



**Universidad**  
Zaragoza

# Trabajo de Fin de grado

Análisis comparativo de *Late Motiv* y *Las que faltaban* desde una perspectiva de igualdad

Comparative analysis of *Late Motiv* and *Las que faltaban* from an equality perspective

Autora

María Aznar Yubero

Directora

María Gómez y Patiño

Grado en Periodismo

Facultad de Filosofía y Letras

2020

## RESUMEN

La parrilla televisiva ofrece una multitud de formatos, que incluye el *late night*. Esta franja horaria que tradicionalmente ha sido dominada por los hombres acoge en 2019 la llegada del primer *late* creado y dirigido por mujeres, *Las que faltaban*. El presente trabajo tiene por objeto hallar diferencias sustanciales entre este novedoso programa y *Late Motiv*, un *late night* dirigido por hombres, para evidenciar si la igualdad de género todavía es una tarea pendiente. Para ello, se elabora un análisis comparativo entre ambos espacios y se toman como muestra tres emisiones de cada uno. Primeramente, se estudian las características del formato y después se realiza un análisis del discurso, que atiende a las temáticas abordadas e intención, lenguaje y humor empleados. En conclusión, es positiva la creación de programas que apuesten por un formato renovado, difusor de ideas feministas y con mujeres al mando, ya que en *Late Motiv* esto no tiene cabida; prueba de la falta de equidad todavía existente.

**Palabras clave:** igualdad, infoentretenimiento, *late night*, *Late Motiv*, *Las que faltaban*

## ABSTRACT

The television guide offers a multitude of formats, including late night. This time slot that has traditionally been dominated by men welcomes in 2019 the arrival of the first show created and directed by women, *Las que faltaban*. The present work aims to find substantial differences between this new program and *Late Motiv*, a late night directed by men, to show whether gender equality is still a pending task. To do this, a comparative analysis is made between both spaces and three emissions from each are taken as a sample. First, the characteristics of the format are studied and then a discourse analyse is carried out, which attends to the topics addressed and the intention, language and humor used. In conclusion, the creation of programs that bet on a renewed format, diffusing feminist ideas and with women in charge is positive, since in *Late Motiv* this has no place; proof of the lack of equity still existing.

**Key words:** equality, infotainment, late night, *Late Motiv*, *Las que faltaban*

# ÍNDICE

1. Introducción .....	1
2. Marco teórico .....	2
2.1. Un nuevo género: el infoentretenimiento .....	2
2.2. Aproximación al término <i>late night show</i> .....	4
2.3. Evolución del <i>late night</i> en España.....	7
2.4. Un formato dominado por hombres .....	8
3. Hipótesis.....	10
4. Objetivos .....	10
5. Metodología .....	11
A. <i>Late Motiv</i> .....	12
B. <i>Las que faltaban</i> .....	13
6. Análisis de resultados.....	14
1) Cuadro resumen del análisis del formato .....	14
2) Cuadro resumen del análisis del discurso.....	15
A. <i>Late Motiv</i> .....	16
A.1. Introducción.....	16
A.2. Monólogo .....	16
A.3. Colaboradores.....	18
A.4. Plató.....	21
A.5. Banda en directo.....	21
A.6. Entrevista a invitado/as .....	22
A.7. Interactividad con el público .....	24
B. <i>Las que faltaban</i> .....	25
B.1. Introducción.....	25
B.2. Monólogo.....	26
B.3. Colaboradores .....	28
B.4. Plató.....	30
B.5. Banda en directo .....	31
B.6. Entrevista a invitado/as.....	31
B.7. Interactividad con el público .....	33
7. Conclusiones .....	34
8. Bibliografía.....	36

## 1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad el debate del feminismo ha cobrado más relevancia a nivel global y genera una importante polémica en la esfera pública. En el año 1975, señalado por la ONU como Año Internacional de la Mujer, se decretó en todo el mundo el 8 de marzo como “Día Internacional de la Mujer Trabajadora” o “Día Internacional de la Mujer”. (Fernández, 2019) La web de Naciones Unidas (ONU, 2020) lo define como un evento “para reflexionar acerca de los avances logrados, pedir más cambios y celebrar la valentía y la determinación de mujeres de a pie”. La revolución feminista, revolución que según la periodista Alma Guillermoprieto (2020) puede considerarse uno de los hitos históricos contemporáneos, ha marcado esta última década con las manifestaciones multitudinarias del #8M (Fernández, 2019) o la viralización en redes de los movimientos #MeToo o #NiUnaMenos (Lacombe, 2019). Este asunto también ha suscitado mucho interés en el ámbito académico y numerosas investigaciones han tratado y avanzado mucho en la materia. En este sentido, no es de extrañar que se aborde la temática de género como objeto de investigación.

Es una cuestión que afecta a todos los ámbitos: laboral, social, económico, etc, y no queda exenta la profesión periodística. En el panorama televisivo las mujeres de las últimas décadas han ganado gradualmente mayor espacio y protagonismo en los programas en antena. De puestos secundarios a conductoras de programas o informativos. En cambio, su imagen y su papel sigue determinado por el sistema patriarcal (García Estévez, 2012). En su obra, Simone de Beauvoir puntualizó que la mujer era “la otra”, alguien diferente al hombre con quien no existía equidad porque a este se le permitía progresar, emprender proyectos fuera de casa y superarse y, al contrario, la mujer no podía prosperar ya que quedaba limitada a las tareas domésticas (Bandrés, 2019).

Todavía en el siglo XXI hay espacios en los que se impone el hombre, en cambio, estos esquemas se están rompiendo. *Las que faltaban* llega a la televisión con la visión de la filósofa y activista Angela Davis que declara “no estoy aceptando las cosas que no puedo cambiar, estoy cambiando las cosas que no puedo aceptar” (Domínguez, 2019). El primer *late night* dirigido y creado por mujeres acerca humor y feminismo en un formato muy años en antena.

El presente trabajo tiene por objeto hacer un análisis comparativo, que atienda a las cualidades del formato y del discurso de estos programas con el propósito de hallar diferencias y similitudes entre ambos y comprobar si existe igualdad de género o si, por el contrario, hay contrastes relevantes que evidencien que esta cuestión todavía es un asunto pendiente.

## **2. MARCO TEÓRICO**

### **2.1. Un nuevo género: el infoentretenimiento**

Desde la década de los ochenta el contenido que ofrecen las parrillas televisivas está determinado por la creciente hibridación de géneros. Esto da lugar al nacimiento de nuevos formatos, entre los que predomina el infoentretenimiento (Mercado-Saéz, 2019). Krüger es el primer autor en utilizar el término *infotainment* (infoentretenimiento) en un estudio que realizó en el año 1988 sobre la televisión alemana. Este concepto nace de la combinación de dos géneros convencionales: información y entretenimiento, y evidencia la tendencia en el periodismo contemporáneo a disipar los límites entre conceptos generalmente distintos y hasta opuestos (Berrocal, Redondo, Martín y Campos, 2014). La aparición de este nuevo género se origina debido a un factor económico ya que “coincide con la expansión de la televisión privada frente la pública, y, derivado de ello, la necesidad de desarrollar estrategias para atraer a una audiencia masiva en un mercado altamente competitivo” (Berrocal, Redondo y Campos, 2012: 66). Los programas de infoentretenimiento suponen un gasto menor, por su temática y complejidad y además generan agrado en los televidentes. (Berrocal *et al*, 2012).

Según José Alberto García Avilés “el infoentretenimiento alude a la tendencia de los medios a presentar la información como espectáculo, cuya función principal es la de servir de gancho para captar y mantener audiencia” (García-Avilés, 2007: 51). Por tanto, el criterio de selección de contenidos se ve determinado por el impacto que suscita en la audiencia y no por la relevancia de la información o su rigurosidad (García Avilés, 2007). Algunos investigadores han fijado ciertos rasgos que deben poseer los contenidos televisivos para resultar atractivos al público y concluyen en que la espectacularización o el sensacionalismo son elementos que ayudan a conseguir un mayor índice de audiencia (Benaissa, 2012).

Por su parte, Salgado (2010:64) determina que el periodismo de entretenimiento se define según los escritos de García Avilés por las siguientes características: a) la elección de los temas se configura en base a criterios de entretenimiento; b) el fomento de la espectacularización de la vida privada de personas célebres; c) la utilización de elementos dramáticos; d) una escenificación con mayor dinamismo; e) la figura del comunicador adquiere un rol de guía que conduce a los espectadores.

En el panorama televisivo actual, el infoentretenimiento se puede presentar en tres tendencias paralelas: 1) En la integración dentro de los informativos tradicionales de las denominadas *soft-news* (noticias más “banales” o menores). 2) En la predisposición a tratar cuestiones más relevantes o serias en programas dedicados al entretenimiento del público. 3) En los programas de humor en los que parodian a los políticos o abordan temas más graves mediante chistes y burlas (Berrocal *et al*, 2012). Por tanto, es muy significativa la elección de los temas.

La proliferación de formatos de infoentretenimiento, caracterizados por el espectáculo, acercan la actualidad política a la audiencia (Vázquez-Sande, 2017). Berrocal (2003) define esta tendencia, denominada infoentretenimiento político (*politainment*) como el formato televisivo basado en el entretenimiento, que espectaculariza las cuestiones políticas a través del humor y la sátira, además de incluir la participación de líderes políticos desempeñando actividades inusuales. El tratamiento de la información política en este tipo de emisiones es “frívolo, superficial o espectacular” (Redondo, Ventura y Berrocal, 2020: 39). Además, la aparición del *politainment* en España es bastante reciente debido a la creencia de que la intervención de políticos en formatos dedicados al entretenimiento desacreditaba a estas figuras y degradaba su imagen de seriedad. En cambio, con ello se logra una mayor accesibilidad y cercanía con el público (Durántez-Stolle y Martínez-Sanz, 2019).

Sin embargo, este nuevo género televisivo, además de por su temática, se define por una cuestión estilística. Los programas de infoentretenimiento se distinguen por la preferencia de mensajes sencillos y emocionales (Labio Bernal, 2008) y la inserción de “sentimientos personales, tintes dramáticos o ingredientes cómicos” (Berrocal *et al*, 2012: 13). Según Lozano (2004) este género persigue aumentar espectacularidad y lo consigue con la aceleración del ritmo, un tono más intenso y dinámico en la voz del presentador, el uso de efectos de sonido y música dramática, la sucesión de planos cortos y rápidos que

proporcionan mayor énfasis en la información que ofrece. También se caracteriza por el factor sorpresa, la manifestación de la ambigüedad, el eufemismo en el mensaje transmitido, la personalización de las noticias y un acusado sensacionalismo (Llanos, 2019).

## **2.2. Aproximación al término *late night show***

En relación a esta tendencia al infoentretenimiento cabe citar que “la hibridación ha alcanzado a las propias definiciones; ya cuesta concretar qué es cada formato y ante qué espectáculo televisivo nos encontramos” (Salgado, 2010: 67) Por su parte, Luis Miguel Pedrero (2008) hace una categorización de los géneros televisivos y distingue dentro de los programas de entretenimiento, la categoría de humor porque “aunque se halla presente como parte de otros géneros, se materializa con entidad propia en los programas concebidos para suscitar la risa o la carcajada en el espectador” (Pedrero, 2008: 12). Otro de los géneros de entretenimiento que Pedrero fija son los llamados *talks show* que el autor define de la siguiente manera:

“Son programas basados en aquel “espectáculo” que se deriva de la conversación entre el conductor del espacio —un presentador con credibilidad probada ante la audiencia, aval que justifica su papel de interlocutor entre el espectador y su invitado— y un personaje con cierto prestigio que se somete a sus preguntas” (Pedrero, 2008: 15)

Esta fórmula televisiva experimenta un cambio en su terminología en relación con el horario de programación. Se habla de *late night show* cuando la emisión se efectúa durante la noche (Pedrero, 2008). El *late night* tiene su origen en la televisión estadounidense de los años 40. Hasta el momento, la radio servía como medio de entretenimiento para la audiencia y será el punto de partida de este nuevo formato. Jerry Lester, uno de los grandes cómicos de la época fue quién tuvo la idea de emitir un show televisivo durante la noche. De este modo, la televisión norteamericana incorporó a su programación una nueva franja horaria y con *Broadway Open House* nace el primer *late night* emitido de la historia y el génesis de este formato de entretenimiento. La cadena NBC estrenó el programa el 29 de mayo de 1950 a las 23:00, una combinación con tintes de show de variedades y de *talk show* que obtuvo gran popularidad. El mayor atractivo del programa era su presentador, Lester poseía un carácter carismático innato y su talento para las ironías y los chistes fueron clave para el éxito del *late night* (Salgado, 2006)

En cambio, este género se consolidó con la llegada a los televisores estadounidenses *The Tonight Show* el 27 de septiembre de 1954. Su fama viene dada en gran parte por su presentador, Steve Allen, quién según la revista Newsweek “es el padre del *late night*, el hombre que creó el formato *talk show* televisivo con el que nos vamos a la cama, el hombre que creó un paraíso de insomnes y el que cambió la televisión para siempre” (Alba, 2005).

*The Tonight Show* sirvió de precedente para definir los aspectos que en la actualidad identifican a este formato. De este modo, Alcaide (2019) registra unos rasgos comunes en todos los *late night shows*.

- *Franja horaria*: este tipo de programas tienen cabida por lo general los días entre semana en un horario comprendido entre las 23 y la medianoche y una duración que no suele superar los sesenta minutos. A partir de 1995, la emisión de *The Late Late Show with Tom Snyder* marcó las pautas de un nuevo tipo de programa, emitido pasada la medianoche y que recibe el nombre de *Late late night show*. Así, se ha consolidado como un nuevo formato que perdura en el tiempo y cuya internacionalización da cuenta de su éxito. En España, un ejemplo es *La Resistencia* de Movistar + que se emite tras *Late Motiv* de Andreu Buenafuente.
- *Monólogo inicial*: Dirigido por el presentador del programa y basado en un asunto candente de la actualidad pero llevado al humor y a la sátira. Se utiliza un tono irónico e incluso crítico y muchas veces también invita a la reflexión.
- *Plató*: casi sin decorado, únicamente con una mesa y una silla para el presentador, un sofá donde se sientan los invitados, tazas para beber agua y anteriormente también se contaba con un micrófono de mesa, pero ya no es frecuente. La ostentación tiende a evitarse para dar sensación de un espacio distendido.
- *Entrevista a una persona célebre*: los invitados (personas del mundo de la música, del cine, de la televisión, del deporte, etc.) suelen acudir para promocionar su último trabajo o algún tipo de producto. No hay ningún criterio fijado, pero se buscan personas que provoquen interés en la audiencia.
- *Colaboradores fijos o sidekick*<sup>1</sup>: el programa cuenta con distintas secciones dirigidas por otras personas, normalmente humoristas o personalidades que pertenecen al mundo del espectáculo o la comedia.

---

<sup>1</sup> Sidekick es definido como alguien que trabaja junto a otra, en un rango de menor importancia, sirviéndole como ayuda y apoyo. Cambridge Dictionary. (s.f.). Recuperado de: <https://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles/sidekick>

- *La banda*: el plató se completa con un grupo de música fijo que en cada programa toca la sintonía o entradilla musical y aporta ese toque musical. Sirven para animar el ambiente desde el principio y amenizar los parones al público presente. Siempre es música en directo.
- *Interactividad con el público*: se crea un especial vínculo con el público. La carcajada de los presentes y su participación en ciertas ocasiones se han convertido en una marca identitaria de los *shows* en directo.

Por otro lado, la figura del presentador en este formato merece un estudio individualizado. Según Llanos (2019) el comunicador de un *late night* se convierte en el centro de interés para el público, ya que se primará un contenido u otro por la manera en la que el presentador transmite la información.

Salgado y Campos (2010) registran una serie de cualidades comunes que poseen los presentadores de estos programas. Primero, su naturalidad y su impronta personal, que sirven de gancho para la audiencia; después su talento para improvisar, dado que el programa suele emitirse en directo el comunicador debe ser capaz de afrontar diversas situaciones. También, se identifican por la adopción del rol de coordinador del show, que controla los tiempos y dirige el espectáculo adaptándolo a su gusto y estilo, a través de un diálogo ágil y atractivo para mantener buenos índices de audiencia. A parte de eso, se les exige tener un carácter dinamizador, que haga entretenido el *show* y la capacidad para formar un ambiente distendido con el invitado; además de mostrarse empático y cercano en la entrevista.

El humor se erige como uno de los rasgos fundamentales en los presentadores. La función de los *late night* es entretener, y el sentido del humor es un elemento clave. Igualmente, la carcajada sirve para abordar temas políticos de la actualidad, pero con un tono amable y así estas cuestiones no parecen densas, sino más llevaderas (Llanos, 2019).

En su mayoría, los conductores del show son periodistas profesionales o personajes del mundo de la comedia que actúan como comunicadores. Así el presentador se integra dentro del espectáculo como un ingrediente más, y construye un personaje que se alza como un símbolo gracias a su destreza comunicativa y su posibilidad de adaptarse a diferentes registros, en vista de captar y fascinar a la audiencia. Cebrián Herreros (1998)

añade que no importa tanto su conocimiento periodístico sino su conexión con el espectador.

En el contexto actual, mantener la mirada fija en la pantalla del televisor es difícil de conseguir, la forma en la que un programa llama la atención del público supone la elección de un canal u otro para informarse y entretenerse. En este sentido, la figura del presentador es determinante y, asimismo, conformará la identidad del *late night*, ya que además de conducir el show, los presentadores llegan a ser los protagonistas de estos programas: por ejemplo, *El Intermedio* se identifica por el icónico Wyoming o *Late Motiv* el cual no sería igual sin Buenafuente (Llanos, 2019).

### **2.3. Evolución del *late night* en España**

La década de los noventa trajo consigo la aparición de nuevos formatos a la televisión española, como es el *late night*. En este marco, surgen otras cadenas privadas y de pago: *Cuatro*, *La Sexta* y *Canal+* y no solo se produce una ampliación de las parrillas, sino que en ellas desde entonces los programas de entretenimiento adquieren más relevancia. Varios de estos programas son parte de la historia de la televisión española y han servido de modelo para la representación actual del formato. Así, el *late night* cruzó el Atlántico y llegó a España en 1992 con *La noche se mueve*, el primer programa que siguió la fórmula norteamericana. Fue emitido en la cadena autonómica *Telemadrid*, con la dirección de José Miguel Contreras y Wyoming como presentador (Alcaide, 2019).

En cambio, este género no quedó consolidado hasta 1995 con la llegada a *Telecinco* de *Esta noche cruzamos el Missisipi*, el programa de Pepe Navarro. Con este *late show* se extiende en España otra manera de informar, con tintes sensacionalistas y una fuerte presencia del humor. A partir de entonces, proliferan las emisiones de infoentretenimiento, donde la actualidad y el humor convergen, y supone la creación de nuevos paradigmas televisivos (Gordillo et al., 2011). Paralelamente, la diversidad en cada sección con asuntos para mayores de 18 años supuso un hito en la televisión en directo de aquel entonces. Tras dos años ocupando las noches de la cadena, dejaría el relevo a Javier Sardá con *Crónicas Marcianas*, el *late night* más exitoso a nivel nacional. Esta emisión duró en antena hasta 2005 y supuso un cambio relevante en el imaginario colectivo, por lo que sus contenidos, referencias o sus propios colaboradores fijaban. Los aspectos que atendían en el programa se tornaban los más populares. Por el contrario, la persecución de lo extremo en los temas e incluso en la elección de los invitados se tradujo

finalmente en la pérdida de interés por parte de la audiencia (Ruiz Hervás, 2015). Después, le sucedieron otros espacios como *Noche Hache* o *Abierto hasta el amanecer*, que replicaron la estructura, pero renovaron los contenidos y apostaron por nuevas caras. La humorista Eva Hache se estrenaría como la primera mujer en dirigir un *late show* y pese a ser considerado uno de los programas más emblemáticos de *Cuatro*, por su buena acogida y su reconocimiento con un Premio Ondas perduró sólo tres temporadas en pantalla. El formato *late night*, aunque experimentó cambios, acabó por cansar a los espectadores (Blázquez, 2016). Con el paso del tiempo, tan solo ha mantenido su hueco en el horario nocturno Andreu Buenafuente. Su primer *late night*, *Buenafuente* es recordado como uno de los más importantes en nuestra televisión. Esta producción de *El Terrat* llegó a las noches de *Antena 3* en 2005 y dos años después dio un salto a *La Sexta*, permaneciendo en antena durante seis años. Este *show* estaba enfocado al humor y las entrevistas, muy similar al modelo estadounidense, pero al final los bajos niveles de audiencia y el desgaste pusieron fin al programa. En cambio, Buenafuente se convirtió en un *showman*, muy aclamado por el público y su trayectoria como presentador de *late night* continuó con otro nuevo programa para *La Sexta En el aire*. Pero tras dos años de emisión, no renovó para una tercera temporada. En la actualidad, el presentador continúa en las noches, pero esta vez en la cadena de pago *Movistar +* con *Late Motiv* (Blázquez, 2016).

#### **2.4. Un formato dominado por hombres**

En la industria audiovisual todavía se presenta a la mujer como “objeto de reclamo, subordinada al varón, insegura e inocente” (Morejón, 2012: 1242) y paralelamente, los hombres están representados en una categoría de tipo profesional o como sujetos de informaciones más significativas (Núñez Domínguez, 2008). En concreto, en los programas de entretenimiento, la representación de la mujer está condicionada por el contexto patriarcal que la rodea. Aunque la mujer esté presente en estos programas siempre queda postergada a un segundo plano frente al conductor del espacio televisivo. Por lo general, su aparición es mayoritariamente testimonial y de objeto de deseo (Morejón, 2012). Algo que se hace evidente en los concursos de televisión, donde las chicas que forman parte del programa se visten de manera ostentosa y su papel es principalmente de adorno (Núñez Domínguez, 2008), mientras que el presentador lleva el peso del programa, como se ve en *La Ruleta de la Suerte* de *Antena 3*.

Por su parte, en los programas dedicados al humor, la presencia de mujeres es cada vez más abundante, aunque todavía queda para estar en un marco de igualdad con el hombre dado que su participación está cargada de prejuicios patriarcales desactualizados. A la larga, los clichés determinan el imaginario colectivo y terminan por normalizar esta estereotipación, creando arquetipos femeninos y masculinos que no se asemejan a la realidad y fomentan la desigualdad de género (Morejón, 2012). De todos modos, según Ricart (2019) la inclusión de las mujeres en estos espacios televisivos como presentadoras o monologuistas, puestos ocupados tradicionalmente por hombres, supone un cambio que puede considerarse feminista, ya que marca el camino hacia la igualdad de género en este sector. En tanto, su participación conlleva una renovación del discurso humorístico, así nace el denominado “humor femenino o feminista”. Este término hace referencia a un nuevo humor que “lleva implícito en su discurso el dar voz a las realidades de las mujeres con tan escasa presencia en los discursos dominantes” (Ricart, 2019: 34) Asimismo, este humor integra un elemento de denuncia y crítica que, si bien es necesario, en ocasiones genera mayor seriedad, sin que esto provoque incomodidad en el público.

Al repasar los ejemplos de *late night* mencionados anteriormente, los hombres son en su mayoría quienes encarrilan este tipo de programas (exceptuando *Noche Hache*). En su estudio, García Aguilera (2019) establece que los espacios de infoentretenimiento de tipo magazín, no solo se distinguen por su horario de emisión, sino también por la figura del presentador. En los *late night* existe un denominador común: un presentador estrella, hombre de mediana edad, trajeado, con aire intelectual y por lo general atractivo. En cambio, en los magazines matutinos o incluso de la tarde, las mujeres conducen el programa (García, 2019). Según Gómez Martín (2006) existe una norma no escrita en televisión “mujeres de día, hombres de noche”. Pasado el horario *prime time*, los hombres toman la pantalla. Se observa en Estados Unidos con los presentadores Jimmy Fallon o David Letterman, que ya poseen un prestigioso lugar en la televisión norteamericana o con Buenafuente, y antes Pepe Navarro o Sardá en España. De este modo, también es destacable que en base a los audímetros y en lo referido al estudio del *target* según el sexo, en los magazines matinales y de tarde el público femenino es predominante. Mientras que, en los horarios de noche después del *prime time* se impone el público masculino (Gómez Martín, 2006). Esta brecha según la franja horaria propicia un cambio en los contenidos, que van dirigidos a ese segmento de mercado (Cuadros, 2012), lo que puede provocar mayor desigualdad.

En cambio, esta supremacía masculina en horario nocturno quiso ser derribada con un novedoso *late night* de Movistar+, *Las que faltaban* presentado por Thais Villa, junto a 7 mujeres y un único varón como colaboradores. Porque, como señaló Tina Fey, primera mujer jefa de guionistas en *Saturday Night Live*, es primordial dejar de estar en minoría para dar a conocer el talento femenino. Por ello, tiene que haber mujeres guionistas, creadoras, jefas y directoras que aporten excelentes ideas desde una nueva perspectiva, la de las mujeres (Movistar Plus, 2019).

Con este marco contextual, se va a proceder a continuación a la elaboración de un análisis comparativo de *Late Motiv*, el *late night* nacional modelo y *Las que faltaban*, que busca romper los estereotipos marcados por el propio formato llevando por bandera el feminismo.

### **3. HIPÓTESIS**

Para este trabajo se han planteado las siguientes hipótesis

1. ¿Existen diferencias en los aspectos formales de cada uno de los programas?

Se van a analizar los aspectos que caracterizan a un *late night* y observar las similitudes y diferencias entre los dos programas seleccionados.

2. ¿Existen diferencias en cuanto a las temáticas que aborda cada uno de los *late night*?

Se pretende comprobar si un espacio conducido por hombres aborda temáticas similares o no a las de un *late night* dirigido por mujeres. Así se podrá entender qué temas preocupan a cada programa desde una perspectiva de género.

3. ¿Existen diferencias en la intencionalidad del hablante, el registro lingüístico, el lenguaje y el humor empleado entre los dos casos seleccionados?

Se va a realizar un análisis del discurso a través de la visualización de las emisiones de los dos *late night* y se procederá a identificar si hay disparidad entre ambas.

### **4. OBJETIVOS**

El objetivo es analizar las posibles diferencias entre dos *late night shows*, uno conducido por un hombre (*Late Motiv*) y otro conducido por una mujer (*Las que faltaban*). En el pasado la mujer ha sido relegada en los espacios de humor, ya que se suponía que era un mundo para los hombres. En la actualidad, esto está cambiando y se están rompiendo los estereotipos tradicionalmente fijados para este tipo de programas.

Con este trabajo se pretende observar las diferencias y similitudes entre un programa cuya presencia masculina es predominante y otro cuya presencia femenina es mayoritaria. Por ello, se han planteado los siguientes objetivos:

- I. Comparar los dos programas seleccionados en base a las características del formato *late night* que propone Alcaide (2019), ya expuestas en el marco teórico.
- II. Analizar el contenido de cada uno de los *late night* escogidos, poniendo el foco en las temáticas que abordan y comprobar las diferencias y similitudes que existen entre ambos.
- III. Estudiar si existen diferencias en la intencionalidad del hablante, el registro lingüístico, el lenguaje y el humor utilizado en cada uno de los programas.

En líneas generales, se pretende concluir si hay aspectos diferenciadores significativos entre los espacios de infoentretenimiento televisivo que se dirigen por hombres y los que dirigen mujeres, atendiendo a la problemática de desigualdad de género.

## 5. METODOLOGÍA

Para comprobar o refutar las hipótesis planteadas se va a llevar a cabo una metodología cualitativa. De esta forma se va a realizar un análisis comparativo de dos programas de infoentretenimiento televisivo. La selección de estos no ha sido aleatoria, sino que se consideró llamativa la creación de *Las que faltaban*, por ser el primer programa de televisión creado y dirigido por mujeres, en horario nocturno y con el humor como protagonista. De este modo, se buscó un formato lo más similar posible, pero dirigido por hombres y el más acorde era *Late Motiv*. Principalmente por su franja horaria, aunque también por sus semejanzas en cuanto al formato, contenido, cadena y fecha de emisión. Se va a definir la muestra de modo que el programa A es *Late Motiv*, por ser el modelo clásico de *late night* y el programa B es *Las que faltaban* por ser un espacio novedoso.

Primeramente, se va a llevar a cabo un **análisis de la estructura del formato**. De este modo, se va a elaborar un cuadro resumen, que incluirá como características de análisis las definidas por Alcaide (2019), previamente mencionadas en el marco teórico, y otras variables que se han considerado relevantes. Con ello se observarán las diferencias y similitudes entre ambos programas de manera esclarecedora. Después, se comentarán de manera más extendida estos parámetros.

Después, se va a utilizar el **análisis del discurso** como método. Según Van Dijk (2002) esta técnica puede emplearse en todas las modalidades de investigación críticas que guardan relación con el uso de la lengua y la comunicación. En este caso, se justifica este análisis porque nos permite tratar de leer la sociedad, y en concreto, porque “el discurso y la comunicación son cruciales en el establecimiento, la legitimación y la reproducción del poder y la desigualdad” (Van Dijk, 1992: 5). En este análisis se va a atender al contenido que tratan en cada programa, es decir, los temas de interés. Además, va a estudiar el lenguaje, el tono y las formas de discusión que emplean cada presentador y colaborador de los programas comparados. Para ello, se van a seleccionar el monólogo, la entrevista y los colaboradores como parámetros a analizar, por ser los apartados que mayor peso tienen en los *late nights*. Primeramente, se va a elaborar un cuadro resumen, donde se incluyen los aspectos más relevantes y permite comparar ambos shows de forma ilustrativa. Y después, se detallarán de manera más extensa.

Para el objeto de estudio se han seleccionado tres emisiones de cada uno de los programas, ya que con la visualización de estos se considera que ya se obtienen resultados representativos. Como *Las que faltaban* solo cuenta con 24 entregas se ha creído conveniente seleccionar la muestra en base a su periodo de emisión.

### **A. *Late Motiv***

Para que la comparación sea lo más exacta posible, se han elegido como muestra los programas de *Late Motiv* más cercanos a la fecha de emisión de los seleccionados en *Las que faltaban*. De este modo, se toman como objeto de estudio los siguientes programas, que han sido enumerados para facilitar su mención en el trabajo.

- A1. Emisión del 13 de marzo de 2019
- A2. Emisión del 6 de junio de 2019
- A3. Emisión del 9 de diciembre de 2019

## ***B. Las que faltaban***

Este espacio solo cuenta con 24 entregas, y como ya se ha mencionado se ha elegido la muestra en base a su periodo de emisión. En primer lugar, se ha elegido el programa piloto, es decir la primera emisión del *late night* ya que así se podrá observar qué expectativas y objetivos plantean, atendiendo a la cuestión de género. Después, un programa emitido en la mitad de su periodo de emisión para estudiar con mayor perspectiva como se desarrolla el show. Y, por último, se ha tomado como muestra un programa emitido en la segunda y última temporada, en una de sus últimas proyecciones. Así, se podrá tener una visión lo más amplia posible de los aspectos que definen al programa.

Para que sea más sencillo el tratamiento de estas emisiones se va a establecer una enumeración para cada uno de ellos.

- B1. Emisión del 15 de marzo de 2019
- B2. Emisión del 7 de junio de 2019
- B3. Emisión del 8 de diciembre de 2019

A través de la visualización de estos espacios se va a realizar una comparación con el fin de hallar similitudes y diferencias entre los dos *late night*, e interpretar estas relaciones para extraer unas conclusiones.

## 6. ANÁLISIS DE RESULTADOS

### 1) Cuadro resumen del análisis del formato

<b>Nombre del programa:</b>	<b>LATE MOTIV</b>	<b>LAS QUE FALTABAN</b>
<b>Cadena de emisión</b>	#0 de <i>Movistar +</i>	#0 de <i>Movistar +</i>
<b>Fecha de emisión</b>	11/01/2016 – Actualmente	15/03/2019 – 15/12/2019
<b>Duración</b>	50 – 55 min	50 – 55 min
<b>Frecuencia de emisión</b>	De lunes a viernes	Viernes (1ª temporada) Domingo (2ª temporada)
<b>Presentador/a</b>	Andreu Buenafuente	Thais Villa
<b>Franja horaria</b>	23 – 00:05h	23 – 00:00h
<b>Nº de colaboradores hombres</b>	9	1
<b>Nº de colaboradoras mujeres</b>	2	8
<b>Monólogo</b>	1 monólogo Estructura clásica	2 monólogos: presentadora y una mujer cómica
<b>Plató</b>	Estética modelo clásico norteamericano	Más innovador, atrevido y colorido
<b>Banda de música</b>	Banda fija, componentes hombres. Músicos invitados de forma esporádica.	Artistas femeninas invitadas (1º y 2º temp) Dj Residente Annie Frost (2º temp)
<b>Entrevista a invitado/as</b>	Solo el 30% de los invitado/as son mujeres Estilo más clásico	Más del 80% entrevistadas mujeres (su objetivo) Más lúdica
<b>Interactividad con el público</b>	Conexión muy cercana con el público Constante participación	Búsqueda de complicidad con el público Menos partícipes del <i>show</i>

## 2) Cuadro resumen del análisis del discurso

	LATE MOTIV	LAS QUE FALTABAN
<b>MONÓLOGO</b>	<p>Crítica política</p> <p>Deja entrever su ideología</p> <p>Humor sarcástico e inteligente</p> <p>Lenguaje coloquial</p> <p>Interactividad con el público</p>	<p>Cuestiones feministas y temas personales</p> <p>Deja entrever su opinión y sus preferencias políticas</p> <p>Humor sarcástico</p> <p>Lenguaje inclusivo y un registro lingüístico coloquial</p>
<b>ENTREVISTA</b>	<p>100% entrevistados hombres</p> <p>Estructura más clásica</p> <p>Temas variados, alusión a la comunidad LGTB</p> <p>Tono más serio e informativo</p> <p>Lenguaje más formal</p> <p>Exhaustiva preparación previa</p>	<p>100% entrevistadas mujeres</p> <p>Más innovadora</p> <p>Introduce el feminismo y asuntos de carácter muy actual (redes sociales y diversidad sexual)</p> <p>Lenguaje <i>millennial</i></p> <p>Potencia el entretenimiento</p>
<b>COLABORADORES</b>	<p>Temas diversos pero fuerte presencia de la política</p> <p>Humor sarcástico, excepto Javier Coronas que emplea un humor absurdo y estrafalario</p> <p>Lenguaje coloquial (Coronas emplea vulgarismos)</p> <p>Visibilidad del colectivo LGTB gracias a Bob Pop</p>	<p>Feminismo y temas más juveniles y relacionados con las redes sociales</p> <p>Humor feminista y tono reivindicativo y crítico</p> <p>Susi Caramelo utiliza un humor más obsceno</p> <p>Lenguaje coloquial</p>

## **A. LATE MOTIV**

### **A.1. Introducción**

El programa *Late Motiv* está presentado por el humorista catalán Andreu Buenafuente en la cadena de entretenimiento #0 del canal de pago *Movistar +*. Su primera emisión fue el 11 de enero de 2016 y sigue la estela de los *late night shows* estadounidenses. Este espacio, producido por *El Terrat*, se televisa de lunes a jueves a las 23 horas y tiene una duración de 50-55 minutos. Se graba con público en el plató de Tres Cantos, donde se sitúan los estudios centrales de *Movistar +*.

En este momento, *Late Motiv* está en antena con su quinta temporada y aunque haya habido cambios en estos cuatro años que lleva en televisión mantiene la misma esencia. Actualidad, humor, entrevistas a invitados, música en directo son los elementos que componen este *late night*. Nace con la intención de entretener e informar de la actualidad con altas dosis de humor. Repasa los temas más candentes (y calientes), sin olvidar la sátira política y la parodia. La idea de Buenafuente con este nuevo *show*, según indica en la web es “revivir el *late* en el formato más ortodoxo posible, potenciando el uso de la tecnología, haciendo este formato actual”.

### **A.2. Monólogo**

Todos los programas de *Late Motiv* comienzan con el monólogo que pronuncia el presentador, Andreu Buenafuente. Tiene una duración aproximada de 8 minutos y siempre aborda dos o tres temas ligados a la actualidad. En su mayoría son primeros planos del presentador, que realiza su intervención de pie, con la mirada fija en el centro de la cámara para una mayor conexión con el televidente. Complementa sus palabras con gestos que realiza con sus manos y brazos, que aportan mayor viveza. Incluye chistes y chascarrillos, aunque suele hacer un mayor uso de la ironía. Además, se intercalan videos o imágenes que permiten hacer más visual y atractivo el discurso. En todo momento es un monólogo guionizado, pero en ocasiones puede dar pie a la improvisación si el público interactúa en mayor medida. Sigue el modelo clásico marcado por los estadounidenses, si bien es cierto que se hace más evidente la crítica política, e incluso se puede entrever las preferencias políticas del programa, de inclinación izquierdista.

Debido a la propia naturaleza del monólogo, se ha realizado un análisis del discurso más exhaustivo en base a las emisiones analizadas.

En este sentido, cabe destacar que la mayoría de los temas que se abordan en el monólogo de Buenafuente son de actualidad política, sobre todo, a nivel nacional. Por ejemplo, en el A1 tiene mayor peso en el monólogo la precampaña electoral y la visita a Cantabria de Pedro Sánchez o en el A2 habla de la reunión entre los políticos y el rey para formar gobierno y comenta el debate político por el nuevo logo de Correos. Y por último en el A3 se centra en casos de corrupción nacionales. En menor medida incluye otras cuestiones, por ejemplo de política internacional como es el *Brexit* en el A1 o el homenaje por el 75º aniversario del desembarco de Normandía y la visita de Trump en Reino Unido en el A2. También, Buenafuente incorpora usualmente en su monólogo temas de menor relevancia, que no están ligados a la política. Por ejemplo, en el A3 habla de las vacaciones de Navidad, aunque dedica poco espacio a ello.

En líneas generales, el presentador emplea la sátira, un humor sarcástico e inteligente y un tono irónico durante todo el monólogo, con la intención de provocar la risa de los espectadores y público. Aunque es cierto que en algunos momentos adopta un tono más serio e informativo para contextualizar sobre la temática que trata y así aporta verosimilitud a lo que dice. En gran arte, Andreu Buenafuente emplea un lenguaje coloquial, dado que recurre a palabras familiares y de uso común, porque se dirige a un público no especializado.

Uno de los aspectos más llamativos es la tendencia a realizar bromas despectivas y ofensivas a políticos o partidos de la derecha y por otro lado, un humor menos crítico y más amable para designar a la izquierda. De este modo se observa esta tendencia izquierdista que se menciona anteriormente. Es el caso del programa A2 en el que Buenafuente explica la polémica con el nuevo logo de Correos e informa de que el encargo fue por parte del gobierno de Rajoy, pese a las constantes críticas de la derecha al gobierno actual por el coste del cambio de logo. El presentador aprovecha e imita a Mariano Rajoy con gestos burlescos, sacando la lengua, ridiculizando así su figura.

En cambio, en ese mismo programa Andreu Buenafuente se refiere a Macron como “el segundo presidente más guapo” haciendo alusión a Pedro Sánchez, incluso gesticula y pone “morritos” para enfatizar sus palabras.

Dentro de este marco político, Andreu Buenafuente suele introducir varios chistes que burlan de manera peyorativa al partido de VOX. Se observa ese rechazo a la extrema

derecha en bromas como la que realiza el presentador en el programa A1 cuando comenta la imagen de Pedro Sánchez en las Cuevas de Altamira y dice textualmente con tono burlesco “ahí lo tienes mirando el programa electoral de VOX”. Emplea el humor satírico y despectivo para hacer crítica a este partido por su ideología.

Resulta también significativo que el presentador haga imitaciones de muchos de los personajes políticos a los que se refiere. Por lo general, el tono satírico y burlesco predominan. Sobre todo, imita a personajes masculinos (Franco, Rajoy, Trump) pero también se ha atrevido a satirizar la figura de Theresa May. Este *late night* ridiculiza a figuras públicas, sin importar su sexo, aunque sí se observa una predisposición a caricaturizar a quienes promulgan ideas conservadoras. De nuevo, se entrevé la tendencia izquierdista del presentador.

Cabe considerar también en este apartado la cercanía que tiene con el público. Constantemente interactúa con ellos, e incluso alude a los telespectadores tratándoles de “tú” o haciendo uso de la primera persona del plural. Por ejemplo, en el A3 para escenificar la corrupción tira al público una gran cantidad de billetes falsos con una máquina, haciéndoles partícipes del *show*. Además, bromea recalcando: “los billetes son falsos, no os abalancéis a por ellos”.

Otro de los aspectos a mencionar relativos a la cuestión de igualdad es el uso del lenguaje inclusivo. En los tres monólogos analizados, Andreu Buenafuente únicamente emplea una vez el masculino y el femenino al referirse al público: “Buenas noches estáis un poco locos y locas”. De nuevo, esta frase sirve para observar también el tono cercano y coloquial que predomina al relacionarse con los asistentes. En el resto de programas no hace uso de este lenguaje inclusivo, ni menciona ningún tema feminista o relacionado con el feminismo.

### **A.3. Colaboradores**

Uno de los aspectos que más han variado durante las cinco temporadas han sido las secciones y sus colaboradores. Hay quienes llevan desde la primera temporada y todavía continúan colaborando en él, como son Bob Pop, Berto Romero, Raúl Cimas, Javier Coronas y Raúl Pérez. También, a estos colaboradores habituales hay que sumarle la llegada de Miguel Maldonado y Facu Díaz en la cuarta temporada. Además, *Late Motiv* cuenta con colaboradores puntuales que aparecen esporádicamente a lo largo de la

temporada, como Silvia Abril y David Fernández, que llevan desde el principio o James Rhodes y Leonor Watling que se incorporaron en la cuarta temporada. Asimismo, hay algunos colaboradores que formaron parte del programa pero que ya no aparecen como son Ignatius Farray, David Broncano - que ahora presenta *La Resistencia*- Quequé, Eva Soriano - que después participaría en *Las que faltaban* - Quique Peinado y Joaquín Reyes.

Los colaboradores regulares presentan una sección propia, algunas más definidas como “El consultorio de Berto Romero”, en la cual el cómico responde a cuestiones dirigidas por la audiencia, y otras más variables como las de Raúl Cimas, Bob Pop o Miguel Maldonado que hablan sobre temas distintos en cada programa. Otras secciones son las de Javier Coronas, “Hablar es bien” donde charla junto a Andreu Buenafuente sobre un objeto dando pie a la improvisación, pero con un decorado y una puesta en escena diferente al plató donde se desarrolla el resto del programa; también Raúl Pérez, que colabora con imitaciones y parodias; y, por último, Facu Díaz, que en la anterior temporada se encargaba de realizar reportajes en distintos ámbitos y ahora, en su sección aborda diferentes temas con un aire más libre.

En cada emisión de *Late Motiv* suele haber 2 o 3 colaboradores que presentan junto al presentador su sección, que suele durar unos 10 minutos. De esta forma, en los programas analizados contaban con los siguientes colaboradores:

- A1. Bob Pop y Berto Romero
- A2. Bob Pop y Javier Coronas
- A3. Raúl Pérez y Miguel Maldonado

De nuevo, a simple vista destaca la ausencia de mujeres en la lista.

Las temáticas son muy variadas, pero tienen mayor presencia las relativas a la política. Sobre todo en la sección de Bob Pop, definido por el programa como “el pensador de cabecera” ya que se vale de vivencias personales para abordar cuestiones más graves con una clara intención crítica. En el A1 inicia su sección hablando de la significación de “piso piloto” y deriva en una crítica a la actuación de Ciudadanos y al programa electoral de VOX. Una vez más, los chistes se dirigen a los partidos de derechas, aunque en esta ocasión también atiende a cuestiones sociales en un tono irónico y sarcástico “Hay que vender el piso, cuélgame una bandera LGTB que eso tapa todo, ponte un poco de

feminismo, pero ponle feminismo liberal, que da como rollo dúplex”. Denuncia a través del humor el comportamiento de los partidos de derecha, dejando ver su antipatía hacia su discurso político. Además, alude al feminismo en su diálogo, dando trascendencia a este movimiento. También, atiende a la diversidad sexual, no solo en ese momento, sino da visibilidad al colectivo cuando explica con naturalidad “Se lo conté a mi marido” y habla de su matrimonio homosexual. Esta mención sirve para normalizar a la comunidad LGTBI, que está representada en el programa por Bob Pop.

Otros colaboradores como Berto Romero, Miguel Maldonado o Javier Coronas plantean cuestiones más banales, basadas en anécdotas. Por ejemplo, Miguel Maldonado en el A3 relata dos sueños que ha tenido.

Por norma general, predomina un humor basado en la ironía y el sarcasmo. Se advierte, por ejemplo, en el A1 en “El consultorio de Berto” cuando en una de las consultas un chico explica que no puede cagar fuera de casa y ahora se ha mudado y está yendo a su antigua casa para hacerlo. A lo que Berto responde “Yo creo que debe estar recogido en la declaración universal de derechos humanos, el derecho a un lugar mítico donde cagar o algo”. En cambio, Javier Coronas emplea un humor absurdo y estrafalario que incluso llega a ser grotesco. Esto se advierte en uno de los chistes que pronuncia en el A2 “todas las mañanas me hago zumo de naranja y me lo hecho por la cabeza”. También, su gusto por lo disparatado se ilustra cuando decide comerse una pelota saltarina por voluntad propia. La irracionalidad se potencia en sus actos, que incluso pueden provocar repulsión en el público.

El registro lingüístico que prevalece es el coloquial, aunque se advierte un uso frecuente de vulgarismos en la sección de Javier Coronas, que en el A2 abusa de expresiones obscenas como como “gilipollas” o “puto viejo”.

Asimismo, uno de los aspectos más destacados es el cambio de decorado que va sujeto a la sección de Coronas. Se desplazan del escenario habitual y aterrizan en un espacio con dos sillones alrededor de una mesilla con una bandeja que oculta un objeto. Todo ello con un fondo con tintes psicodélicos diseñado exclusivamente para la intervención de Coronas. Este hecho supone un aspecto novedoso e innovador, ya que no se acostumbra a darse en los *late night* clásicos.

#### **A.4. Plató**

*Late Motiv* sigue las pautas marcadas por el *late night* puro, y una prueba de ello es el decorado y la puesta en escena. En este sentido, guarda grandes semejanzas con el plató del programa estadounidense *The Tonight Show starring Jimmy Fallon*.

Lo más representativo del formato es la mesa de forma alargada y acabado en madera en la que se sienta el presentador. En ella, únicamente se posa una taza con el logo de *Late Motiv* y las tarjetas con las que se apoya en su narración el conductor del *show*. Al lado, el sofá donde se sientan los colaboradores e invitados. En sus inicios, contaban con un sofá y un sillón de color marrón, pero ahora han subido la apuesta con un sofá y un sillón de terciopelo azul oscuro, que otorga más caché al programa.

El decorado se completa con un fondo de un *skyline* de noche, algo muy característico del formato y que en el caso de *Late Motiv* es de la ciudad de Benidorm. En él se ven rascacielos iluminados, bordeando las playas de Levante y Poniente. A su derecha, un cartel con luces de neón que indica en mayúsculas el nombre del programa. Al otro lado, un voluminoso telón rojo que Andreu Buenafuente atraviesa en cada programa para dar la bienvenida al programa. Y en la izquierda, una plataforma destinada a la banda del plató, desde donde tocan las sintonías del programa. También, el decorado del fondo se compone de una pared de madera y pequeños focos en la parte de encima del *skyline* que sirven de iluminación para el escenario. Por último, las butacas para el público son de terciopelo rojo y colocadas de manera escalonada como si se tratase de un cine. Todo ello forma el plató del programa, que mantiene en todo momento una estructura clásica, alejado de ostentosa y excentricidad.

#### **A.5. Banda en directo**

La banda que actúa en directo es un uno de los elementos principales del formato. En este caso, es una banda fija que sigue las pautas marcadas por los *late nights* estadounidenses, aunque con un estilo propio. El grupo nace de la mano del productor Ricky Falkner y está compuesta por 6 componentes de gran nivel. Pablo Novoa, director artístico de la banda y guitarrista, Litus, voz y guitarra, Mauro Mietta al teclado, Mac Hernández es el bajista, Pirata, el saxo y la trompeta y Cocke Santos en la batería. El concepto que querían trasladar a la pantalla era el de crear una banda de estilo *rockero* y moderno, que interactuara con el presentador y estuviera abierta a la improvisación. Aunque posean un

aire más renovado, se observa en su vestimenta (traje de chaqueta) y su disposición en el escenario una inspiración más clásica.

Su papel en el programa es el de acompañar con música la entrada del presentador, colaboradores e invitados, tocan la sintonía principal y para poner fin al programa con un toque musical. La música sirve a modo de transición entre las distintas secciones o entrevistas. Asimismo, a mitad de programa ofrecen una interpretación de alguna canción para amenizar y entretener al público presente en plató.

Cabe señalar que de manera esporádica el programa cuenta con actuaciones en directo de artistas o grupos musicales del momento, que se suben al escenario para promocionar sus nuevos temas. Además, suelen ser grupos independientes por lo que encuentran en ese espacio un lugar donde darse a conocer o llegar a más público. Esta actuación es complementaria a la banda del plató.

#### **A.6. Entrevista a invitado/as**

La entrevista a un personaje célebre es, sin duda, uno de los elementos más característicos del formato y que, además, suscitan mayor interés en la audiencia. Por lo general, son personas bastante conocidas, del mundo de la televisión, el cine, la música, el deporte, la comedia, etc, que ya cuentan con una gran carrera y acuden al programa a promocionar su último trabajo. La duración de la entrevista suele ser de unos 15 minutos y sigue una estructura clásica, pero con mayor improvisación y dinamismo.

Asimismo, en base a los objetivos del presente trabajo se ha querido comparar la presencia de invitadas femeninas frente a invitados hombres y por ello se han analizado el número de invitados que acudieron al programa desde el primer programa seleccionado para analizar (13 de marzo de 2019) hasta el último analizado (13 de diciembre de 2019). En ese periodo de tiempo se emitieron 110 programas y aproximadamente solo el 30% de entrevistas fueron a mujeres frente a un 70% de hombres. La presencia femenina es significativamente menor a la masculina. En este sentido, cabe señalar que las entrevistas de las emisiones analizadas fueron realizadas a los siguientes artistas:

- A1. Joan Lluna y Sergi Marqués (fundadores de la revista musical Mondo Sonoro)
- A2. Eduardo Casanova (actor, director y escritor)
- A3. Javier Sierra (escritor y periodista, encargado del programa Otro Mundos)

A simple vista, lo más destacable es la ausencia de mujeres. En los tres programas analizados los entrevistados han sido todo hombres, lo que en cierta manera significa también una invisibilización de la mujer, que tiene menos cabida en este *late night*.

A continuación, se van a señalar los aspectos más destacados de estas entrevistas. En primer lugar, el presentador adopta un papel más periodístico, ya que lleva a cabo una importante labor documental y se nota que ha preparado con antelación la entrevista..

En términos generales, el registro lingüístico de Andreu Buenafuente se torna más formal, sin vulgarismos y con un lenguaje más culto, adecuado a cada entrevista. Cada día el presentador se convierte en un especialista de la materia que aborda e incluso utiliza tecnicismos que enriquecen su lenguaje. También, hace uso de un tono más serio e informativo en esta sección que en el resto del programa. Igualmente, incorpora algunos chistes para aportar un toque de humor, aunque en menor medida que en otras secciones. Por ejemplo, en el A1 bromea con la cuestión del independentismo de Cataluña, “¿La música independiente en Cataluña es más independiente?”

No obstante, estas entrevistas siguen una estructura clásica, en la que pregunta por los proyectos de los invitados e indaga con profundidad en lo que cuentan, aunque Buenafuente conduce la entrevista a modo de conversación y no de manera mecanizada (pregunta - respuesta). También, trata de buscar la anécdota o incluso él mismo aporta experiencias personales. Por ejemplo, en el A3, el entrevistado habla del especial de *Otros Mundos* en Egipto y Buenafuente aprovecha para contar que él también estuvo allí.

Por otro lado, se observa una intención innovadora y más cercana al entretenimiento al introducir en la entrevista elementos como se muestran en el A3. En este caso, Facu Díaz, colaborador del programa, protagoniza un *sketch* en el que imita a Javier Sierra y cuyo misterio es “Teruel, realidad o mito”. De esta manera, se refuerza el tinte humorístico del programa. Igualmente, en el A2 esta aspiración renovadora se consigue con la entrada del colaborador Bob Pop durante la entrevista. Con ello, se salen de convencionalismos y en cierto modo, se acercan más a la estructura de entrevista que siguen en *Las que faltaban*, en la que siempre participa una colaboradora.

Acercas de las temáticas abordadas es importante señalar que cada entrevista va a depender de la naturaleza del invitado y girará en torno a sus proyectos. Por tanto, es más complicado establecer unos rasgos comunes entre todas. De igual modo, se van a señalar

los aspectos más relevantes. La política deja de ser el tema predominante, sin embargo, es común que en algún punto de la entrevista se introduzca algún chiste o alguna cuestión relacionada con la actualidad política. Un ejemplo de ello es el ya mencionado anteriormente en el A1 sobre el independentismo catalán.

Después, en el caso del A2, es reseñable la alusión a la comunidad LGTBI. Tanto Bob Pop como Eduardo Casanova pertenecen al colectivo y hacen una declaración en contra de ciertos estigmas. Se puede observar en este diálogo que entablan con el presentador. “¿En la historia podemos computar algún dictador gay?” -pregunta Andreu Buenafuente. “Eso es un tema: los curas maricones, los dictadores... ¿qué pasa coño? ¿todos los malos de la historia son maricones? Mira no. Hay una cosa ahí, inconsciente, un poco de homofobia ¿entiendes por dónde voy?”

Esta mención da visibilidad y da cuenta de que el programa atiende a la diversidad sexual, y lucha contra la homofobia ya que sirve de transmisor de estas ideas. En relación con ello, es significativo que la entrada de Bob Pop en la entrevista también supuso un cambio del registro lingüístico. Este colaborador recurre al lenguaje vulgar, lo que causa que la entrevista adquiera un carácter informal. “Comer rabos” es una de las expresiones que salen de su boca. Pese a ello, Andreu Buenafuente mantiene su solemnidad y busca recuperar el tono serio que predomina al inicio de la entrevista.

#### **A.7. Interactividad con el público**

La grabación del *late night* con público en el plató es uno de los ejes principales del formato y por ello en *Late Motiv* cuidan la relación con los asistentes. El público es un elemento más del programa y por ello tienen su lugar reservado en las gradas. Las personas que acuden a ver el *show* en directo lo consiguen a través de una solicitud previa a través de Internet.

Por lo general, los asistentes son personas que ven frecuentemente el programa y conectan con su filosofía. Buscan disfrutar, reírse y entretenerse el tiempo que dura la grabación. En todo momento, *Late Motiv* se concibe y se guioniza con la idea de un público partícipe e incluso cómplice de algunos gags. En varias ocasiones se puede ver a Buenafuente interactuando con alguien del público durante su monólogo o incluso previamente idean la colaboración del auditorio en alguna de las secciones. Esta conexión tan cercana con las gradas puede ser uno de los motivos del éxito del programa. El mimo con el que tratan

a los asistentes y la constante interactividad resulta atractivo para el espectador que se siente parte del *show*. Una de las razones de esta buena relación es la larga trayectoria del programa, que desde hace más de cuatro años llena las noches de actualidad y humor, lo que lleva a la creación de un vínculo especial.

## **B. LAS QUE FALTABAN**

### **B.1. Introducción**

*Las que faltaban* es un programa de humor calificado como *late night*, emitido en el canal #0 de Movistar + y conducido por la periodista y humorista, Thais Villa. La diferencia con el resto de *late nights* es que *Las que faltaban* está hecho y dirigido por mujeres. Esta producción de *Globomedia* se estrenó el 15 de marzo de 2019, y tras 24 entregas, dos temporadas y 9 meses en antena, la cadena decidió cancelarla y el 15 de diciembre de 2019 llegó a su fin. Cuenta con una duración aproximada de 55 minutos y durante la primera temporada (marzo 2019-junio 2019) se emitió todos los viernes a las 23h y en cambio, la segunda temporada (octubre 2019-diciembre 2019) saltó a los domingos noche. Las grabaciones se hacían en tiempo con público, y el plató elegido fue la popular discoteca madrileña, *Uñas Chung Lee*.

Este programa surgió como respuesta a las críticas que recibió Movistar+ por la escasa presencia femenina en su plantilla. Como en todos los *late night*, *Las que faltaban* integra la comedia, entrevistas, distintas secciones, y música en directo. La única diferencia es que está capitaneado por mujeres.

Según la directora del programa, Cristina López García, *Las que faltaban* nace con un objetivo claro “llevar a la tele lo que está ocurriendo en las calles, en las redes sociales, donde cada vez más mujeres se expresan y conectan en clave de comedia”. Con esto, se pretendía dar visibilidad y crear un espacio para mujeres cómicas que no tenían cabida en televisión. Y además traer a la palestra otros temas que interesen desde una mirada feminista, para así crear conciencia en el público. Cabe señalar que *Las que faltaban* no limita el *target* a la audiencia femenina, sino que su fin es hacer comedia para todos los públicos.

## B.2. Monólogo

El programa mantiene la estructura marcada por el *late night* estadounidense y empieza con el monólogo que pronuncia la presentadora, Thais Villa. Su duración es breve, de unos 4 minutos aproximadamente y en él aborda diferentes temas de actualidad, algunos políticos, aunque también banalidades, siempre con el humor presente. Uno de los aspectos más reveladores es el especial interés y tratamiento de temas feministas, que no tienen cabida en otros programas. La presentadora ofrece el monólogo de pie, en la primera temporada lo hace en el espacio semicircular que está al mismo nivel que el público lo que le permite quizás mayor interactividad con ellos y en la segunda temporada en el escenario. Su mirada se fija en la cámara y da la sensación al espectador de que se dirige hacia él. Mantiene una postura de pie, recta situada en el centro y utiliza sus brazos para otorgar más dinamismo y expresividad a lo que cuenta. Hace un uso marcado de la ironía y el sarcasmo, y como novedad, emplea un humor feminista, es decir, un humor que sirve como estrategia para criticar y luchar contra el machismo. Para apoyar su discurso, se incluyen imágenes y vídeos que permiten hacer más visual sus palabras y captar más la atención del espectador.

Se considera relevante analizar de forma más detallada esta sección del programa y para ello se van a rescatar los aspectos más significativos tras la visualización de las tres emisiones seleccionadas de *Las que faltaban*.

En primer lugar, los monólogos de Thais Villa siguen la estructura marcada por los *late night* clásicos, como puede ser *Late Motiv*, aunque sí existe una intención diferenciadora a la hora de introducir temáticas feministas que van a tratarse empleando un humor también feminista. Esto puede verse sobre todo en el B1 cuando Thais Villa comenta “venimos a demostrar que podemos hacerlo igual que los hombres... al menos igual de mal”. Además, atiende a otras cuestiones empoderadoras como la poca representación femenina en la foto de la plantilla de *Movistar* o el tema de los piropos. Y, en el B2 también aborda esta problemática al hablar de la sustitución de Echenique por Alberto Rodríguez, “el Rastas” y dice en tono irónico “para ellos feminizar la política es poner a hombres con el pelo largo ¿cómo te quedas?”.

En cambio, se observa una evolución del B1 al B3 porque los temas de actualidad política comienzan a ganar más relevancia y el feminismo pierde protagonismo. En el B2 ya se incluyen temas como la exhumación de Franco y la vista de Donald Trump a Reino

Unido. Y en el último programa, el B3 comienza hablando de la Navidad, como hizo también Buenafuente en *Late Motiv* y comenta la actualidad política e introduce por ejemplo bromas a Mariano Rajoy. En relación con esto, existe un significativo paralelismo entre ambos programas.

Asimismo, cabe considerar que Thais Villa al igual que Buenafuente añade en sus monólogos chistes insultantes en contra de VOX. En el B3 la presentadora opina sobre un titular que alerta de que la decoración navideña puede hacer arder tu casa y declara “para inflamable ya está la Nochebuena con tus primos de VOX”. Emplea un tono burlesco e incluso despectivo, dejando entrever su antipatía hacia este partido. No es la única vez que la presentadora bromea con la derecha política española. Minutos antes critica la decisión de Almeida de colocar la bandera española en el belén y de forma irónica y sarcástica la DJ residente Anni Frost reproduce el himno de España. Se advierte, de igual modo que en *Late Motiv*, una predisposición ideológica hacia la izquierda.

En el caso de *Las que faltaban* el trato con el público no es tan cercano y no hay mucha interactividad entre la presentadora y los asistentes. Esto puede deberse a la corta existencia del programa, todavía no se ha creado un vínculo especial con el espectador. Al contrario, en *Late Motiv* la complicidad que existe entre presentador y público puede deberse a los años que el programa lleva en antena.

Como el trabajo analiza los programas en un contexto de igualdad de género, cabe señalar que la presentadora da la bienvenida a la audiencia haciendo uso del lenguaje inclusivo en el B1 y el B2. De hecho, en el primer programa Thais Villa se sirve del humor feminista al bromear: “Buenas noches a todos ya todas, bienvenidos y bienvenidas. Nada más empezar herido de muerte el castellano porque cada vez que utilizas el lenguaje inclusivo un académico de la RAE muere”. Emplea un tono crítico, ya que la intención de la broma era mostrar su descontento por las quejas de los académicos en contra del lenguaje inclusivo.

En líneas generales, cabe decir que el registro lingüístico que emplea es coloquial, porque desarrolla su monólogo con un lenguaje cotidiano, sin tecnicismos ni vulgarismos.

Respecto al humor empleado, existe un alto porcentaje de humor feminista ya mencionado. Pero, en los programas B2 y B3 otros tipos de humor ganan fuerza, por ejemplo, en el B2 cuando aborda la paralización de la exhumación de Franco se vale de

un humor negro en algunos chistes: “Como diría Piqué, Franco se queda” o “Si desaparece buscarlo en Wallapop”.

Uno de los elementos más innovadores es la incorporación de un monólogo en la mitad del programa que en cada emisión viene de la mano de una cómica distinta. El objetivo de ello es otorgar mayor visibilidad a las mujeres que se dedican a la comedia ofreciéndoles un espacio en el que muestren su talento a los espectadores y conecten con el público en plató. De entrada, es destacable esta apuesta por las mujeres cómicas, que no tienen cabida en otros espacios. Además, siempre aprovechan para promocionar sus propios *shows*. Si bien es cierto que esto ocurre en la mayoría de los programas, pero no en todos, ya que algunos solo cuentan con el monólogo inicial.

Lo más característico de estos monólogos de cómicas invitadas es que no están ligados a la actualidad política y trata temáticas más banales como cuestiones personales u opiniones sobre algún asunto sin relevancia. De nuevo, incluyen el feminismo en su discurso y emplean por tanto ese humor feminista para criticar la sociedad patriarcal.

### **B.3. Colaboradores**

En *Las que faltaban* durante su tiempo en antena han ido definiendo las diferentes secciones de las colaboradoras y el único colaborador que pasan por el plató. En la primera temporada contaron con la presencia de la actriz Adriana Torrebejano, que se encargaba de apoyar la entrevista que Thais Villa realiza a la invitada con algún juego o prueba. También, Anabel Mua, cómica e *influencer*, que en su sección combina el humor con el mundo de la belleza. Además de Silvia Sparks, que traía el humor más negro al programa y Nene (Juan Carlos Librado) el único hombre en la plantilla, que ofrecía su opinión desde otra perspectiva. En cambio, sin una explicación concreta no continuaron en la segunda temporada donde sí lo hicieron por ejemplo Nerea Pérez de las Heras, con la sección denominada FAR (el VAR pero feminista) donde analiza titulares de periódicos machistas y los corrige para poner fin a los clichés machistas. Por su parte, Susi Caramelo también está presente en las dos temporadas, aunque con un cambio significativo en su sección. En la primera entrega, muestra su desparpajo hablando con Thais Villa de diferentes temas, mientras que en la segunda temporada, presenta en plató los reportajes que graba previamente. Algunos fueron polémicos por mostrar un humor sin tapujos. Otro de los rostros principales es el de Eva Soriano, que fue colaboradora también en *Late Motiv* y *La Resistencia* y trae al plató de *Las que faltaban* temas de lo más variado. Quien

también ha colaborado durante todo el tiempo de emisión del programa es Victoria Martín que aborda cuestiones diversas con un humor fresco y sarcástico, pero sin una sección muy definida. Este *late show* femenino llegó a la segunda temporada con la incorporación de Henar Álvarez, que acompaña a Thais Villa con contenidos propios. Además, otra de las novedades en esta segunda parte es la DJ Anni Frost que se convierte en Dj Residente.

Es importante señalar en este apartado que *Las que faltaban* es un *late night* semanal, lo que supone que las secciones de los colaboradores sean de menor duración, para que cada uno tenga cabida en el programa.

Aunque las temáticas que tratan sean muy variadas y dependan de la sección, de nuevo el feminismo prevalece y tiene mucha cabida. Eso se advierte en mayor medida con la colaboradora Nerea Pérez de las Heras que presenta el FAR, donde revisa los medios para ver si tienen sesgo machista en sus titulares. De este modo, en el B1 censura este titular “Así es la actriz que protagoniza las 50 sombras de Grey españolas junto a Mario Casas” debido a la invisibilización que sufre en este caso la actriz Silvia Alonso. Además, emplea un humor feminista muy reivindicativo que se observa “En la facultad de periodismo se estudia: ¿qué? ¿cómo? y ¿quién es el hombre que va con la mujer?” Este humor feminista también se presenta en la sección de Nene, que habla en el B1 de Capitana Marvel, la primera película de Marvel protagonizada por una mujer. El colaborador bromea “Asistente Marvel limpia el mundo del crimen” como posible título de la película para “convertir a los haters en lovers”. Así, a través del humor se denuncia el trato vejatorio hacia la mujer. Se advierte un humor negro en otras secciones como por ejemplo en la de Silvia Sparks, con chistes como las que hace en el B2 “Un *escape room* en el Valle de los Caídos, es imposible salir de allí, y eso que hay un muchachito que lleva meses intentándolo. Venga Paquito que a lo mejor lo consigues”. Asimismo, aborda asuntos actuales como la exhumación de Francisco Franco. Otra colaboradora que emplea este tipo de humor es Victoria Martín, que ha creado un personaje frívolo y consumista para hacer comedia. En el B1 suelta chistes como “Me encanta el arte tercermundista (...) tampoco tiene la culpa España de que esos condenados niños cosan tan bien”. Con un remarcable tono irónico hace crítica social y reivindica esa situación. Además, cabe señalar que atiende a temas que interesan a un público joven, acerca de las redes sociales. Es el caso de este chiste “¿Qué va a hacer Dulceida sin hacerse la foto con el niño negro y luego bañarse en el Hotel 5 estrellas de lujo?” mediante el cual critica la hipocresía de algunos personajes públicos como Dulceida.

Cabe subrayar el caso de Susi Caramelo que presenta en *Las que faltaban* un humor obscuro y grotesco que se observa por ejemplo en el reportaje del B3 cuando comenta junto al actor Julián Villagrán “no te quería llevar a mi habitación porque me había tirado un pedo” o cuando habla con Paula Echevarría y le pregunta por el champú *Pantene* “¿vale solo para el pelo o también para las zonas púbicas? Yo me lo he hecho en el coño también”. Pese a la trascendencia mediática que puede tener ese reportaje sobre el aniversario de la revista *InStyle*, no adopta en ningún momento un tono informativo o más serio para cubrirlo, sino que prevalece un tono desenfadado e insolente. Apuesta por una comedia descarada, incluso le propone hacer un trío al actor Alex García. De hecho, en sus secciones suele tratar cuestiones relativas al sexo, por ejemplo en el B2 presenta un kit para espantar a los tíos que cuenta con un consolador.

Desde una perspectiva general, el registro lingüístico que prevalece es el coloquial, aunque en ocasiones la mayoría de las colaboradoras hace uso de vulgarismos como “coño”. Por último, es destacable el uso común de vocabulario acerca de las redes sociales, que denota una intención de atraer a un público joven. Por ejemplo “stories”, “haters” o “influencer”.

#### **B.4. Plató**

El programa se graba en una de las discotecas de moda de Madrid, *Uñas Chang Lee*, con una decoración ambientada en el lejano oriente. Esto ya determina su aspecto, más innovador y extravagante que el resto de *late nights* de la televisión. El decorado está formado por paneles colgados del techo, con palabras escritas en chino en distintos colores chillones (amarillo, azul, rosa) y farolillos de papel, también muy coloridos. Para continuar con la estética de la sala, se ha escogido una decoración muy llamativa, en parte, gracias a la iluminación en falso neón. También se han colocado paneles retroiluminados que potencian la profundidad y que no solo combinan con el resto del decorado, sino que también concuerdan con la filosofía del programa, por ser figuras que reivindican el feminismo como la imagen de Frida Kahlo u otra iluminación donde se lee “GRL PWR” (poder femenino). El fondo del plató se completa con una gran pantalla que presenta en grande el nombre del programa con luces neón. El espacio central del escenario, donde se desarrolla la mayor parte del programa, está presidido por una mesa ovalada retroiluminada, junto a un sofá chéster color rosa en el que se sientan los invitados y colaboradores. Además, hay una plataforma destinada a las actuaciones musicales en

directo. Por último, bajando unos escalones, hay un espacio en forma de medio círculo desde el cual la presentadora al principio del *show* y las distintas cómicas que pasan por el programa efectúan un monólogo. Este lugar está a la misma altura que el público, que está colocado de una manera más pintoresca de lo habitual. Están sentados en sillas junto a distintas mesitas alrededor del semicírculo mencionado. Todo completa el plató de *Las que faltaban*, que se caracteriza principalmente por salirse de lo común en cuanto a su estructura y colorido.

### **B.5. Banda en directo**

*Las que faltaban* ofrece actuaciones musicales en directo en cada uno de sus programas, aunque no cuenta con un grupo o banda fija y respecto a este terreno musical existe una diferenciación entre la primera y la segunda temporada. Durante la primera entrega, en cada emisión contaron con una banda o artista invitada que actuaron en vivo, como por ejemplo, la traperera Ana Bolea, la banda Hinds o Juanita Banana, grupo que además pone voz a la sintonía del programa. En cambio, en la segunda temporada, la DJ Anni Frost se convierte en dj residente y se encarga de poner música en cada programa, aunque continúan subiendo al escenario diferentes músicos (en su mayoría mujeres) para tocar en directo. No contar con una banda permanente es un importante rasgo diferenciador respecto al clásico *late night*, aunque permanece el valor de la música en vivo con un aire más innovador y arriesgado y con un significativo espíritu feminista.

La música no cumple una función de acompañamiento para las distintas partes del programa, sino que cobra mayor protagonismo y además permite dar voz a artistas femeninas emergentes. No existe un estilo musical fijado, la única condición es que las intérpretes sean mujeres. Cabe señalar que la actuación siempre tiene lugar al finalizar el *show* y sirve de despedida del programa.

### **B.6. Entrevista a invitado/as**

Como ya se ha mencionado anteriormente, la entrevista al invitado/a es una parte muy característica del *late night show*. En el caso de *Las que faltaban*, la entrevista suele durar unos 15 minutos, en los que Thais Villa hace una serie de preguntas, relacionadas con el proyecto que promoció la persona entrevistada.

De nuevo, apuestan por el talento femenino y por ello, más del 80% de los entrevistado/as son mujeres. La presencia masculina es mucho menor, pero porque el programa nace con el objetivo de visibilizar a las mujeres y crear un espacio de empoderamiento femenino.

En los programas analizados de *Las que faltaban* han tenido lugar las entrevistas a las siguientes invitadas:

- B1. Anna Castillo (actriz de cine y televisión)
- B2. Candela Peña (actriz de cine y televisión)
- B3. Jennifer Pareja (waterpolista olímpica)

De tal forma que se observa el cumplimiento de su propósito inicial.

A continuación, se van a resaltar los rasgos significativos extraídos de las entrevistas de las emisiones analizadas.

En cuanto a las temáticas abordadas, la entrevista suele incluir cuestiones relacionadas con el feminismo, para potenciar su vinculación con el movimiento y su rechazo total a cualquier conducta discriminatoria. Por ejemplo, en el B2 se reivindica que la serie que promociona Candela Peña, “Hierro” es la primera protagonizada por una mujer. Y después, Thais Villa pregunta a la invitada “¿crees que el tema de que las mujeres entren en otros ámbitos es un avance o una moda?”. Y la invitada responde en defensa de la igualdad de oportunidades. Por otra parte, en el B3 la presentadora le dirige a la waterpolista esta cuestión “¿qué obstáculos puedes tener tú que tus compañeros waterpolistas no hayan tenido?” y la deportista denuncia que las condiciones no eran las mismas y que también las chicas pueden ser fuertes y tener músculos.

Otra constante en las entrevistas analizadas es la relativa a las redes sociales. Se observa sobre todo en el caso del B1 con Anna Castillo. “En *instagram* proclamas tu amor por tu chica” o “¿tienes hater?” introduce la presentadora durante la conversación. En este sentido, la presentadora busca acercarse a un público *millennial* ya que introduce temas actualizados y términos que se emplean en Internet como *hater*. Así, se da un aire renovado y moderno del programa. Otro ejemplo se ve en el B3 en el que muestran a la invitada un *tuit* de Sergio Ramos. Asimismo, en relación con esta tendencia a abordar cuestiones actuales, cabe destacar la alusión a la temática de la diversidad sexual y a la

visibilidad de la comunidad lésbica. La presentadora aprovechó en el B1 la presencia de Anna Castillo para destacar que se ha convertido en un ícono lésbico.

Del mismo modo que en *Late Motiv*, las entrevistas no siguen un esquema pregunta - respuesta, sino que se asemejan más a una conversación. Las entrevistadas cuentan anécdotas y en ocasiones también lo hace la presentadora, lo que genera que la entrevista mantenga el carácter distendido que prevalece en el programa.

Sin embargo, cabe señalar que Thais Villa, aunque adopte un papel más periodístico, no indaga ni profundiza en exceso en los proyectos de las invitadas ya que priman temas más banales y cotidianos, al contrario que Andreu Buenafuente.

Asimismo, predomina un registro lingüístico coloquial durante esta sección, que apoya este marco diluido y cercano que envuelve el programa. Tampoco se pierde el matiz humorístico que caracteriza al *show*, algo que se advierte en el B3 con Jennifer Pareja, cuando Thais Villa le pregunta “¿Cómo hacéis para que ese gorro tan feo os quede bien? Parecéis falleras”.

Uno de los rasgos diferenciadores respecto a otros *late nights* es la participación de una de las colaboradoras, que traen algún juego o reto a la invitada. Así, se sale de la estructura clásica y aporta un toque amenizador y cómico a la entrevista. En los dos primeros programas (B1, B2) es Adriana Torrebejano quien se encarga de este cometido. Mientras que en el B3 lo hacen Henar Álvarez y Eva Soriano.

### **B.7. Interactividad con el público**

*Las que faltaban* busca acercarse al formato *late night* y apuesta por un plató con espacio para el público. Los asistentes acuden a la grabación del programa, pero a diferencia de *Late Motiv* no están acomodados en un palco, sino que se trata de pequeñas mesas con sillas a su alrededor donde se sitúan los presentes. Es un espacio más reducido y de menor aforo, pero en la segunda temporada hay un cambio en la distribución que deja un hueco mayor para el público. Quienes en un primer momento acuden al plató de *Uñas Chung Lee* desconocen el contenido, únicamente saben que se trata de un *late night* dirigido por mujeres cómicas. En general, es gente joven que busca reírse y pasar un buen rato y que probablemente se interese por cuestiones feministas. Dada la poca trayectoria del programa, la conexión con el público será menor que en *Late Motiv*, pero si se observa un tratamiento cercano y una búsqueda por crear un vínculo. Si bien es cierto que la

interactividad con el público suele darse de manera más espontánea e improvisada y no es algo que se elabore en el guion. De hecho, durante los monólogos existe un mayor acercamiento gracias al trato de confianza que muestra la monologuista con el público, al que hace referencia en varias ocasiones durante su discurso.

## 7. CONCLUSIONES

En cuanto a las hipótesis planteadas cabe concluir que sí hay diferencias significativas entre ambos *late nights*. Lo más llamativo es la escasa presencia femenina en *Late Motiv*, que evidencia la necesidad de un *show* que apueste por el talento femenino como *Las que faltaban*. En este sentido, es positivo que el programa de Thais Villa cuente con otro monólogo que presenta en cada emisión una cómica distinta, dando así visibilidad a la comedia hecha por mujeres. No solo eso, sino también apoya a las mujeres del mundo de la música con la Dj Anni Frost y actuaciones en directo de bandas femeninas en cada emisión. Esta apuesta innovadora y feminista consigue derribar los estereotipos y mostrar a mujeres haciendo humor y sacando a flote un *show* que reduce la supremacía masculina en el horario *late night*.

También, en relación con la estructura que presenta el formato se ha observado que *Late Motiv* mantiene un estilo más clásico. Al contrario, *Las que faltaban* busca alejarse del *late night* norteamericano y ofrecer un aire renovado a la audiencia, remarcando su intención feminista, lo que supone una revolución en el panorama televisivo actual, que no había presenciado nada similar.

En lo referente a la segunda hipótesis planteada, *Las que faltaban* ha llevado a la televisión una problemática que en estos últimos años ha cobrado protagonismo en las calles: la lucha feminista. Este hecho no se observa en *Late Motiv*, por lo que es muy favorable la intención pedagógica de *Las que faltaban*, que promueve valores igualitarios a sus espectadores y aborda cuestiones que en *Late Motiv* no tienen cabida.

Al mismo tiempo, *Las que faltaban* busca un valor diferenciador y novedoso al abordar nuevas temáticas de carácter muy actual y juvenil como las redes sociales. De nuevo, es positivo que traiga a la palestra nuevos temas que no aborda *Late Motiv*, pese a ser este un *late night* modelo por su éxito acumulado.

En cambio, cabe señalar que uno de los puntos comunes en ambos es la inclusión de la diversidad sexual, dando visibilidad al colectivo LGTB en televisión. En este sentido, es Bob Pop quien manifiesta su homosexualidad e introduce esta temática. Por ello se considera que sería oportuna la participación de más mujeres en los programas televisivos que tengan voz propia e introduzcan nuevos debates.

Y de acuerdo con la tercera hipótesis planteada, es positivo que *Las que faltaban* tenga una clara intención reivindicativa a la hora de denunciar conductas machistas. Resulta un avance en materia de igualdad de género que una cadena de pago apoye este tipo de proyectos cuyo fin es poner énfasis en la validez de la mujer, sobre todo, en el ámbito de la comedia y en horario nocturno, espacios que tradicionalmente han sido dominados por los hombres.

Aunque ambos programas tengan aspectos en común, en base al análisis se interpreta *Las que faltaban* crea un contenido que parece estar más próximo a un público joven. Por consiguiente, es beneficioso que adopte su discurso para atraer a nuevos públicos. También, es innovador el empleo de un lenguaje inclusivo en ambos programas. Cabe destacar de manera positiva que un *late night* de éxito como *Late Motiv* promueva su uso en televisión y visibilice a la mujer.

Por último, es importante señalar que gracias a *Las que faltaban* el humor feminista cobra relevancia en el panorama televisivo actual. Con ello, favorecen la difusión de un nuevo tipo de humor que busca concienciar a la sociedad de la lacra del machismo

Puede concluirse que la existencia de programas de infoentretenimiento creados y dirigidos por mujeres no solo sirve para visibilizar la figura de la mujer en televisión, sino también para incluir otros temas, lenguaje y humor que eduquen en feminismo. Por ende, pese a la cancelación de *Las que faltaban*, se evidencia la necesidad de nuevos programas que atiendan a la cuestión de igualdad de género y cuenten con mujeres en su plantilla que aporten su visión del mundo.

## 8. BIBLIOGRAFÍA

Alba, B. (2005). *Inventing late night. Steve Allen and the original tonight show*. Nueva York: Prometheus Books.

Alcaide Beltrán, D. (2019). *Producción nacional de entretenimiento de no-ficción: Los programas de comedia televisiva en España en la actualidad (2000-2018)*. (Trabajo Fin de Máster). Universidad de Sevilla, Sevilla. Recuperado el 5 de mayo de 2020 en <https://hdl.handle.net/11441/92929>.

Bandrés Goldáraz, E. (2019). Pervivencia en la serie de televisión *La que se avecina* de los estereotipos contra las mujeres denunciados por Simone de Beauvoir. *Doxa Comunicación*, 29, 75-95. Recuperado el 5 de agosto de 2020 en <http://hdl.handle.net/10637/10736>.

Benaissa, S. (2012). La comprensión y retención del mensaje informativo por la audiencia de televisión. *Icono14*, 10(3), 202-227.

Berrocal Gonzalo, S.; Redondo García, M.; Martín Jiménez, V. y Campos Domínguez, E. (2014). La presencia del infoentretenimiento en los canales generalistas de la TDT española. *Revista Latina de Comunicación Social*, (69), 85-103. Recuperado el 26 de marzo de 2020 en [http://www.revistalatinacs.org/069/paper/1002\\_UVa/05\\_Be.html](http://www.revistalatinacs.org/069/paper/1002_UVa/05_Be.html).

Berrocal Gonzalo; S., Redondo García, M. y Campos Domínguez, E. (2012). Una aproximación al estudio del infoentretenimiento en Internet: origen, desarrollo y perspectivas futuras. *AdComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, nº4, 63-79. DOI: <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2012.4.5>.

Berrocal, S. (2003). *Comunicación política en televisión y nuevos medios*. Barcelona: Ariel.

Blázquez, D. (2016). *La muerte del late night en la televisión española* [online] Los replicantes. Recuperado el 1 de junio de 2020 en <https://www.losreplicantes.com/articulos/la-muerte-del-late-night-en-television-espanola/>.

Cebrián Herreros, M. (1998). *Información televisiva. Mediaciones, contenidos, expresiones y programación*. Síntesis, Madrid.

Cuadros Palomares, M. (2012). Estereotipos en la radio según el horario de emisión y los contenidos radiofónicos. En J. C. Suárez Villegas, I. Liberia Vayá. y B. Zurbano-Berenguer, (coords.), *Libro de Actas. I Congreso Internacional de Comunicación y Género: 5, 6 y 7 de marzo de 2012* (pp.399-420). Sevilla: Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla.

Lacombe, D. (2019). Contre les violences patriarcales : #MeToo et #NiUnaMenos, voix des Amériques. *L'Ordinaire des Amériques* [En línea], Coin des curiosités, Résister aux normes et se confronter au *backlash*. Recuperado el 31 de agosto de 2020 en <http://journals.openedition.org/orda/4921>

Dominguez, M. (17 de septiembre de 2019) Emergencia Feminista: las mujeres se lanzan a la calle en Cádiz. Diario 16. Recuperado el 13 de agosto de 2020 en <https://diario16.com/emergencia-feminista-las-mujeres-se-lanzan-a-la-calle-en-cadiz/>.

Durántez-Stolle, P. y Martínez-Sanz, R. (2019). El *politainment* en la construcción transmediática de la imagen del personaje político. *Communication & Society*,32(2),111-126.

Fernández Rincón, A. R. (2019). Activismo, co-creación e igualdad de género: la comunicación digital en la huelga feminista del 8M. *Dígitos: Revista de Comunicación Digital* (5), 56-74.

García Aguilera, I. C. (2019). Mujeres e infoentretenimiento. El papel de las conductoras de programas en los infoshows españoles según sus audiencias. *Revista del grupo de investigación AdMIRA sobre Análisis de Medios, Imágenes y Relatos Audiovisuales*, 2(7), 73-89.

García Avilés, J. A. (2007). El infoentretenimiento en los informativos líderes de audiencia de la Unión Europea. *Anàlisi* 35, 47-63.

García Estévez, N. (2012). La mujer presentadora en la programación diaria de televisión: La1 de TVE, Antena 3 y Telecinco. En J. C. Suárez Villegas, I. Liberia Vayá. y B. Zurbano-Berenguer, (coords.), *Libro de Actas. I Congreso Internacional de*

*Comunicación y Género: 5, 6 y 7 de marzo de 2012* (pp. 603-617). Sevilla: Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla.

Gómez Martín, M. (2006). Los nuevos géneros de la neotelevisión. *Area Abierta*, (13), 1-8. Recuperado el 20 de abril de <https://search.proquest.com/docview/208171766?accountid=14795>.

Gordillo, I. et al. (2011). Hibridaciones de la hipertelevisión: información y entretenimiento en los modelos de infoentertainment. *Comunicación 1* (9), 93-116.

Guillermoprieto, A., (2020). *¿Será que soy feminista?* Barcelona: Literatura Random House.

Llanos Montetes, M, (2019) *El tratamiento de la figura de la mujer en los programas de infoentretenimiento* (Trabajo de Fin de Grado) Universitat Autònoma de Barcelona, Barcelona.

Lozano, J. C. (2004). Espectacularización de la información en noticieros televisivos de Canadá, Estados Unidos y México. En *Diálogo Político*, nº1, año XXI. Buenos Aires: Fundación Konrad-Adenauer-Stiftung, 101-116.

Mercado-Sáez, M. (2019). Infoshow y géneros dialógicos en la programación española. En J. Muñoz Jiménez, S. Martínez Martínez y B. Peña Acuña (coord.), *La realidad audiovisual como nuevo vehículo de comunicación*, Barcelona: Gedisa, 287-300.

Morejón Llamas, N. (2012). La representación femenina en los programas de humor españoles: el caso de Sé lo que hicisteis, Tonterías las justas, El intermedio y El hormiguero. *Investigación y género, inseparables en el presente y en el futuro: IV Congreso Universitario Nacional Investigación y Género*, Sevilla, 1241-1254.

Movistar Plus (2019). Las que faltaban. Sobre el programa. Recuperado el 10 de abril de 2020 en <http://www.movistarplus.es/cero/lasquefaltaban/sobreelprograma>.

Núñez Domínguez, T. (2008). La mujer objeto y sujeto televisivo: la mujer como personaje de la TV, la mujer espectadora. En T. Núñez Domínguez y F. Loscertales Abril (coord.), *Los medios de comunicación con mirada de género*, Sevilla: Universidad de Sevilla, 121-138.

Organización de Naciones Unidas (2020). Día Internacional de la Mujer, 8 de marzo. Recuperado el 1 de septiembre de 2020 en <https://www.un.org/es/observances/womens-day>.

Pedrero, L. M. (2008). Armas de seducción catódica: Los géneros de entretenimiento en la neotelevisión contemporánea. En P. Sangro y A. Salgado. *El entretenimiento en TV: Guión y creación de formatos de humor en España*. Barcelona: Laertes Ediciones.

Redondo García, M.; Ventura Meneu, M. y Berrocal Gonzalo, S. (2020). Nuevos roles del líder político en programas televisivos de infoentretenimiento. *Doxa Comunicación*, 30, 37-53.

Ricart Ricart, D. (2019). *Las mujeres y el humor: el papel y la representación de las mujeres en los programas de humor de televisión* (Trabajo de Fin de Grado) Universitat Autònoma de Barcelona, Barcelona. Recuperado el 5 de junio de 2020 en <https://ddd.uab.cat/record/213000>.

Ruiz Hervás, Y. (2015). *En Busca Del Late Night De Éxito En España, ¿Cualquier Tiempo Pasado Fue Mejor?* [online] Vive tu TV: series, curiosidades y lo mejor de la televisión. Recuperado el 1 de mayo de 2020 en <https://www.vivephlipstv.com/late-night-espana-cualquier-tiempo-pasado-fue-mejor/>.

Salgado, A. (2006). Orígenes y evolución histórica del "late night show" en Estados Unidos, como principal formato de entretenimiento televisivo. *Comunicación y pluralismo* (2), 99-118.

Salgado, A. (2010). Actualidad y entretenimiento en los programas de televisión: de la terminología a la realidad profesional. *Trípodes* (27), 59-73. Recuperado el 8 de abril de 2020 en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5840467>.

Salgado, A. y Campos G. (2013). Palabra y televisión. Las cualidades formales de la presentación de formatos de entretenimiento. *Actas Icono 14*, nºA4, 547-565.

Santander, P. (2011). Por qué y cómo hacer Análisis de Discurso. *Cinta de Moebio*, (41), 207-224. Recuperado el 10 de febrero de 2020 en <http://dx.doi.org/10.4067/S0717-554X2011000200006>.

Van Dijk, T. (1992). Discurso y desigualdad. *Estudios de Periodismo*, 1, 5-20.

Van Dijk, T. (2002). El análisis crítico del discurso y el pensamiento social. *Athenea Digital. Revista de Pensamiento e Investigación Social*, (1),18-24. ISSN: 1578-8946. Recuperado el 25 de agosto de 2020 en <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=537/53700102>.

Vázquez-Sande, P. (2017). Politainment en televisiones autonómicas españolas: Land Rober como espacio piloto. En F. J. Herrero-Gutiérrez & C. Mateos-Martín (Coords.), *Del verbo al bit*, 2160-2188. Recuperado el 20 de abril de 2020 en [www.revistalatinacs.org/16SLCS/2017\\_libro/108\\_Vazquez.pdf](http://www.revistalatinacs.org/16SLCS/2017_libro/108_Vazquez.pdf).