentes bloques de partidos, otros temas donde se ven las diferencias notables entre ambos programas.

Una de ellas tiene lugar antes de comenzar el monólogo habitual cuando Facu Díaz, hace referencia al chat del streaming por el cual se puede ver el programa, y cómo es habitual que los espectadores escriban alabanzas a líderes clásicamente asociados a la izquierda comunista como Josef Stalin. A pesar del cariz irónico que pueden tener dichos comentarios, muestra desde un primer momento el nicho de mercado al que se dirige el

programa: Un espectador de ideología de izquierdas que no está representado en los medios tradicionales. Es por ello que se realizan muchas bromas con referencias políticas que son entendidas por un público debidamente informado sobre las mismas, algo que probablemente no ocurriría si se hicieran en *El Intermedio*. Es el caso de una referencia a la peluca que Santiago Carrillo usó al intentar volver a España, algo que en una televisión generalista quizás debería ser explicado o no sería entendido por una parte de la audiencia.

Este nicho de mercado que es la izquierda no representada se puede ver en el uso de una terminología asociada a este espectro. Durante el monólogo, Facu comenta varias noticias: Entre ellas una sobre las condiciones económicas de los asalariados en España a la cual responde con un término también asociado a la izquierda comunista (“Breaking news: Vamos perdiendo la *lucha de clases*”).

El antifascismo es otra de las características que podemos encontrar en ambos programas y que los vincula claramente a una ideología de izquierdas. Antes de finalizar uno de los monólogos, Facu hace referencia a una noticia argentina donde se condena a cadena perpetua a dos exmilitares de la dictadura, para relacionarlo con la impunidad en España con criminales similares como Billy El Niño. De esta forma termina con un comentario que sería impensable oír en la televisión española en prime-time: “Para ver a los criminales franquistas sentados frente a un juez hay que esperar a que tengan comida familiar”, denunciando de esta forma las relaciones de poder existentes entre los estamentos que antes pertenecían a la élite franquista.

Sin embargo, *El Intermedio* también es reconocidamente antifascista, como se ha podido comprobar a lo largo de los años con varias secciones dedicadas a entrevistar a personas con familiares desaparecidos, como fue el caso de Ascensión Mendieta⁷, que finalmente pudo dar una sepultura digna a su padre.

Por si no fuera suficiente para entender el espectro ideológico de *NTMEP*, durante uno de los noticiarios hablan sobre la monarquía de forma irónica, mostrando los presentadores una tendencia hacia el republicanismo, que es otra seña de identidad de la izquierda. Uno de los presentadores comenta sobre la cercanía de los monarcas con el pueblo (“a mí me da que están más cerca de Billy El Niño que de nosotros”). Dicha característica también

⁷ <https://www.youtube.com/watch?v=YfwmsZ0XNmg> El Intermedio concede un premio a Ascensión Mendieta por su lucha para recuperar los restos de su padre.

puede ser encontrada en *El Intermedio*, donde a menudo han dado voz a diferentes personas con ideas republicanas.

La crítica a los medios de comunicación de masas es habitual durante los diferentes programas de *NTMEP*, donde se bromea bastante con el diario El País. Se ridiculizan los artículos donde hablan de la pobreza como si fuera algo cool (“Os traigo nueve trucos para calentar tu casa sin usar la calefacción: El socialismo. Se acabó”), su similitud con el ABC (“solo les diferencia que uno tiene grapas) y la portada de los resultados de las elecciones catalanas que tuvo que ser modificada porque inicialmente daba a entender que Ciudadanos podría gobernar (“El País, el BOE de Ciudadanos”). Esto deja ver que una plataforma online da una mayor facilidad a criticar otros medios de comunicación al no existir relaciones entre ambos. Algo así sería muy difícil de darse en un programa como *El Intermedio*, emitido en un grupo de comunicación como es Atresmedia, que a su vez pertenece al Grupo Planeta. Esta situación da lugar a que *El Intermedio* comparta dueños con el periódico La Razón, de tendencia conservadora y cercana al PP.

Pese a ello si hemos visto ejemplos de *El Intermedio* criticando otros medios de comunicación, pero solo aquellos que se encuentran declaradamente a la derecha del resto como pueden ser Intereconomía (a quienes engañaron filtrando un vídeo falso) o 13TV (cadena que les prohibió usar imágenes suyas en el programa).

Centrándonos en el tipo de humor que usan *NTMEP* y *El Intermedio*, parece bastante claro que la principal diferencia es el uso de humor negro. Mientras que internet permite sobrepasar los límites con una mayor facilidad, en televisión esto podría acarrear problemas si un chiste se descontextualiza y es por ello que los guionistas del programa pueden tener más reparos en hacerlos. No sin razón, pues Dani Mateo fue denunciado por ofensa a los sentimientos religiosos por referirse a la cruz del Valle de los Caídos como “esa mierda”. Sin embargo dicha querrela fue archivada por el juez al no ver indicio de delito. Una situación similar podría ocurrir si *NTMEP* se emitiera en televisión, puesto que como hemos recopilado en este trabajo, hay bromas que traspasan los límites de una forma mucho más flagrante pero que al ser consumido solamente por un público que acude al producto expresamente no tiene ese riesgo de ofenderse por el tipo de humor empleado.

Otro de los motivos de este mayor traspase de los límites del humor se debe a que los guionistas de *NTMEP* son los propios presentadores, Facu y Miguel, junto a Juan Losa y

Javier Durán, mientras que *El Intermedio* cuenta con un equipo de quince guionistas, coordinado por el director y productor ejecutivo del programa Miguel Sánchez Romero (El Club de la Comedia, Noche Hache o 59 Segundos), que le escriben a los presentadores lo que deben decir durante la emisión. Además cuenta con un equipo de periodistas de redacción que asesoran a los guionistas en la parte informativa. El funcionamiento de dicho equipo es el que diseña lo que va a suceder en todo el programa, excepto en la sección de Gonzo, que sí escribe sus propios textos.

Una vez analizados las emisiones correspondientes de ambos programas, y para entender mejor las similitudes y diferencias entre ambos, hemos realizado unos gráficos comparativos donde se muestra el porcentaje de cada tipo de humor y las referencias negativas que recibe cada partido político.

Para ello hemos dividido en cuatro los tipos de humor que principalmente aparecen en ambos programas, como ya hemos explicado en el marco teórico: Humor blanco, humor negro, humor satírico y humor absurdo. En el caso de *NTMEP*, han sido un total de 29 ítems entre los cuales nueve corresponden al humor satírico, ocho al blanco, siete al negro y cinco al absurdo. En cuanto a *El Intermedio*, hemos recopilado 31 ítems, de los cuales doce han sido humor blanco, diez de humor satírico, siete de humor absurdo y solo uno de humor negro.

De esta forma hemos configurado los siguientes gráficos comparativos:

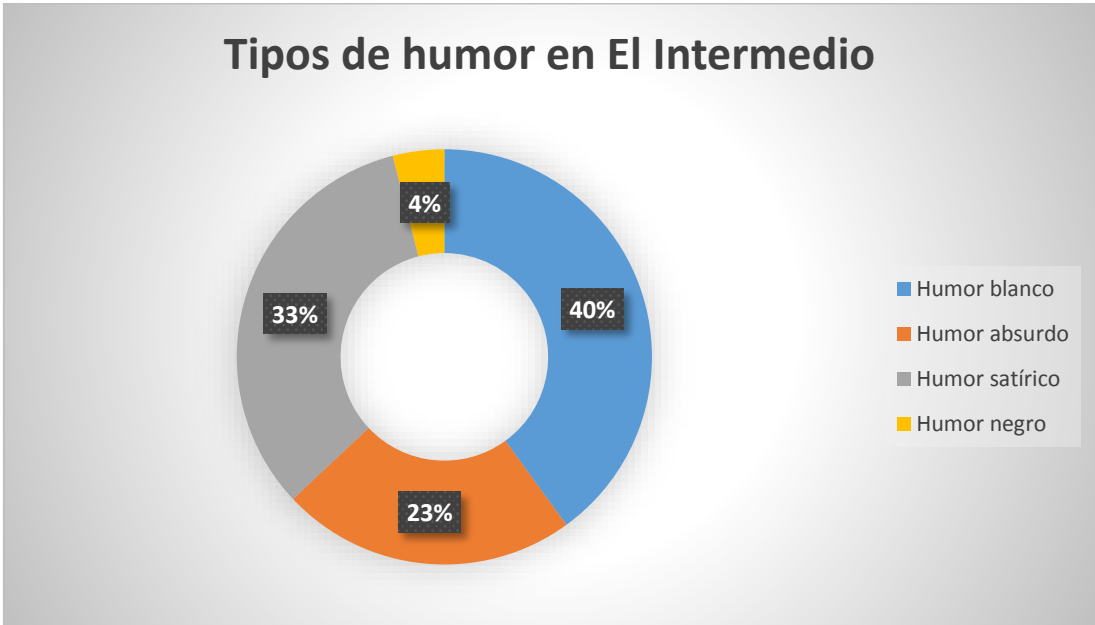
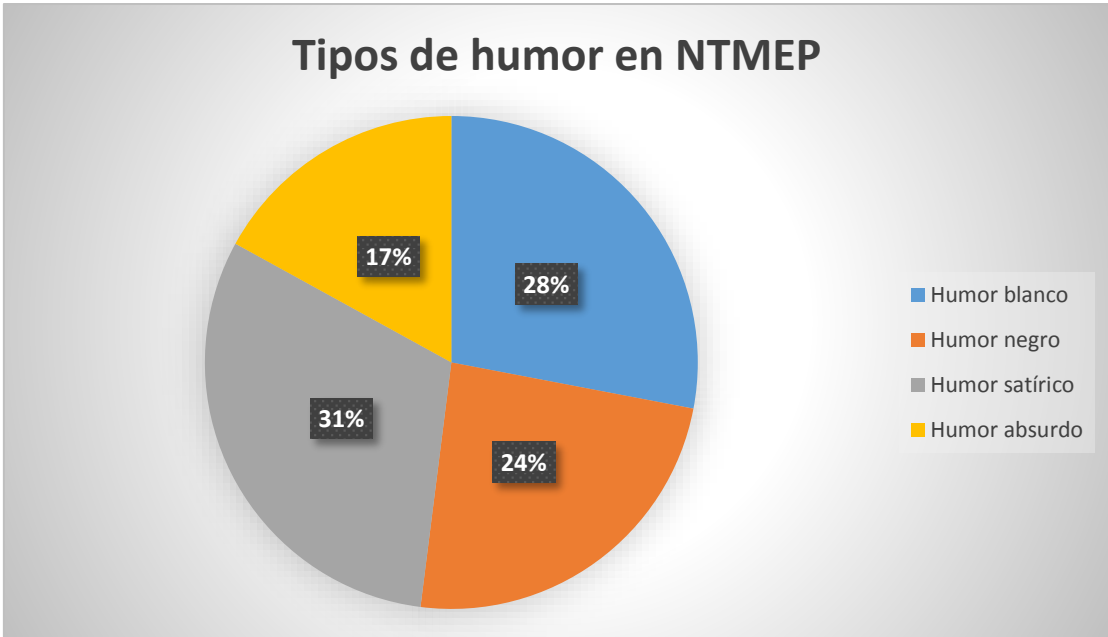


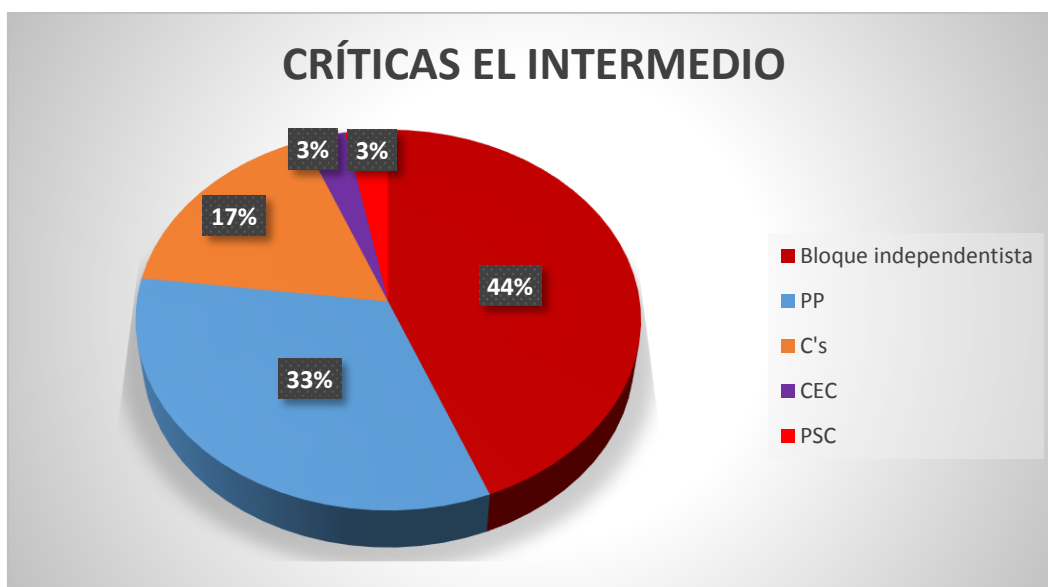
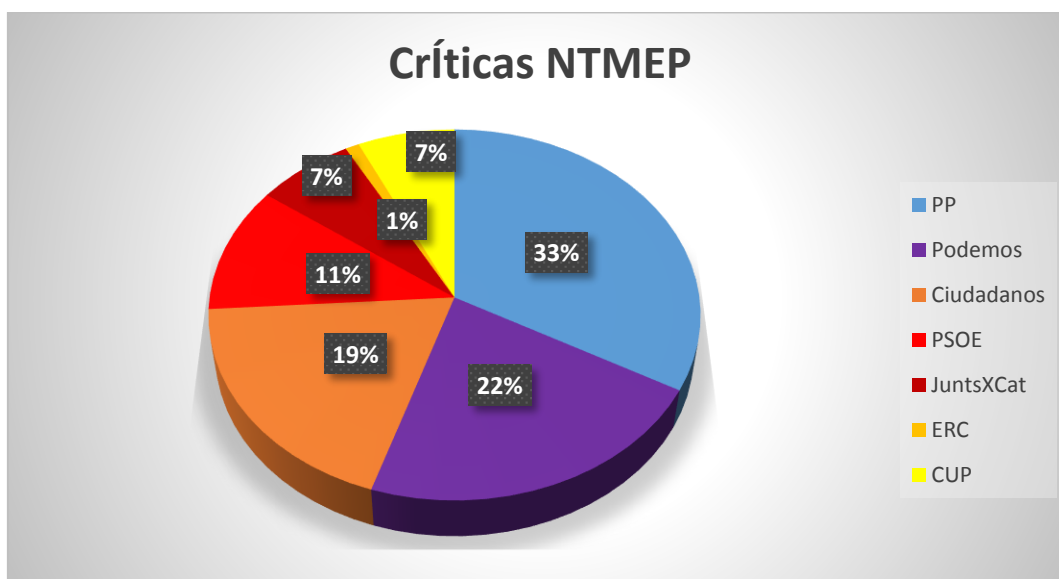
Gráfico 1 y 2. Diferentes tipos de humor en NTMEP y El Intermedio

Fuente: Elaboración propia

Los gráficos dejan claro que el uso del humor negro en un formato en máxima audiencia como es *El Intermedio* es prácticamente inexistente, todo lo contrario de lo que ocurre en *No Te Metas en Política* donde los límites se transgreden con una mayor facilidad.

Respecto a las críticas dirigidas a los diferentes líderes y partidos políticos, hemos recopilado todas y cada una en función del partido al que se dirige. En el caso de *El Intermedio*, las dirigidas al bloque independentistas no se diferencian por partidos ya que el propio programa no lo hace, al contrario de lo que ocurre en *No Te Metas en Política*

donde no tratan al bloque de forma unitaria. En total hay 28 ítems en *NTMEP* y 30 en *El Intermedio*, siendo el mayor blanco del programa de Facu y Miguel el PP con nueve de estas referencias, le sigue CEC con seis, Ciudadanos con cinco, PSOE con tres, la CUP y JxCat comparten el penúltimo puesto con dos y ERC solo recibe una. En el caso de *El Intermedio*, el bloque independentista que engloba a JxCat, ERC y la CUP recibe trece de las críticas, el PP se lleva diez, Ciudadanos cinco y las dos restantes se reparten entre PSOE y CEC. Por lo tanto los gráficos quedan de la siguiente manera:



Gráficos 3 y 4. Críticas a los diferentes partidos políticos en NTMEP y El Intermedio.

Fuente: Elaboración propia.

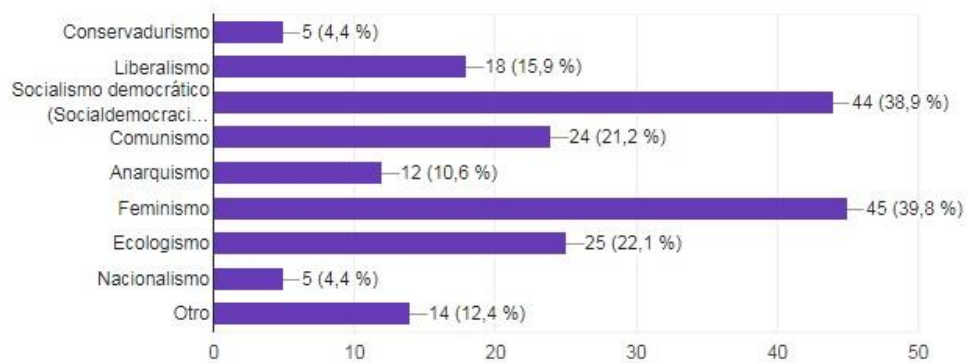
Como ya hemos mencionado en el análisis, sorprende ver como *NTMEP* no teme ahuyentar a su propia audiencia haciendo sorna de los partidos de izquierdas, con quienes son tan críticos como con los del espectro ideológico contrario. Por el contrario, en *El Intermedio* los que salen mejor parados frente a las críticas se corresponden con aquellos partidos con los cuales la audiencia se siente mejor representado si tenemos en cuenta el público al que se dirige una cadena como La Sexta. Esto es, PSC y CEC apenas son los protagonistas del humor y cuando lo son, este no suele ser en forma de crítica mordaz como ocurre con el bloque independentistas (Junts Per Catalunya, Esquerra Republicana de Catalunya y Candidatura d'Unitat Popular) y con el resto de partidos unionistas (PP y Ciudadanos).

Para comprobar el consumo por parte de los jóvenes de este tipo de formatos hemos realizado una encuesta donde además de preguntar datos básicos como la edad, sexo y el nivel de estudios, nos hemos centrado en conocer la ideología con la que el encuestado se siente más identificado, así como su posición respecto al eje izquierda-derecha. Han sido 113 los encuestados, de los cuales un 43,4% han sido mujeres y un 56,6% hombres. El 81,4% de los mismos son universitarios, por lo que la mayor parte de los encuestados oscilan entre los 21 y 22 años, concretamente un 46%.

Del total de los 113 encuestados, la opción más seleccionada ha sido la de feminismo como ideología preponderante. La segunda opción es la de socialdemocracia, seguida ya de bastante diferencia por el ecologismo, el comunismo y el liberalismo. Cabe destacar también que en esta pregunta era posible seleccionar más de una opción, por lo que se han dado algunos casos donde esto ha ocurrido, aunque la mayoría ha elegido solo una de entre todas. Las dos opciones que más se han escogida juntas han sido la feminismo y ecologismo. Respecto al eje, está bastante claro que el peso recae sobre los números que representan a la izquierda, siendo el 0 y el 2 las opciones más escogidas, seguidos del 3, el 5 y el 4. Obviamente, la muestra no puede ser representativa del conjunto de jóvenes, pero si puede darnos una idea de la tendencia que existe actualmente entre estos.

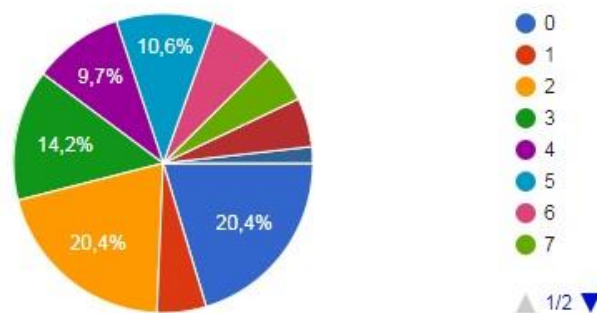
¿Con cuáles de estas ideologías se siente más identificado?

113 respuestas



Si el 0 representa a la izquierda y el 10 la derecha, en que número se posicionaría

113 respuestas



Gráficos 1 y 2, correspondientes a las preguntas de la encuesta centradas en conocer la ideología.

Fuente: Elaboración propia.

Una vez conocida la ideología de los encuestados, preguntamos acerca del interés que los jóvenes tienen por los formatos de humor político. A pesar de la más que habitual representación de la juventud como un colectivo desinteresado en la política, los resultados muestran que la mitad consume este tipo de programas y responden mayoritariamente con diversos ejemplos que van desde los dos programas analizados en este trabajo (*El Intermedio* tiene el mayor número de respuestas y *NTMEP* el tercero), a otros formatos que a priori no serían considerados de humor político, como es el caso del programa de radio *La Vida Moderna* o del late night *La Resistencia*. Otra de las respuestas más habituales ha sido la de *Polònia*, de TV3.

¿Consumes programas de humor político?

113 respuestas

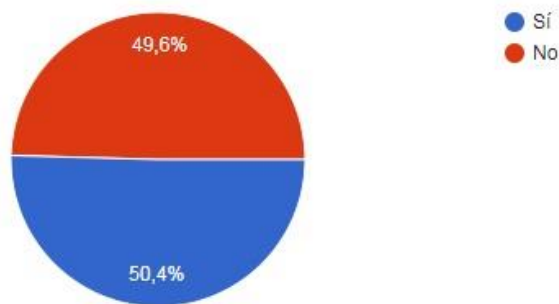


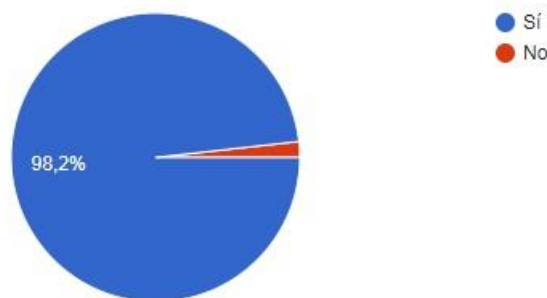
Gráfico 3. La mitad de los encuestados reconoce consumir formatos de humor político.

Fuente: Elaboración propia.

Respecto a la diferencia entre el grado de conocimiento entre ambos programas, la encuesta solo ha constatado la hipótesis que sostenemos: *El Intermedio* es un programa ampliamente conocido por los encuestados, casi de manera unánime, y *NTMEP* sigue siendo un formato nicho, ya que incluso entre su público objetivo obtiene un porcentaje bajo. Dicho porcentaje sería aún menor si preguntáramos en una franja de edad más elevada.

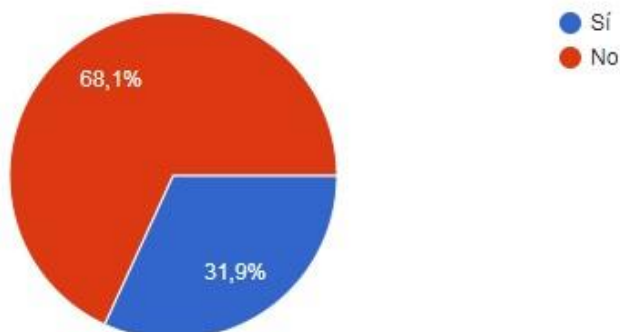
¿Conoce El Intermedio?

113 respuestas



¿Y No Te Metas En Política?

113 respuestas



Gráficos 4 y 5. Diferencia del grado de conocimiento entre los encuestados de los dos formatos analizados.

Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, la encuesta preguntaba sobre la relación entre estos dos formatos y una ideología concreta. La mayoría de las respuestas coinciden en que dicha relación existe, y también están de acuerdo en que se dirige a un público de izquierdas. Cincuenta de las respuestas mencionan explícitamente este término, mientras que el resto de las mismas se decanta por otros términos como la socialdemocracia o el socialismo.

Por lo que entendemos que los encuestados consumen estos formatos siendo conscientes de dicha relación, ya sea porque no les influye o porque se sienten identificados por la misma. Teniendo en cuenta que la mayor parte de los encuestados se sitúan ideológicamente en el mismo espectro, no es de extrañar que consuman ambos programas por su afinidad ideológica.

Asocia estos programas a una ideología concreta

113 respuestas

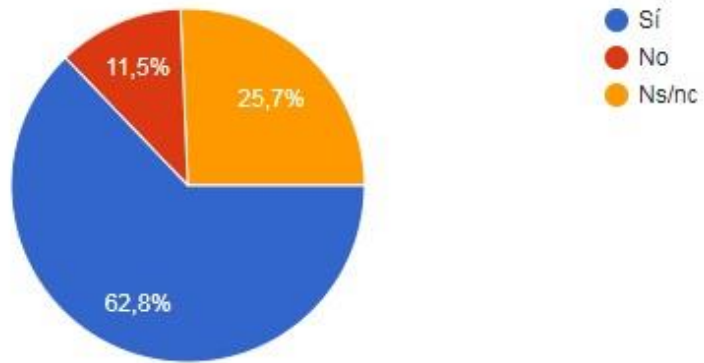


Gráfico 6. Los encuestados asocian estos programas a una ideología concreta, específicamente de izquierdas.

Fuente: Elaboración propia

Conclusiones

El uso del humor comienza a estar más presente en el panorama político español. Los formatos de *satire news*, así como otros tipos de programas que empiezan a proliferar en televisión, ayudan a que los políticos se desprendan de ciertos prejuicios respecto al uso del humor en campaña. Sin embargo, habrá que ver hasta qué punto son capaces de integrarlo como algo habitual de su comunicación en lugar de esperar a acudir a estos formatos donde tienen que adaptarse de forma necesaria.

Tanto el análisis realizado del programa como la encuesta nos llevan a concluir que, tal y como formulamos en las hipótesis de este trabajo, existen diferencias notables en el tipo de humor empleado por ambos formatos. Esto se debe claramente al alcance masivo que tiene un programa emitido en televisión como es *El Intermedio*, frente a otro que cuenta con un público más reducido al emitirse en internet. El uso de humor negro es una de las características fundamentales de *NTMEP*, mientras que en *El Intermedio* es mucho más complicado encontrar ejemplos de este tipo de humor.

Además, las críticas de ambos programas no se dirigen a los mismos sectores. *NTMEP* no evita los chistes con la izquierda, pese a ir dirigido a un público mayoritariamente de este sector. Esta capacidad de autocritica no es tan evidente en *El Intermedio*, donde los ejemplos durante la campaña catalana han sido menores en comparación.

Respecto a la existencia de formatos de derechas, la contextualización realizada nos ha ayudado a comprobar que frente a los muchos ejemplos de programas de humor político de izquierdas, encontramos pocos que se definan abiertamente de derechas. Los pocos ejemplos a su vez han sido abiertamente criticados en numerosas ocasiones, lo que puede hacer más complicado que las cadenas generalistas se atrevan a apostar por una línea ideológica de este tipo.

La plataforma donde se emiten ambos programas analizados es un elemento esencial a la hora de tener en cuenta las diferencias mencionadas. La mayor libertad proporcionada por internet es lo que da lugar a que un formato como *NTMEP* exista y no posea las restricciones habituales que se dan en televisión.

Finalmente, la encuesta realizada muestra que los jóvenes se interesan por este tipo de formatos debido a su afinidad ideológica y su interés por la política.

Será interesante comprobar como en los próximos meses estos formatos tendrán que adaptarse a las nuevas circunstancias políticas, ya que en los últimos años habían contado con un gobierno conservador sobre el que hacer humor. El panorama actual puede hacer que el público objetivo de ambos programas rechace las bromas al ser sobre un gobierno ideológicamente más cercano, o demostrar que las personas que consumen estos formatos no se ven afectados por esto y siguen viéndolos igualmente.

Referencias bibliográficas

Bergson, Henri (1986): La risa. Ensayo sobre la significación de lo cómico. Madrid, Espasa-Calpe Colección Austral.

Blumenthal, Sidney. (1980): The permanent campaign: inside the world of elite political operatives. Boston: Beacon Press.

Canel, María José (1999): Comunicación política. Una guía para su desarrollo y práctica. Madrid. Tecnos. p. 17-27.

Demers, David. 2005. Dictionary of Mass Communication and Media Research: A Guide for Students, Scholars and Professionals. Spokane, WA: Marquette Books.

Eugenia Gutiérrez, M^a (2015): De la risa ilustrada a la sátira mediática. Discursos y prácticas del disenso en tiempos de crisis. p. 17-25

Eulau, Eldersveld y Janowitz (1995): Political Behaviour. A Reader in Theory and Research.

Fitzpatrick, John (2008). "The SNL Effect: 'Saturday Night Live' Political Skits Make Real Impact on Voters". Reuters. Thomson Reuters.

Fox, Julia R., Koloen, Glory and Sahin, Volkan (2007). "No joke: a comparison of substance in The Daily Show with Jon Stewart and broadcast network..." Journal of Broadcasting & Electronic Media.

Laguna, Antonio. 2011. "Liderazgo y comunicación. La personalización de la política". Análisis. N° 43: 45-57.

Mancini, Pablo. 1995. "Americanización y modernización. Breve historia de la campaña electoral" en MUÑOZ, A. y ROSPIR, J. (eds.). Comunicación política. pp 141-168. Editorial Universitas, S.A. Madrid (España).

Martínez Pandiani, Gustavo. 2006. "El impacto de la televisión en la comunicación política moderna". Signos Universitarios. Vol. 25. N° 01:69-88.

Llera Ruiz, José Antonio (2003): Una historia abreviada de la prensa satírica en España: desde El Duende Crítico de Madrid hasta Gedeón. Estudios sobre el mensaje periodístico.

National Annenberg Election Survey, "Daily Show viewers knowledgeable about presidential campaign, National Annenberg Election Survey shows".

Noelle-Neumann, Elisabeth (1977): La espiral del silencio. Opinión pública: Nuestra piel social.

Núñez, A. (2007). ¡Será mejor que lo cuentes! Los relatos como herramientas de comunicación (Storytelling). Barcelona: Empresa Activa.

Pasquino, G. (1990): «Liderazgo y Comunicación Política». Revista Psicología Política. Nov. (1). p. 65-85.

Radunski, Peter (1999). "Management de la comunicación Política. La americanización de medios de comunicación". Globalización, democracia y medios de comunicación. Buenos Aires. Centro Interdisciplinario de estudios sobre el Desarrollo de América Latina (Ciedla). p. 179-198.

Reinemann, Carsten, James Stanyer, Sebastian Scherr, and Guido Legnante. 2012. "Hard and Soft News: A Review of Concepts, Operationalizations and Key Findings." Journalism 13(2): p. 221–239.

Sanchez Medero, Rubén (2016): Comunicación política. Nuevas dinámicas y ciudadanía permanente. Madrid. Tecnos. p. 21-32; p. 133-148; p. 149-167.