

PROYECTO FIN DE GRADO



**Resistencia a la mediocridad:
Análisis del Impacto y Popularidad
del Programa La Resistencia a través
de la Figura de David Broncano.**

Autor: Carmen Gladys Bermejo Gómez

Tutor: David Stendardi

Grado: Comunicación Publicitaria

Convocatoria: Junio 2024







PROYECTO FIN DE GRADO

**Resistencia a la mediocridad: Análisis del Impacto
y Popularidad del Programa La Resistencia
a través de la Figura de David Broncano.**

Autor: Carmen Gladys Bermejo Gómez
Tutor: David Stendardi
Grado: Comunicación Publicitaria
Convocatoria: Junio 2024

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
UNIVERSIDAD EUROPEA DE CANARIAS



LA RESISTENCIA

Figura 1: Antigua cabecera de La Resistencia.
Fuente: Revista española Diez Minutos, 2018.

AGRADECIMIENTOS



En primer lugar, quiero expresar mi más sincero agradecimiento a mi tutor David Standardi. Su orientación y apoyo incondicional a lo largo de este Proyecto de Fin de Grado han sido fundamentales para el desarrollo del trabajo y poder llevarlo a cabo de forma rigurosa.

También deseo agradecer al resto de los profesores que me han acompañado durante estos cuatro años del grado en Comunicación Publicitaria. Cada uno de ustedes ha dejado una huella imborrable en mi formación profesional y personal que me llevaré para toda la vida. Gracias por compartir sus conocimientos, sus valiosos consejos y por motivarme a explorar nuevas ideas y enfoques en el campo de la publicidad, la comunicación y el diseño gráfico.

Además, agradezco profundamente a Mónica Rafael por cederme las fotos que tomó cuando asistió como público al programa de La Resistencia. Este material gráfico ha sido de gran ayuda para ilustrar y enriquecer mi proyecto, aportando un valor visual significativo que no habría sido posible sin sus fotografías.

Por último, quiero agradecer a Alberto Ríos, Leonardo González y Fernando de la Rosa por dedicarme su tiempo y permitirme realizarles las entrevistas. Su disposición y colaboración han sido esenciales para la recopilación de información valiosa y para ofrecer perspectivas únicas a mi proyecto.

Y, sobre todo, quiero reconocer el esfuerzo y la determinación que me llevaron a elegir esta carrera. Agradezco a la joven Gladys de hace cuatro años por haber tomado la decisión de emprender este camino. Los desafíos y el esfuerzo diario me han llevado a alcanzar este momento, y hoy soy consciente del potencial que tengo para lograr grandes cosas en el futuro.

RESUMEN:

El presente Proyecto de Fin de Grado tiene como objetivo general profundizar en el análisis del programa La Resistencia y su destacado éxito a pesar de las percepciones de mediocridad. Para ello, se ha llevado a cabo un riguroso análisis y justificación del marco teórico, utilizando teorías de la comedia y el humor en televisión, así como explorando la transformación de la televisión española y la influencia de la televisión y los medios digitales en la cultura contemporánea. Se ha hecho especial énfasis en el análisis del programa La Resistencia, centrándose en los factores que contribuyen a su fama a pesar de las percepciones de mediocridad, así como en su éxito a pesar de las críticas recibidas. Se ha llevado a cabo una investigación que incluyó entrevistas a seguidores acérrimos del programa y encuestas a una muestra más amplia para recabar diversas opiniones. Como conclusión, se destaca que La Resistencia ha logrado consolidarse como un programa de televisión relevante y de gran influencia en el panorama mediático español; a pesar de las percepciones notables de mediocridad, el programa ha demostrado llevar a cabo una identidad única junto a una estrategia eficaz y ha sido capaz de conectar con la audiencia a través de un contenido fresco y entretenido.

PALABRAS CLAVE: Programa de televisión, David Broncano, mediocridad, *late night*, humor, comunicación, audiencia y redes sociales.

ABSTRACT:

The present Final Degree Project aims to delve into the analysis of the program La Resistencia and its remarkable success despite perceptions of mediocrity. To achieve this, a rigorous analysis and justification of the theoretical framework has been carried out, using theories of comedy and humor on television, as well as exploring the transformation of Spanish television and the influence of television and digital media on contemporary culture. Special emphasis has been placed on the analysis of the program La Resistencia, focusing on the factors that contribute to its fame despite perceptions of mediocrity, as well as its success despite the received criticism. An investigation was carried out, which included interviews with devoted followers of the program and surveys of a larger sample to gather diverse opinions. In conclusion, it is highlighted that La Resistencia has managed to establish itself as a prominent television program with great influence in the Spanish media landscape. Despite notable perceptions of mediocrity, the program has demonstrated a unique identity along with an effective strategy and has been able to connect with the audience through fresh and entertaining content.

KEYWORDS: Television program, David Broncano, mediocrity, late night, humor, communication, audience y social media.

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Antigua cabecera de La Resistencia.	07
Figura 2: David Broncano, presentador de La Resistencia.	16
Figura 3: Invitada Eva Soriano. Episodio 85 - Temporada 6.	18
Figura 4: Teatro Arlequín Gran Vía, Madrid.	19
Figura 5: Teatro Príncipe Gran Vía, Madrid.	22
Figura 6: Invitadas “Las Chicas del Cable”. Episodio 51 - Temporada 2.	23
Figura 7: Teorías de la comedia y el humor.	25
Figura 8: Canal de La Resistencia incluido en el paquete Movistar Plus + Lite.	26
Figura 9: Imagotipo de Movistar Plus +.	27
Figura 10: Evolución de la inversión en publicidad.	28
Figura 11: Inversión en medios controlados.	29
Figura 12: David Broncano en la mesa de entrevistas.	34
Figura 13: Entrada del Teatro Príncipe Gran Vía, Madrid.	35
Figura 14: Evolución de los logotipos de los canales de TVE.	39
Figura 15: Colores corporativos de los canales actuales de TVE.	39
Figura 16: Serie “Lleno por favor” de 1993.	41
Figura 17: Serie “Farmacia de guardia” de 1991.	41
Figura 18: Serie “Médico de familia” de 1995.	43
Figura 19: Serie “A las once en casa” de 1998.	43
Figura 20: Serie “Tres hijos para mí solo” de 1995.	43
Figura 21: Serie “Aída” de 2005.	45
Figura 22: Serie “Aquí no hay quien viva” de 2003.	45
Figura 23: Serie “Los serrano” de 2003.	45
Figura 24: Serie “La que se avecina” de 2007.	47
Figura 25: Serie “Paquita Salas” de 2016.	47
Figura 26: Serie “Vergüenza” de 2017.	47
Figura 27: “La noche se mueve”, primer <i>late night</i> en España.	48
Figura 28: Programa “El Informal” de 1998.	49
Figura 29: Programa “Late Motiv” de 2016.	49
Figura 30: Escenario del Teatro Príncipe Gran Vía, Madrid.	51
Figura 31: David Broncano en el podcast de La Pija y La Quinqui.	54
Figura 32: Premios y nominaciones de La Resistencia.	55
Figura 33: Invitado Berto Romero. Episodio 106 - Temporada 6.	57
Figura 34: Programas y audiencia de La Resistencia por temporada.	59
Figura 35: Audiencia media de La Resistencia por temporada.	59
Figura 36: Retrato de Miquel Montoro.	60

Figura 37: Retrato de Becky G.	61
Figura 38: Retrato de Ester Expósito.	61
Figura 39: Retrato de Jordi ENP.	62
Figura 40: Retrato de Gerard Piqué.	62
Figura 41: Colaboradores principales de La Resistencia.	64
Figura 42: David Broncano junto a Berto Romero en Late Motiv.	66
Figura 43: Wyoming junto a los colaboradores de El Intermedio.	67
Figura 44: David Broncano junto a Pablo Motos en El Hormiguero.	68
Figura 45: Sección La tarjeta de El Hormiguero.	69
Figura 46: <i>Banner</i> publicitario de la colaboración entre La Resistencia y Donettes.	70
Figura 47: <i>Packaging</i> de la edición limitada de Donettes	71
Figura 48: Historia de Instagram de La Resistencia publicitando a Media Mark.	71
Figura 49: Sergio Bezos, encargado actual del <i>preshow</i> de La Resistencia.	75
Figura 50: Persona del público seleccionada para ver el programa en la piscina de bolas.	76
Figura 51: Colaboradores de La Resistencia.	77
Figura 52: Invitadas Silvia Alonso e Ingrid García-Jonson. Episodio 112 - Temporada 5.	78
Figura 53: Portada de la Temporada 7 de La Resistencia.	79
Figura 54: Análisis de la narrativa de La Resistencia.	81
Figura 55: Trayectoria Profesional de David Broncano.	82
Figura 56: David Broncano en el teatro de La Resistencia.	83
Figura 57: <i>Banner</i> publicitario del Canal 24 horas de La Resistencia.	84
Figura 58: Momento del público a través del micro abierto.	85
Figura 59: Invitado Federico Martín. Episodio 82 - Temporada 2.	87
Figura 60: Canal de YouTube de La Resistencia.	88
Figura 61: Cuenta de Instagram de La Resistencia.	88
Figura 62: Cuenta de TikTok de La Resistencia.	89
Figura 63: Cuenta de X de La Resistencia.	89
Figura 64: El medio a través del cual los encuestados ven el programa.	92
Figura 65: Los encuestados consideran que el éxito del programa se debe a la personalidad de David Broncano.	93
Figura 66: Los encuestados consideran que la falta de guion estructurado contribuye a la autenticidad del programa.	93
Figura 67: Los encuestados consideran que la falta de guion estructurado contribuye a la autenticidad y frescura del programa.	93
Figura 68: Equipo de La Resistencia. Temporada 3.	95
Figura 69: Críticas hacia La Resistencia en sus redes sociales.	98
Figura 70: Encuesta sobre el traslado de La Resistencia a RTVE.	100
Figura 71: Comentarios positivos de La Resistencia en sus redes sociales.	101

ÍNDICE DE CONTENIDO

1. Introducción	15	5. Factores de la Fama de La Resistencia	73
1.1. Contexto del programa La Resistencia	17	5.1 Estructura del programa	74
1.2. Planteamiento del problema	18	5.1.1. Análisis de la narrativa del programa	80
2. Diseño de la investigación	21	5.1.2. La figura de David Broncano	81
2.1. Justificación y Marco Teórico	23	5.1.3. Estrategia de contenido y humor	84
2.1.1. Teorías de la comedia y el humor en televisión	24	5.2. Interacción con la audiencia	85
2.1.2. Influencia de la televisión y medios digitales en la cultura contemporánea	26	5.3. Influencia en la cultura popular	86
2.2. Objetivos de la investigación	30	5.4. Papel de las redes sociales	87
2.3. Hipótesis	32	6. Análisis de datos e información	91
2.4. Metodología	33	6.1. Análisis de encuestas	92
2.5. Recopilación y análisis de datos	35	6.2. Análisis de entrevistas	94
3. La Transformación de la Televisión Española	37	7. Críticas y Controversias	97
3.1. Historia de la televisión y la comedia en España	40	7.1. Opiniones divergentes y de los expertos sobre el programa	98
3.2. Evolución de los programas de entrevistas	48	7.2. Éxito a pesar de las críticas	100
3.3. Estrategias de comunicación y publicidad en televisión	50	8. Conclusiones	103
4. Análisis del Programa La Resistencia	53	8.1. Resumen de hallazgos	104
4.1. Características del programa	54	8.2. Importancia de la estrategia de comunicación	105
4.2. Recursos utilizados y percepción de mediocridad	56	8.3. Reflexión sobre la fama y la mediocridad aparente	105
4.3. Impacto en la audiencia y en la industria televisiva	58	9. Bibliografía y webgrafía	109
4.4. Comparación con otros programas de <i>late night</i>	65	10. Anexos	117
4.5. Marcas que colaboran con La Resistencia	70	10.1. Entrevistas	118
		10.2. Encuestas	126

01

INTRODUCCIÓN



1. Introducción

Este Proyecto Final de Grado tiene como objetivo llevar a cabo una investigación y analizar en detalle el programa televisivo La Resistencia, dirigido por el carismático presentador David Broncano, con el fin de comprender las razones detrás de su destacada notoriedad. Además, se propone explorar los elementos que han contribuido al éxito del programa, desafiando las percepciones iniciales de mediocridad.

La investigación se basa en un enfoque multidimensional que aborda la diversidad de invitados, el estilo de comunicación de David Broncano, la estrategia de programación sin guion estructurado y la interacción del programa con la audiencia a través de las redes sociales. Además, se contextualiza La Resistencia en la historia de la televisión en España, situándose en el contexto evolutivo de los programas de entrevistas.

Este trabajo se presenta con la finalidad de examinar cómo un programa aparentemente singular ha logrado destacar y ganarse la atención del público, desafiando así las percepciones convencionales de un programa que utiliza recursos aparentemente mediocres y explorando su posición como un fenómeno cultural en la televisión contemporánea.

Figura 2: David Broncano, presentador de La Resistencia.
Fuente: ECD Confidencial Digital, 2024.



1.1. Contexto del programa La Resistencia

La Resistencia es un programa de televisión español que se emite de lunes a jueves a las 23:30h (22:30h en Canarias) en la plataforma Movistar Plus +. Este *late night show* es presentado por el famoso cómico David Broncano en el Teatro Príncipe Gran Vía de Madrid desde la quinta temporada de emisión, ya que las cuatro anteriores fueron presentadas en el Teatro Arlequín; actualmente, se está emitiendo la temporada número 7. Además, el programa es producido por El Terrat Producciones, S.L y dura aproximadamente entre 65 y 75 minutos.

En el año 2018, David Broncano dejó su habitual colaboración en los programas Late Motiv y LocoMundo para presentar La Resistencia, el primer *late late show* en España, este formato fue inspirado por algunos programas de televisión de Estados Unidos como programas de final de la noche. Actualmente, La Resistencia es dirigida por Ricardo Castella que además de ser el apuntador del programa, junto a su compañero, el *beatboxer* Marcos Martínez, también conocido como Grison, ambos interpretan la música durante su emisión del falso directo ya que el programa se graba durante la tarde y se emite la misma noche de la grabación.

Durante el programa de La Resistencia, se realizan diferentes secciones con una amplia variedad de colaboradores como Jorge Ponce, guionista y colaborador principal, así como Ernesto Sevilla, Ignatius Farray, Antonio Resines, Berto Romero, Candela Peña y Dani Rovira entre otros. Algunas de estas secciones destacan por su

carácter surrealista, extravagante y, en ocasiones, son consideradas mediocres, con bajo presupuesto e inútiles; al igual que alguna que otra entrevista improvisada sin guión que David Broncano ha llevado por caminos sorprendentes e inusuales.

Cabe mencionar que Broncano durante la entrevista tiene como tradición preguntar a los invitados a cerca de la cifra de dinero que tiene en el banco y el número de veces que ha mantenido relaciones sexuales en el último mes, estas preguntas, consideradas provocativas y audaces, rompen con las convenciones habituales de las entrevistas televisivas, generando momentos de sorpresa e incomodidad que reflejan la irrespetuosa característica de La Resistencia. El propio programa afirma “Cada noche de lunes a jueves, David Broncano se enfrenta a un late late night que ha supuesto todo un fenómeno televisivo al crear una nueva forma de hacer televisión. Con su peculiar humor, las cosas pueden tomar rumbos insospechados”.

1.2. Planteamiento del problema

El planteamiento del problema se basa en la aparente paradoja que rodea al programa televisivo La Resistencia. A pesar de que este *late night* recibe ciertas críticas y lo denominan como un programa mediocre, el *show* de David Broncano ha logrado gran notoriedad y una base de seguidores notable en la televisión española. Esta discrepancia plantea interrogantes sobre los factores que contribuyen al éxito del programa y cómo la audiencia percibe y responde a su presunta mediocridad. En este sentido, resulta crítico profundizar en los elementos específicos que han permitido a La Resistencia no sólo sobrevivir, sino prosperar en un entorno mediático de alta competencia.

Se solicita comprender, no sólo cómo el programa ha configurado la permanencia y fidelización, sino también el éxito de un programa televisivo que rompe los estereotipos de la televisión tradicional. La Resistencia destaca por su tono irreverente lejos de los géneros canónicos, a pesar de las críticas que cuestionan su calidad y contenido. Además, es crucial explorar cómo el programa ha evolucionado y adaptado su contenido a lo largo de sus siete temporadas, por ello, se plantea la necesidad de comprender cómo el equipo creativo detrás del programa ha respondido a las críticas y desafíos, ajustando y refinando su enfoque para mantenerse relevante y atractivo para la audiencia.

Asimismo, se busca analizar la resistencia del programa ante la adversidad y comprender cómo ha logrado mantener y cultivar una base de seguidores leales a lo largo de sus múltiples temporadas. Esto implica examinar la conexión emocional entre el programa y su audiencia, así como la percepción del público sobre el valor y la relevancia del contenido ofrecido por La Resistencia a lo largo del tiempo.



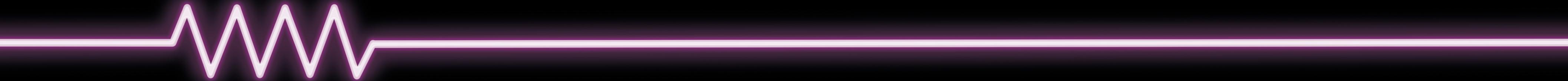
Figura 3: Invitada Eva Soriano. Episodio 85 - Temporada 6.
Fuente: Página web de El Terrat, 2018.



Figura 4: Teatro Arlequin Gran Vía, Madrid.
Fuente: Cuenta de X de Movistar Plus +, 2020.

02

DISEÑO DE LA
INVESTIGACIÓN





2. Diseño de la investigación

El diseño principal de esta investigación comprende varios elementos clave que han sido minuciosamente examinados. En primer lugar, se detalla la justificación de la investigación que se basa en la necesidad de comprender la paradoja entre la percepción de mediocridad del programa La Resistencia y su notable éxito en términos de audiencia y relevancia cultural. Para ello, se recurre a un marco teórico que abarque áreas como la teoría de la comunicación, la cultura mediática y el entretenimiento televisivo, que proporcionarán un contexto conceptual para el análisis del fenómeno.

A continuación, se establecerán los objetivos de la investigación, que se centrarán en los factores que contribuyen al éxito y profundizar en el análisis del programa, con el fin de formular una serie de hipótesis que guiarán la exploración y el análisis de datos. En cuanto a la metodología, se emplea tanto métodos cuantitativos como cualitativos para recopilar información sobre la audiencia y su impacto en la cultura popular. Y por último, se lleva a cabo una recopilación exhaustiva de datos pertinentes, seguida de un análisis detallado de los mismos para identificar tendencias y patrones sobre la paradoja de la mediocridad y el éxito del programa.

Figura 5: Teatro Príncipe Gran Vía, Madrid.
Fuente: Fotografía cedida por Mónica Rafael, 2024.



Figura 6: Invitadas "Las Chicas del Cable". Episodio 51 - Temporada 2.
Fuente: Revista estadounidense Esquire, 2020.

2.1. Justificación y Marco Teórico

Este estudio sobre el programa de La Resistencia y su análisis acerca de los motivos que explican su éxito a pesar de las percepciones de mediocridad, se justifica por su significativa importancia en el panorama televisivo español y su notable influencia en la audiencia. La relevancia de este estudio radica en su capacidad para proporcionar una comprensión más profunda y matizada de un fenómeno cultural y mediático contemporáneo. Además, al analizar la popularidad y el impacto de La Resistencia, se pueden extraer lecciones importantes sobre las preferencias y comportamientos del público en el contexto de los medios de comunicación actuales.

El estudio se basa en un marco teórico multidisciplinario que abarca áreas como las teorías de la comedia y el humor en televisión, la cultura mediática, la influencia de la televisión y medios digitales en la cultura contemporánea, la comunicación y publicidad televisiva

y digital, la psicología del espectador y el análisis de impacto de audiencia en redes sociales. Estas áreas proporcionan una base sólida para comprender cómo se relaciona La Resistencia con los espectadores y qué papel desempeña en el panorama televisivo actual.

Examinamos cómo el programa, desde la producción hasta la recepción, influye en la percepción y el comportamiento de la audiencia, además de su interacción con otros medios. Asimismo, se considera cómo La Resistencia refleja la cultura contemporánea y cómo los programas de televisión y las estrategias publicitarias influyen en su éxito. Finalmente, este marco teórico orienta la investigación para explorar en profundidad los diferentes aspectos de La Resistencia y su impacto en la cultura mediática española contemporánea.

2.1.1. Teorías de la comedia y el humor en televisión

Las teorías de la comedia y el humor en televisión se centran en comprender cómo se utilizan diferentes técnicas humorísticas para crear efectos cómicos en los espectadores. Basándose en la tipología propuesta por Morreall (1983) y desarrollada por Critchley (2011), hay ciertas teorías que estudian aspectos como el estilo de comedia, el uso de la ironía y la interacción con la audiencia para entender cómo se construye el humor, y su impacto en la percepción del programa.

Una de las teorías más populares es la Teoría de la Superioridad y afirma que el humor se basa en la percepción de superioridad sobre los demás a través de la risa, el sarcasmo o la ridiculización de determinados comportamientos o características. Según Jáuregui (2019), algunos principales teóricos del humor han desarrollado la idea de que la risa es un instinto agresivo que se activa cuando uno nota los defectos, errores, deficiencias o desgracias de otra persona. Y a pesar de que los orígenes de esta teoría se remontan a Platón y Aristóteles, la versión más célebre fue formulada por el filósofo inglés Hobbes (1940) y sostenía que: “Un hombre del que se ríe es un hombre sobre el que se triunfa”; quien dijo además, que reímos cuando nos sentimos superiores a una persona determinada, a un grupo de personas o a nosotros mismos en un pasado.

Otra teoría importante es la Teoría de la Incongruencia, esta teoría afirma que el humor sucede cuando hay una discrepancia entre lo que se espera y lo que realmente ocurre. Henrigillis y Gimbel (s.f)

pueden decir que la mayoría de los investigadores aceptan la Teoría de la Incongruencia como la forma más precisa y verdadera de explicar el humor y, a menudo, es el punto de partida de muchos estudios en disciplinas como la filosofía, la psicología y la ciencia cognitiva. Cebrecos (2014) afirma que la Teoría de la Incongruencia en la televisión puede manifestarse en situaciones absurdas como diálogos irónicos o personajes que cuestionan las normas sociales, en este contexto, la incongruencia se convierte en una herramienta creativa para generar humor y mantener el interés de la audiencia al introducir elementos inusuales e inesperados en las tramas televisivas.

Por otra parte, la Teoría de la Recepción se inicia durante los años cincuenta, y afirma el hecho de ocuparse de la recepción y efecto de los textos literarios en el lector, en otras palabras, enfatiza el papel activo del destinatario, tanto en el proceso de lectura como en el efecto del texto en la recepción. Así, el lector se convierte en el centro de la investigación, especialmente del trabajo que realiza en el proceso de comunicación literaria (Guzmán, 1992). Hoy en día, la Teoría de la Recepción sugiere que la conexión emocional puede ser un factor clave para atraer y retener a la audiencia; esta teoría proporciona un marco para comprender cómo los espectadores atribuyen significado al contenido televisivo; además, se enfatiza la importancia de la autenticidad y la conexión emocional en la recepción e interpretación del programa (Pérez, 2010). En el caso de La Resistencia, la conexión emocional viene de la autenticidad de las

interacciones entre el presentador David Broncano y los invitados, así como del tono espontáneo del programa.

Es relevante resaltar el contexto de la Teoría de la Cultura Mediática, se destaca la transformación de los espectadores, que desde la antigüedad se han considerado medios pasivos y a día de hoy, en la era contemporánea, se han convertido en un público participativo. La diversidad de opciones de entretenimiento y la accesibilidad a través de diversas plataformas y redes sociales han permitido que los consumidores asuman un papel más activo en la selección y consumo de contenidos televisivos (Montoya, 2004). Esta perspectiva reconoce la influencia bidireccional entre la audiencia y los creadores de contenido, lo que resulta crucial al considerar el fenómeno de La Resistencia.

La Resistencia influye en la percepción y el comportamiento de la audiencia a través de su estilo humorístico, su enfoque fresco y su capacidad para abordar temas relevantes de manera entretenida y reflexiva. El programa crea una conexión emocional con los espectadores al ofrecerles un espacio donde pueden reír, reflexionar y sentirse identificados. Además, Aguilera (2020) afirma que mediante la interacción con invitados de diversos ámbitos y el propio público, hace que el programa fomente un sentido de comunidad y participación activa, lo que puede influir en las actitudes y opiniones de los espectadores sobre una variedad de temas sociales, culturales y políticos.

Es importante mencionar cómo este programa no solo ha logrado captar la atención y entretener a su audiencia, sino también empoderarla de una manera única. Minerías (2023) afirma que La Resistencia quiere mantener su esencia característica a lo largo de los años, pero el equipo de producción siempre está en búsqueda de innovación y frescura. Con cada nueva temporada, se espera que se introduzcan elementos novedosos que sorprendan a la audiencia y mantengan su interés. La Resistencia ha recibido elogios tanto de críticos como de espectadores por su frescura, originalidad y capacidad para sorprender. Además, ha sabido utilizar de manera eficaz las redes sociales para mantener a su público comprometido y crear un sentido de comunidad en línea en torno al programa.



Figura 7: Teorías de la comedia y el humor. Fuente: Elaboración propia, 2024.

2.1.2. Influencia de la televisión y medios digitales en la cultura contemporánea

Según la periodista y divulgadora Emma López (2020), la televisión es el medio de comunicación más influyente en el mundo, es decir, la televisión es un gran medio de comunicación de masas y una herramienta fundamental para educar, concienciar y ayudar a la sociedad a reflexionar, por lo que sin duda alguna, la televisión tiene un gran significado en la cultura; todo esto es gracias a sus transmisiones que brindan información, cultura y entretenimiento. A través de programas, series, películas y noticias, la televisión juega un papel importante en la configuración de la cultura contemporánea, influyendo en la forma en que pensamos, nos comportamos y nos relacionamos con el mundo que nos rodea. La televisión también ayuda en la construcción de identidades individuales y colectivas, además de crear un ámbito público compartido, puede reforzar o desafiar las identidades sociales y culturales existentes.

Uno de los aspectos clave que aborda la psicología del espectador en el contexto televisivo es la identificación con los personajes y situaciones presentadas en la pantalla. Los espectadores pueden sentir empatía o simpatía hacia ciertos personajes, actores o presentadores, lo que influye en su nivel de involucramiento emocional con la trama o situación y en su capacidad para conectarse con el programa, serie o película. Además de conectar con los personajes y situaciones mostradas en la pantalla, la psicología del espectador también tiene en cuenta cómo los aspectos visuales y auditivos, como la música, la cinematografía y el montaje, impactan en la experiencia del espectador. Estos elementos pueden influir en el ambiente, la intensidad emocional y la percepción global del programa, ayudando a sumergir al espectador en la historia televisiva (Mínguez y Cabrera, 2015).

Por otro lado, en medios digitales, se estudia cómo la sobreexposición a ciertos tipos de contenido digital puede afectar el bienestar emocional y mental de los usuarios, además, se analiza cómo la interacción constante con dispositivos digitales puede moldear las percepciones y relaciones sociales de los individuos. La velocidad a la que la información se propaga a través de las plataformas digitales puede tener un impacto mucho mayor en la creación de opiniones y creencias amplias. Además, la presencia universal de los medios sociales y la capacidad de las plataformas digitales para segmentar y personalizar el contenido pueden crear cámaras de eco y esferas informativas en las que las personas ven solo puntos de vista y opiniones que coinciden con los suyos, lo que puede afectar la polarización social y política (Carlsson, 2011).

Adentrándonos en la era contemporánea, la influencia de la televisión ha experimentado una transformación significativa con el crecimiento de plataformas digitales y hoy en día, estas plataformas de *streaming* están empezando a superar a la televisión tradicional en términos de alcance de audiencia y consumo de contenidos. Por esta razón, diversos programas han capitalizado esta tendencia al asociarse con plataformas de *streaming* para llegar a una audiencia más amplia y diversa, como es el caso de La Resistencia, al asociarse y transmitir su programa en Movistar Plus+. Esta estrategia ha permitido que el programa no solo alcance a espectadores tradicionales de televisión, sino también a aquellos que prefieren consumir contenido a través de dispositivos digitales y servicios de *streaming*.



Figura 9: Imagotipo de Movistar Plus+. Fuente: Página web de Escape Digital, 2021.

La Resistencia logra interactuar con otros medios al reflejar la cultura contemporánea a través de su contenido y sus plataformas de difusión. A través de distintas plataformas digitales como Movistar Plus+, YouTube, Instagram, X y TikTok, el programa aborda temas actuales y relevantes, utilizando referencias culturales y sociales para conectar con la audiencia. Además, mediante su participación en eventos mediáticos, La Resistencia se posiciona como un reflejo de las tendencias y discusiones más destacadas en la sociedad actual. Su capacidad para adaptarse y dialogar con otros medios y plataformas contribuye a su influencia en la cultura contemporánea.



Figura 8: Canal de La Resistencia incluido en el paquete Movistar Plus+ Lite. Fuente: Página web de AVPasión, 2023.

La famosa revista digital de *marketing* y publicidad ReasonWhy (2024) comenta: “El móvil domina, pero la televisión resiste”. La pandemia mundial de la Covid-19 aceleró el proceso de la demanda para dispositivos inteligentes y se han convertido en una parte integral de la vida moderna ya que estos dispositivos han venido para quedarse. Este aumento se ha observado a nivel global, con un incremento del 41% en todo el mundo desde el año 2019 y aunque son las redes sociales las que siguen acaparando la mayor parte de las audiencias diarias, nuevos dispositivos electrónicos como pulseras inteligentes o las Smart TV han tenido un aumento de ventas significativos en los últimos años, con un incremento del 46% y 19% respectivamente. Es por ello que el mercado de la publicidad digital ya es más vigoroso y tiene mayor proyección de crecimiento que el de la televisión. Desde el 2002 la inversión en publicidad en video digital ha estado por encima de la publicidad televisiva, y se espera que esta tendencia continúe en aumento en los próximos años.

De acuerdo con las estadísticas y datos proporcionados por Statista Market Insights y publicados en la web www.puromarketing.com (2024), el gasto global en publicidad televisiva y en video alcanzó la suma de un total de 208.000 millones de euros en el año 2023, experimentando un notable incremento del 10,5% con respecto al año 2022. Este aumento se debe principalmente al crecimiento del gasto en publicidad digital, que constituyó el 62,7% del total en ese mismo período. Teniendo en cuenta también el contraste con la publicidad televisiva tradicional que experimentó una disminución del 1,2% en 2023 con la cifra de 100.000 millones de euros; esto se debe al hecho de que la audiencia está cada vez más dividida entre

diferentes programas y canales por lo que las empresas de publicidad necesitan invertir más para asegurar el alcance de su público objetivo.



Figura 10: Evolución de la inversión en publicidad.
Fuente: Statista Market Insights, 2024.

Además, en lo que respecta al panorama general de la publicidad, los datos proporcionados por Infoadex (2024) revelan que la inversión total en todos los medios controlados alcanzó los 5.901,2 millones de euros en 2023. Por quinto año consecutivo, los medios digitales ocuparon el primer lugar con un 47,6% de participación, mientras que la televisión tradicional se posicionó como el segundo medio más importante en términos de volumen de negocio, con una participación del 29,4% del total de medios controlados.

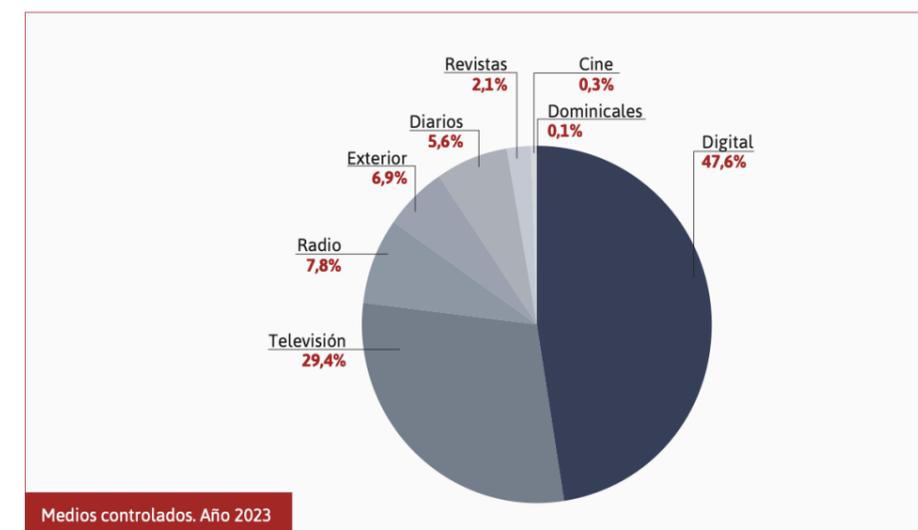


Figura 11: Inversión en medios controlados.
Fuente: Infoadex, 2024.

Las estrategias publicitarias, tanto en televisión como en medios digitales, juegan un papel clave en la generación de interés y visibilidad. Asociarse con marcas y patrocinadores proporciona recursos adicionales para la producción y promoción, contribuyendo así al éxito general del programa. El consumo televisivo y el uso de redes sociales fomentan la conversación social, siendo aprovechada por las marcas para promover sus productos a través de estrategias publicitarias dinámicas y participativas. Esta interacción no solo involucra a individuos, sino que también refleja la forma en que la publicidad impulsa la comunicación y la participación en la cultura contemporánea (Saavedra-Llamas, Papí-Gálvez y Perlado, 2020).

Cabe destacar que el programa de La Resistencia influye en la percepción y el comportamiento de la audiencia a través de su estilo humorístico, su enfoque innovador y su capacidad para abordar temas relevantes de manera entretenida. El programa crea una conexión emocional con los espectadores al ofrecerles un espacio donde pueden reír, reflexionar y sentirse identificados. Además, mediante su interacción con invitados de diversos ámbitos y la audiencia misma, La Resistencia fomenta un sentido de comunidad y participación activa, lo que puede influir en las actitudes y opiniones de los espectadores sobre una variedad de temas sociales, culturales y políticos (Aguilera, 2020).

A fecha 7 de marzo de 2024, el periódico El Mundo anuncia en exclusiva que Radio Televisión Española (RTVE) quiere fichar a La Resistencia junto a David Broncano para el *access time* de las tres próximas temporadas en La 1, por un gasto máximo de entre 12 y 14 millones por temporada. La intención del ente público es competir contra El Hormiguero con un programa con target más joven y con una línea editorial más progresista (Mucientes, 2024). El posible traslado de La Resistencia a la cadena pública RTVE plantea un dilema interesante. Si bien esta oportunidad podría significar una mayor exposición para el programa y una ampliación de su audiencia, también podría implicar un cambio significativo en su formato y contenido. Al ser una cadena pública, RTVE tiene ciertas normativas y filtros de contenido más estrictos en comparación con las plataformas privadas, esto podría limitar la libertad creativa y la capacidad de La Resistencia para mantener su estilo irreverente, que ha sido uno de los principales atractivos del programa.

2.2. Objetivos de la investigación

A continuación, se presentan los objetivos de esta investigación. El objetivo general se basa en profundizar en el análisis del programa La Resistencia y su destacado éxito a pesar de las percepciones de mediocridad. Asimismo, los objetivos específicos son:



01

Analizar los elementos específicos que contribuyen al éxito del programa La Resistencia, a pesar de las percepciones de mediocridad que pueda generar.



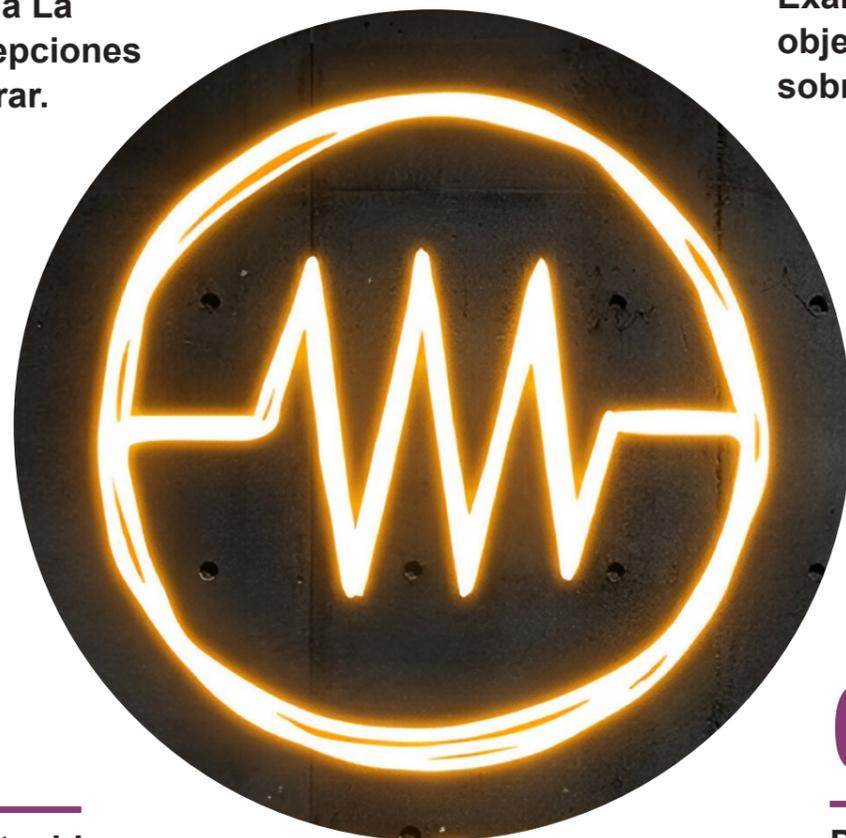
02

Explorar el papel de David Broncano como presentador y su influencia en el éxito del programa.



03

Investigar la relación entre el contenido, el formato y la estrategia comunicativa del programa y su impacto en la audiencia.



04

Examinar las características del público objetivo del programa y su percepción sobre el contenido ofrecido.



05

Analizar la interacción del programa con las redes sociales y su impacto en la participación y el compromiso de la audiencia



06

Proporcionar una visión general de la cultura televisiva contemporánea en España a través del estudio de un caso emblemático como La Resistencia.



2.3. Hipótesis

Como eje central de esta investigación y en consonancia con los objetivos planteados previamente, se han formulado las siguientes hipótesis con el fin de explorar cómo La Resistencia mantiene un elevado nivel de éxito en su programa.

[H1]: A pesar de ser considerado como un programa de televisión mediocre, La Resistencia ha logrado mantener una audiencia fiel y ganar popularidad debido a su capacidad para conectar con el público a través de un contenido fresco y entretenido.

[H2]: La figura de David Broncano desempeña un papel crucial en el éxito del programa, ya que su estilo único de presentación y su humor irreverente son un factor importante para atraer y retener a la audiencia.

[H3]: La interacción activa con la audiencia a través de las redes sociales y la participación del público durante el programa contribuyen significativamente a su popularidad y a su capacidad para generar *engagement*.

2.4. Metodología

La población de este estudio está compuesta por todos los espectadores potenciales del programa, es decir, todas las personas que podrían potencialmente ver el programa en televisión o a través de medios digitales. Dado que la población es bastante amplia y diversa, se selecciona una muestra para llevar a cabo esta investigación.

La muestra consiste en un grupo más reducido de individuos seleccionados de forma conveniente a la población total. Se prioriza la inclusión de una variedad de perfiles demográficos relevantes para la audiencia del programa y comprende tanto a espectadores habituales como ocasionales. Además, se busca incorporar diferentes grupos de edad, género y formación, para capturar una imagen completa y diversa de la audiencia de La Resistencia.

La metodología utilizada en esta investigación emplea una triangulación que integra tanto métodos cualitativos como cuantitativos para obtener una comprensión más completa y profunda del fenómeno estudiado. El motivo principal por el cual se ha decidido realizar este tipo de método en la investigación es debido a que la triangulación metodológica ofrece una ventaja significativa al permitir la comparación de resultados obtenidos a través de diferentes enfoques de investigación. Según Benavides y Gómez-Restrepo (2005), cuando dos estrategias de investigación muestran resultados similares y coherentes, esto refuerza la validez de los hallazgos y proporciona una mayor confianza en las conclusiones obtenidas. Sin embargo, si los resultados son contradictorios, la triangulación

ofrece una oportunidad invaluable para explorar la complejidad del fenómeno en estudio desde diversas perspectivas. Este enfoque amplio en la interpretación de los resultados enriquece la comprensión del fenómeno y brinda la posibilidad de generar nuevas preguntas e hipótesis, fomentando así el desarrollo de nuevos planteamientos y líneas de investigación.

Además, se ha llevado a cabo un análisis descriptivo en el que se incluyen reflexiones detalladas y se han recopilado datos provenientes de diversas fuentes, como páginas web y revistas especializadas en el ámbito televisivo. Estas fuentes proporcionan una variedad de información relevante sobre La Resistencia y otros aspectos relacionados con el entretenimiento y los medios de comunicación. Este análisis descriptivo no se limita únicamente a recoger datos, sino que también implica una interpretación y contextualización de la información obtenida, lo que permite identificar tendencias, patrones y características relevantes del programa, así como comprender mejor su influencia en la cultura popular y su interacción con la audiencia.

Desde el punto de vista del método cuantitativo, se ha llevado a cabo una encuesta a través de Google Forms en la que se han obtenido 116 respuestas. Esta encuesta contiene diecinueve preguntas; tres de ellas respecto a preguntas demográficas y las dieciséis restantes respecto al programa de La Resistencia. Va dirigida a un público más amplio, con el objetivo de capturar una variedad de perspectivas y opiniones divergentes sobre el programa de La Resistencia.

Asimismo, a lo largo del estudio se ha llevado a cabo el análisis de gráficas, datos e información que proporcionan una visión numérica de varios aspectos relacionados con el programa de La Resistencia. Esto incluye la evaluación de métricas como las audiencias y la cuota de pantalla, así como la inversión en publicidad y el alcance de las campañas promocionales. Además, se han analizado datos sobre la interacción en redes sociales, tales como el número de seguidores, *likes*, comentarios y compartidos, con el fin de comprender mejor el impacto y la relevancia del programa en formatos digitales.

Por otro lado, respecto al método cualitativo, se han realizado entrevistas en profundidad con individuos que sean espectadores

habituales y consumidores recurrentes del programa, con el fin de explorar en detalle sus experiencias, percepciones y opiniones más concretas. La entrevista cuenta con un guion previamente diseñado para indagar en aspectos específicos relacionados con su experiencia como espectadores, las percepciones sobre el contenido del programa y su relación con otros medios de entretenimiento. Se ha llevado a cabo la entrevista a tres individuos, los cuales son seguidores frecuentes de La Resistencia, ya sea a través de la propia transmisión televisiva o mediante la visualización y participación activa en las redes sociales asociadas al programa. Todo esto, con la finalidad de obtener una comprensión más completa y enriquecedora de las experiencias y opiniones de la audiencia fiel de La Resistencia.



Figura 12: David Broncano en la mesa de entrevistas.
Fuente: Plataforma de Movistar Plus +, 2023.

2.5. Recopilación y análisis de datos

La recopilación y el análisis de datos se ha llevado a cabo de manera exhaustiva y multidimensional. En primer lugar, se han utilizado los resultados de la encuesta. Estas respuestas han sido examinadas y categorizadas para identificar patrones significativos que luego fueron visualizados a través de gráficos para una mejor comprensión. Además, la recopilación de datos se complementa con la información proporcionada por las entrevistas en profundidad a individuos específicos que consumen ocasionalmente el programa y que brindan la oportunidad de observar una perspectiva más detallada y cualitativa sobre la experiencia del espectador y sus opiniones sobre el contenido y la presentación del programa.

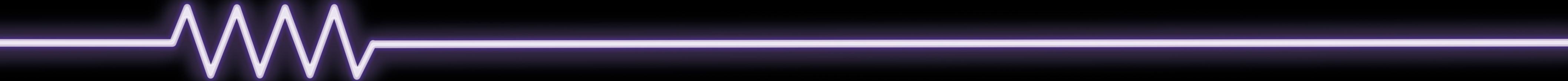
A posteriori, se ha realizado un análisis integrado de todos los datos recopilados, combinando los hallazgos de la encuesta con los *insights* obtenidos de las entrevistas para obtener una comprensión más completa y matizada del fenómeno en estudio. Este enfoque metodológico permite una exploración profunda de la relación entre la percepción de mediocridad del programa y su éxito, proporcionando así una base sólida para las conclusiones y recomendaciones que surjan de la investigación.



Figura 13: Entrada del Teatro Príncipe Gran Vía, Madrid.
Fuente: Fotografía cedida por Mónica Rafael, 2024.

03

LA TRANSFORMACIÓN DE LA
TELEVISIÓN ESPAÑOLA



3. La Transformación de la Televisión Española

En España, la primera demostración de televisión se remonta a 1948, pero no fue hasta el 28 de octubre de 1956 cuando se inauguró la programación diaria, marcando esta fecha como el comienzo oficial de la televisión en España. Un año más tarde, empiezan a emitirse anuncios publicitarios: el primer anuncio publicitario en directo fue en 1957 donde se veía un panel de la marca de cigarrillos Winston tras los presentadores de un programa musical. Posteriormente en 1958 llegaron los anuncios filmados, el primer anuncio grabado y emitido en TVE fue de un reloj Omega Sea Master.

Adentrándonos en los años 60, en 1962 se potenciaron los contenidos televisivos basados en informativos, películas, dramáticos y series televisivas, hasta el año 1963 con la aparición del videocasete o también llamada cinta de video, que permitía grabar y reproducir analógicamente la programación. Tres años después, el 15 de noviembre de 1966 apareció un segundo canal de TVE, llamado TVE2, conocida en sus orígenes como la UHF, donde se emitían los contenidos deportivos, culturales y de servicio público con una audiencia más reducida en comparación con la primera cadena; este enfoque tenía como objetivo preparar a TVE para competir por la atención del público en el futuro. En 1969, TVE comienza a transmitir en el sistema PAL, lo que permitía emitir programas en color; sin embargo, la carencia de infraestructura adecuada, especialmente la escasez de cámaras y magnetoscopios a color, postergó la producción regular de contenido en color hasta 1973 (Equipo nuevo Prisma, 2012).

Con la llegada de 1978, la norma suprema del ordenamiento jurídico español protegía el derecho «a comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión» (Constitución Española de 1978, artículo 20). Por lo que el 10 de enero de 1980 el Estatuto de la Radio y la Televisión, englobó en el Ente Público Radiotelevisión Española las sociedades estatales Radio Nacional de España, Radio Cadena Española y Televisión Española (Ley 4/1980). Varios años más tarde, tras la Ley de Televisión Privada, en 1990 se liberalizó el mercado televisivo en España y se crearon las primeras cadenas privadas, las cuales fueron Telecinco, Antena 3 y Canal +.

En 1994, se inauguró la televisión por satélite en España con el lanzamiento de Vía Digital, la primera plataforma digital en el país. Durante este período, TVE continuó su estrategia de diversificación de canales temáticos, añadiendo a su oferta Teledeporte y Canal Clásico, conocido hoy en día como Clásico TVE. Y con la introducción de la Televisión Digital Terrestre (TDT), Televisión Española ha emergido como el líder en el avance de la televisión digital en España. En esta fase de implementación inicial, se ofrecen una variedad de canales que incluyen La 1, La 2, 24h, Teledeporte, Clan, Canal Parlamento y TVE HD.



Figura 14: Evolución de los logotipos de los canales de TVE. Fuente: Página web de Fórmula TV, 2017.

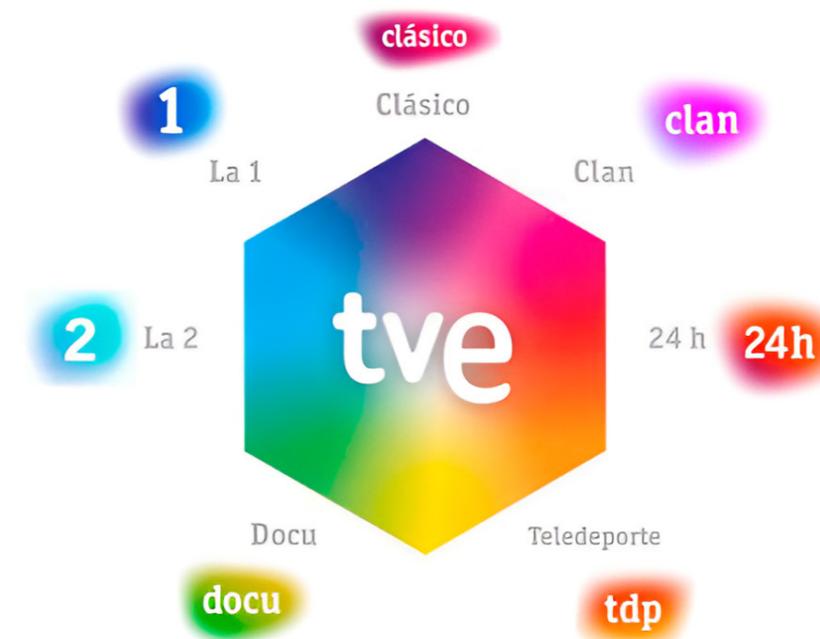


Figura 15: Colores corporativos de los canales actuales de TVE. Fuente: Página web de Fórmula TV, 2017.

3.1. Historia de la televisión y la comedia en España

La historia de la televisión y la comedia en España ha sido marcada por una evolución significativa a lo largo del tiempo. Desde los primeros programas de entretenimiento hasta la era actual de la televisión digital, se han producido cambios importantes en el formato, el contenido y la audiencia. La comedia en la televisión española ha pasado desde las primeras producciones humorísticas hasta la diversificación de géneros y estilos cómicos. Se permiten diferenciar cuatro etapas que coinciden con las establecidas por Gómez-Rodríguez (2017).

01

La comedia familiar blanca (1990 - 1994):

En esta época, la comedia televisiva en España adoptó de forma fiel el modelo clásico de la *sitcom* - término con el que se le conoce popularmente en inglés y que surge de la unión de las palabras *situation* y *comedy* -. La comedia de aquellos años tenía características propias de una tradición televisiva arraigada en la cadena pública. Estas series se inspiraron en una ficción de humor costumbrista y familiar, reflejando temas y situaciones que resonaban con la audiencia española. Se destacaron por su enfoque en las dinámicas familiares, las relaciones interpersonales y los conflictos cotidianos, presentados en un tono ligero y cómico.

La serie “Lleno, por favor”, emitida en Antena 3 (1993), gira en torno a una familia compuesta por un padre, una madre y una hija joven que gestionan una gasolinera. Así como “Farmacia de guardia” en TVE (1991) que mostraba la vida de una familia propietaria de una farmacia de barrio y las situaciones cómicas y emotivas que surgían en su día a día.



Figura 16: Serie “Lleno por favor” de 1993.
Fuente: Página web de Fórmula TV, 2016.



Figura 17: Serie “Farmacia de guardia” de 1991.
Fuente: Diario digital español, El Confidencial, 2023.

La renovación de la tradición (1995 - 2002):

Sin embargo, a partir del año 1995, el género de la comedia en España comenzó a adquirir una identidad propia, inspirada en el formato estadounidense pero con adaptaciones significativas. Según Gómez (2020) se mantuvieron ciertos aspectos característicos del formato original, pero al mismo tiempo se eliminaron y añadieron otros nuevos. Una de las diferencias más notables fue la duración de los programas, lo que condujo a cambios en la estructura y contenido. Estas series de larga duración se transmiten en *prime time* - horario de máxima audiencia - y se observa una fusión entre la vida personal y profesional de los protagonistas, lo que añade profundidad y complejidad a las historias, además de incluir un mayor número de tramas y personajes principales, así como elementos de continuidad y serialización en las historias.

Durante este periodo, se observa una evolución en la representación de la estructura familiar en las series de televisión españolas. Aparecen familias monoparentales debido a situaciones como el divorcio, la separación o la viudedad, lo que refleja una realidad social más diversa y contemporánea. Ejemplos de estas nuevas dinámicas familiares se pueden encontrar en series como “Médico de familia” en Telecinco (1995), “Tres hijos para mí solo” en Antena 3 (1996), o en tramas que involucran a padres divorciados que forman nuevas familias al volver a casarse como en “A las once en casa” en TVE (1998). Además, se comienza a representar la vida en pareja sin hijos, como se muestra en la serie “Contigo pan y cebolla” en TVE (1997).

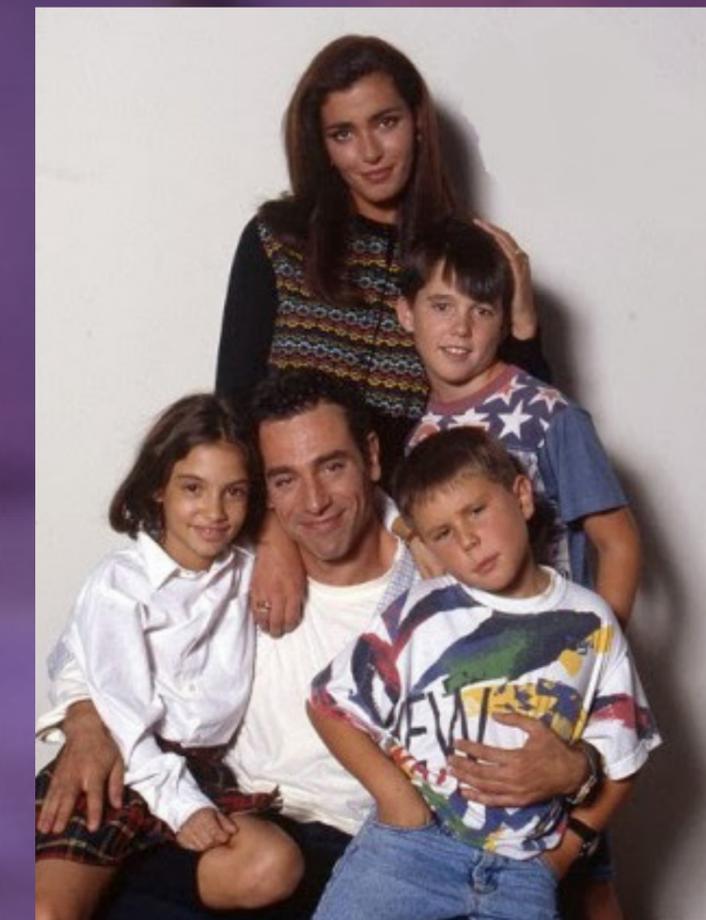


Figura 18: Serie “Médico de familia” de 1995.
Fuente: Diario digital español, El Mundo, 2020.



Figura 19: Serie “A las once en casa” de 1998.
Fuente: Página web de Fórmula Tv, 2015.

Figura 20: Serie “Tres hijos para mí solo” de 1995.
Fuente: Página web de Palabras a punto, 2013.



Buscando la variedad en formatos y temáticas (2003 - 2007):

Estas producciones televisivas se caracterizan por abordar una variedad de formatos y temáticas que responden a la evolución de la sociedad española. La comedia se convierte así en un medio a través del cual se pueden explorar y debatir temas relevantes y actuales, como las transformaciones en las relaciones interpersonales, los roles de género, la diversidad cultural y otros aspectos de la vida contemporánea. Ramírez y Cobo (2013) afirman que se normalizó la representación de personajes homosexuales en las series de televisión españolas, aunque aún se mantenían estereotipos como el del homosexual feminizado y sin éxito profesional. No fue sino hasta la última década cuando se empezaron a eliminar estos estereotipos y se comenzó a presentar una representación más diversa y realista de la comunidad LGBTQ+. Este enfoque más moderno y progresista

de la comedia televisiva contribuye a su popularidad y relevancia en la sociedad española de ese momento.

La serie “Aída”, emitida en Telecinco (2005), derivada de un personaje de “7 Vidas” en Telecinco (1999), se distinguió por presentar una familia disfuncional con un humor subversivo, abordando temas cotidianos con una perspectiva ácida y divertida. Por otro lado, “Aquí no hay quien viva” emitida en Antena 3 (2003), exploró la dinámica social a través de estereotipos en una comunidad de vecinos, reflejando las complejidades y contradicciones de la vida urbana. Mientras que, “Los Serrano” en Telecinco (2003) optó por retratar dinámicas familiares más tradicionales, centradas en las relaciones intergeneracionales y los conflictos cotidianos.

Figura 21: Serie “Aída” de 2005.
Fuente: Página web de Palabras a punto, 2013.



Figura 22: Serie “Aquí no hay quien viva” de 2003.
Fuente: Página web de Antena 3, 2023.



Figura 23: Serie “Los serrano” de 2003.
Fuente: Periódico español, Las Provincias, 2023.

La comedia pierde protagonismo (2008 - actualidad):

En las últimas décadas, la comedia televisiva ha experimentado un cambio notable debido a la diversificación de la oferta televisiva y la segmentación del público; varias cadenas de televisión han adaptado sus estrategias para atraer a audiencias específicas. Antena 3, se enfocó en ofrecer contenido para toda la familia, mientras que Telecinco se orientó hacia un público interesado en la prensa rosa y los *reality shows*. TVE dirigió su programación hacia espectadores más maduros, y Cuatro y La Sexta se dirigieron especialmente a los jóvenes. Este cambio en las preferencias del público llevó a una disminución del protagonismo de las *sitcoms* de humor fácil y en algunos casos, optaron por producir versiones nacionales de series extranjeras exitosas.

Cabe destacar la expansión significativa de plataformas de *streaming* como Netflix, HBO, Amazon,

Prime Video y Movistar Plus +, que a partir del año 2010 en adelante, ha marcado un hito significativo en la forma en que se consume contenido audiovisual. Estas plataformas ofrecen una amplia variedad de series y películas, muchas de las cuales compiten directamente con la programación tradicional de televisión.

Ejemplos como “La que se avecina” emitida en Telecinco (2007) que sigue la vida de los vecinos de un complejo residencial, continuando con el legado de “Aquí no hay quien viva” en Antena 3 (2003). Las desventuras de una excéntrica representante de actores en su búsqueda de la fama y el éxito en la industria del entretenimiento en “Paquita Salas” (2016) emitida en la plataforma de *streaming* Netflix o la vida de una pareja que trata de sobrevivir a situaciones embarazosas, “Vergüenza” en Movistar Plus + (2017).

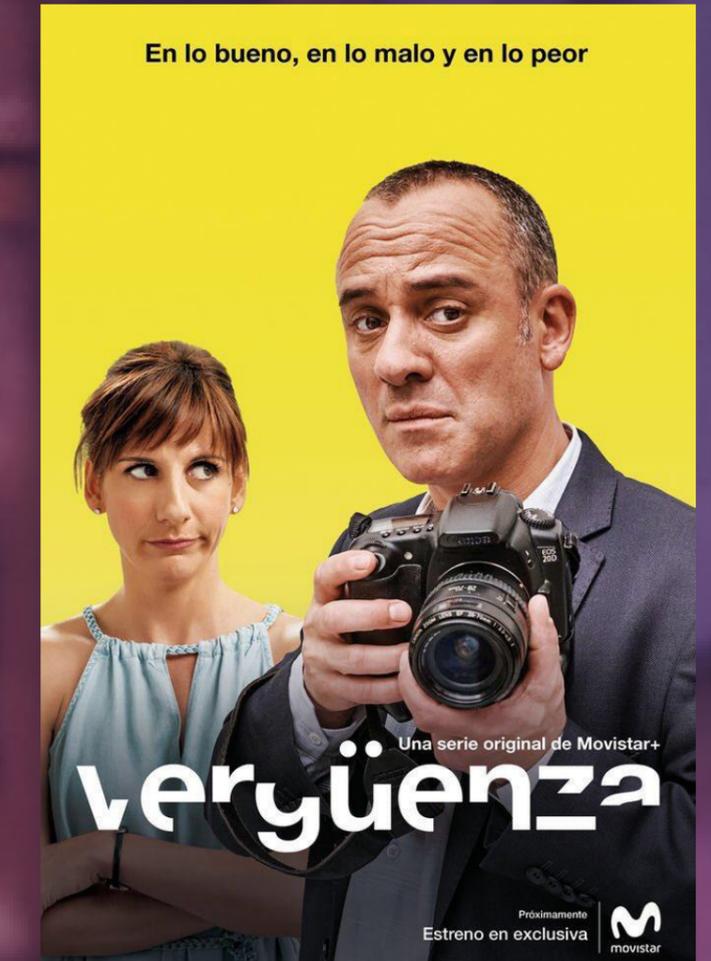


Figura 24: Serie “La que se avecina” de 2007.
Fuente: Periódico digital español, AS, 2023.



Figura 25: Serie “Paquita Salas” de 2016.
Fuente: Página web de Webedia, 2018.

Figura 26: Serie “Vergüenza” de 2017.
Fuente: Página web de FilmAffinity, 2017.



3.2. Evolución de los programas de entrevistas

El *talk show* - programa de entrevistas - como género televisivo, ha desarrollado a lo largo del tiempo una serie de características distintivas que lo definen. Con su presentador, invitados y participación activa del público, se presenta como un género televisivo versátil que puede adoptar diversas formas, como entrevistas, debates, coloquios, tertulias o testimonios. Además de su formato reconocible, el *talk show* se ha destacado por su capacidad para generar interacción en vivo con la audiencia, ofreciendo un espacio donde se abordan temas de actualidad, entretenimiento y cultura popular de manera dinámica y cercana (Diego y Guerrero-Pérez, 2021).

En el ámbito del *late night*, donde se emite el programa La Resistencia, el formato del *late show* surgió por primera vez en Estados Unidos en 1950, aprovechando una franja horaria hasta entonces poco explotada: la última hora de la noche, justo antes de la madrugada (Salgado, 2006). Este formato llegó a España en 1992 con el estreno de “La noche se mueve”, presentado por el Gran Wyoming en Telemadrid. A pesar de esto, durante los siguientes años, el formato del *late show* experimentó una evolución significativa, adaptándose a las preferencias del público y a las dinámicas culturales del país.



Figura 27: “La noche se mueve”, primer *late night* en España.
Fuente: Página web de La Hemeroteca del Buitre, 1992.

Según Aguilera (2020), uno de los aspectos más destacados de esta evolución fue el énfasis en el humor y la sátira política, esta última, es un subgénero dentro de la sátira, especializado en entretener a partir de asuntos relacionados con la política, aunque también, puede abordar una amplia gama de temas con la finalidad de generar política, todo esto para entretener, generar atención y hacer reflexionar al público. Este aspecto es especialmente evidente en programas como “El Informal” emitido en Telecinco (1998) y “Late Motiv” en Movistar Plus + (2016). Estas producciones no solo ofrecían entrevistas con celebridades y análisis de la actualidad, sino que también incorporan *sketches* cómicos y parodias, convirtiéndose en una parte integral de la cultura televisiva española.



Figura 28: Programa “El Informal” de 1998.
Fuente: Página web de Globo Media, 1992.



Figura 29: Programa “Late Motiv” de 2016.
Fuente: Página web de Fórmula TV, 2017.

Además, con la proliferación de plataformas digitales y redes sociales, los programas de entrevistas han tenido que adaptarse para mantenerse relevantes en un entorno mediático en constante cambio. Ahora, muchos programas de entrevistas no solo se transmiten por televisión, sino que también tienen una presencia activa en línea, a través de canales de YouTube, redes sociales y servicios de *streaming*. Esta presencia en múltiples plataformas ha ampliado el alcance de estos programas y ha permitido una mayor interacción con la audiencia, que puede participar en tiempo real a través de comentarios, encuestas y preguntas, aclara Fernández (2023).

En cuanto a La Resistencia, el programa ha sido un hito en la evolución de los programas de entrevistas en España. Con un enfoque fresco y carismático, combina entrevistas con celebridades, secciones divertidas y segmentos inesperados, todo ello bajo la conducción cautivante de David Broncano. Además, La Resistencia ha destacado por su capacidad para atraer a un público joven y diverso, gracias a su estilo y su capacidad para abordar temas contemporáneos de manera entretenida y accesible.

3.3. Estrategias de comunicación y publicidad en televisión

Debido a la sobreexposición constante a estímulos a lo largo del día, es esencial comprender cómo funcionan las estrategias de comunicación y publicidad en televisión para captar la atención del público. Según Mínguez y Cabrera (2015), en primer lugar, es crucial entender que en un entorno saturado de información, el desafío principal radica en destacar entre el ruido mediático, por lo tanto, al intentar conectar con la audiencia, el objetivo inicial debe ser generar una llamada de atención relevante y sobre todo, impactante.

Generar atención en los espectadores es un proceso continuo y dinámico pero lo que realmente captura la atención es el procesamiento de estímulos inesperados, sorprendidos o no predecibles. En un entorno saturado de información, los publicitarios buscan crear un contexto libre de distracciones para sus anuncios comerciales. Para lograr esto, utilizan una variedad de técnicas conocidas como captadores atencionales. Estas estrategias buscan generar sorpresa, intriga o emoción en la audiencia, lo que les permite destacarse entre el flujo constante de mensajes y captar la atención del público de manera efectiva. Al emplear estos captadores, los anunciantes aumentan las posibilidades de que sus mensajes sean percibidos y recordados (Leal y Quero, 2011).

Por otro lado, otro de los objetivos fundamentales de la publicidad y la comunicación televisiva es lograr que un mensaje publicitario se instale de manera perdurable en la memoria de la audiencia. Sabemos que gran parte de la información que recibimos

a diario tiende a desvanecerse con el tiempo. Por lo tanto, el desafío radica en que esa información relevante se transfiera de la memoria a corto plazo a la memoria a largo plazo, donde pueda ser recordada y recuperada de manera efectiva en el futuro (Sánchez, s.f.). Para lograr este objetivo, los publicitarios y comunicadores televisivos recurren a diversas estrategias. Una de ellas es la repetición, que consiste en exponer repetidamente el mensaje publicitario para reforzar su retención en la memoria. También se utilizan elementos visuales y auditivos impactantes que aumentan la probabilidad de que el mensaje sea recordado.

En el contexto televisivo, donde la competencia por la atención del público es feroz, las estrategias suelen ser creativas y dinámicas, aprovechando tanto los elementos visuales como los auditivos para crear impacto. Una de las estrategias más comunes es la segmentación del público objetivo, adaptando el mensaje y la forma de comunicación a las características demográficas, intereses y comportamientos de la audiencia específica. Además, se emplean técnicas de *storytelling* para conectar emocionalmente con el espectador, creando narrativas convincentes que resuenen con sus experiencias y valores.

En el caso específico de La Resistencia, el programa ha optado por una estrategia comunicativa singular que se alinea con su tono tan característico. Utiliza el humor como una herramienta principal para conectar con la audiencia, ya sea durante las entrevistas, como en los segmentos más cómicos y satíricos del programa. La presencia

activa en redes sociales y plataformas digitales también juega un papel crucial, permitiendo una interacción constante con el público y generando una comunidad comprometida (Aguilera, 2020).

Además, La Resistencia ha sabido capitalizar el poder de colaborar con cómicos y actores relevantes en cada una de sus secciones, así como ampliar su alcance y atrayendo a un público diverso y comprometido. Esta combinación de humor, interacción digital y alianzas estratégicas ha contribuido al éxito del programa, convirtiéndolo en un referente en la televisión española y en un caso ejemplar de cómo adaptar las estrategias de comunicación y publicidad al medio televisivo de manera efectiva y creativa.

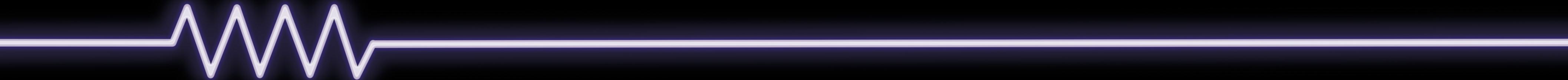
La estrategia de comunicación publicitaria del programa de La Resistencia se expondrá de manera más detallada en el siguiente apartado:



Figura 30: Escenario del Teatro Príncipe Gran Vía, Madrid.
Fuente: Fotografía cedida por Mónica Rafael, 2024.

04

ANÁLISIS DEL PROGRAMA
LA RESISTENCIA



4. Análisis del Programa La Resistencia

El análisis del programa La Resistencia se presenta como una exploración detallada de uno de los *late nights* más innovadores y populares del panorama televisivo actual. Por lo tanto, en este análisis se examinarán las características que hacen de La Resistencia un fenómeno televisivo, desde su formato único hasta su capacidad para mantenerse relevante a lo largo del tiempo. Además, nos adentraremos en aspectos como el análisis de las características del programa, la investigación de los recursos utilizados y su percepción de mediocridad, así como el impacto en la audiencia y en la industria televisiva, la comparación con otros programas de *late night* y la investigación de las marcas que colaboran con La Resistencia.

4.1. Características del programa

El programa de La Resistencia es un *late night* televisivo que ha logrado destacar por su estilo peculiar y profundamente humorístico. Presentado magistralmente por David Broncano, el programa se ha caracterizado desde sus inicios por su formato innovador y su habilidad para crear un ambiente informal y distendido que invita a la audiencia a sentirse parte del espectáculo.

En un podcast de La Pija y la Quinqui (2024), David Broncano como invitado afirmaba que gran parte del público de La Resistencia procedía originalmente de La Vida Moderna, programa de radio español que Broncano dirigía y presentaba. Sin embargo, a medida que las temporadas avanzaban, La Resistencia experimentaba un

aumento de su popularidad y se convertía en un fenómeno *mainstream*, atrayendo a una audiencia más amplia y diversa. Hoy en día, el público del programa refleja fielmente la diversidad de la sociedad española, abarcando una amplia gama de perfiles y preferencias.



Figura 31: David Broncano en el podcast de La Pija y La Quinqui. Fuente: Canal de YouTube de La Pija y La Quinqui, 2024.

Una de las características más distintivas de La Resistencia es la variedad de elementos que integra en cada episodio: desde entrevistas con invitados famosos y no tan famosos, hasta *sketches* humorísticos, pasando por monólogos cómicos, secciones interactivas con la audiencia y momentos de improvisación pura. Lo que realmente

destaca a La Resistencia es su capacidad para mantenerse fiel a su esencia mientras experimenta con diferentes formatos y enfoques creativos; la espontaneidad y la improvisación son elementos clave en el programa, que se distingue por su capacidad para abordar temas de actualidad de manera divertida, sin perder de vista la conexión con su audiencia.

Con un humor inteligente y audaz, La Resistencia ha conquistado a una amplia audiencia que valora su originalidad y su capacidad para desafiar las convenciones del *late night* televisivo. Este reconocimiento se ve respaldado por los numerosos premios y nominaciones obtenidos a lo largo de los años:

Figura 32: Premios y nominaciones de La Resistencia. Fuente: Elaboración propia, 2024.

PREMIOS Y NOMINACIONES		
LA RESISTENCIA		
PREMIOS ONDAS		
Año	Categoría	Resultado
2019	Mejor Programa de Entretenimiento	Ganador
PREMIOS EL SUPLEMENTO		
Año	Categoría	Resultado
2019	Mejor Programa de Entretenimiento	Ganador

PREMIOS ALMA		
Año	Categoría	Resultado
2021	Mejor Guion de Programa	Nominado
PREMIOS BERLANGA AL HUMOR		
Año	Categoría	Resultado
2022	Mejor Programa de Entretenimiento	Ganador
PREMIOS TIKTOK		
Año	Categoría	Resultado
2023	Mejor Marca de Comedia	Ganador
PREMIOS ROSE D'OR LATINO		
Año	Categoría	Resultado
2024	Mejor Programa de Entretenimiento	Nominado
PREMIOS IRIS		
Año	Categoría	Resultado
2021	Mejor Programa de Entretenimiento	Ganador
2021	Mejor Dirección de Entretenimiento	Nominado
2021	Mejor Guion de Entretenimiento	Nominado
2024	Mejor Programa de Entretenimiento	Ganador
2024	Mejor Guion de Entretenimiento	Ganador

4.2. Recursos utilizados y percepción de mediocridad

El programa de La Resistencia emplea una amplia variedad de recursos, desde el estilo humorístico y la dinámica entre el presentador y los invitados hasta la estructura del programa y la interacción con la audiencia. Sin embargo, algunos críticos y espectadores han señalado ciertos aspectos del programa como mediocres, como la aparente improvisación, la simplicidad de ciertos segmentos, la falta de sofisticación en la producción o la escasa búsqueda de información que tiene el presentador sobre el invitado para hacer una entrevista adecuada. Esta percepción de mediocridad puede variar según la sensibilidad y los gustos individuales de cada espectador, pero es importante analizar cómo estos aspectos afectan la experiencia global del programa y su recepción en el panorama televisivo.

La teoría del sándwich mixto, propuesta por el periodista Rodrigo Terrasa (2019) en su artículo para El Mundo afirma: “A nadie le disgusta un sándwich mixto pero difícilmente alguien lo elegiría para el menú de su boda o como última cena en el corredor de la muerte. No es un plato brillante, pero para salir del paso nunca está mal; cumple su función”. Terrasa utiliza la metáfora del sándwich mixto para ilustrar cómo lo que no destaca por ser excepcionalmente bueno o malo, sino más bien mediocre, está cada vez más presente en nuestra sociedad.

En la sociedad del sándwich mixto, lo mediocre se ha vuelto dominante debido a la comodidad y la seguridad que ofrece. Aunque no sea especialmente emocionante o inspirador, lo mediocre es

aceptable y accesible para la mayoría, lo que lo convierte en una opción preferida en muchos ámbitos de la vida moderna. Esto se refleja en la preferencia por lo seguro y lo convencional en lugar de lo arriesgado o innovador. En este contexto, el término mediocre no se refiere necesariamente a algo de baja calidad, sino más bien a algo que no sobresale ni en positivo ni en negativo, es decir, se trata de un término relativo que sugiere una falta de excelencia o distinción.

Desde esta perspectiva, podríamos interpretar la aparente mediocridad de ciertos aspectos de La Resistencia como parte de su estrategia para llegar a un público diverso y heterogéneo. Por un lado, el programa ofrece un humor sofisticado y reflexivo que puede apelar a una audiencia más exigente y conocedora, mientras que, por otro lado, incluye elementos más simples y populares que pueden resultar accesibles y entretenidos para un espectador menos familiarizado con la comedia más elaborada. Este enfoque híbrido permite que el programa mantenga su relevancia y popularidad en un mercado televisivo cada vez más fragmentado y diverso (Aguilera, 2020). En el caso de La Resistencia, la combinación de elementos de alta y baja cultura puede ser interpretada como una estrategia consciente para llegar a un público amplio y diverso, desafiando así las nociones tradicionales de calidad y originalidad en el ámbito televisivo.

En el episodio 103 de la temporada 6 de La Resistencia (2022), durante una entrevista con el reconocido comediante Berto Romero, se produjo un momento notable de mediocridad

cuando describió el programa, de manera humorística y entre risas, diciendo frases como: “Es el peor sitio en el que he estado en mucho tiempo. No sabía que habías degenerado tanto”. “Es flipante, no hace falta que haga nada, solo van rebotando gilipolleces de aquí a allá”. “Podrías poner un muñeco de trapo en mi lugar y daría igual”. Berto además, se ha referido al público como: “Es objetivamente lo peor, vosotros con la peor actitud, estáis celebrando ruido, sois como perros siguiendo latas de un coche, es increíble”.

Aunque dichas palabras estaban imbuidas de humor, su comentario subraya un aspecto de mediocridad que a menudo se percibe en el intercambio de ideas y diálogos del programa. Este tipo de observaciones, incluso cuando se hacen en tono ligero, ofrecen una perspectiva interesante sobre cómo el público y los propios invitados perciben el contenido del programa y sus interacciones.



Figura 33: Invitado Berto Romero. Episodio 106 - Temporada 6.

Fuente: Diario digital español La Vanguardia, 2023.

4.3. Impacto en la audiencia y en la industria televisiva

El programa de La Resistencia ha tenido un impacto significativo tanto en la audiencia como en la industria televisiva. A continuación, se llevará a cabo un análisis del programa, centrándose en la investigación de la audiencia de cada temporada y haciendo énfasis en la temporada actual, además, se estudiará la cuota de pantalla por cada temporada, las cinco entrevistas más vistas en la historia del programa y la polémica compra de La Resistencia por parte de RTVE y su traslado a la cadena pública.

La redactora de la sección de últimas noticias y críticas televisivas Esther Mucientes (2024) afirma en el periódico El Mundo que comparar un programa de televisión lineal con uno que se emite en plataforma de pago puede ser complicado ya que no tienen una audiencia lineal como las televisiones generalistas ni comportamientos similares. Sin embargo, se puede analizar la evolución de La Resistencia desde su inicio en 2018 hasta los últimos datos disponibles en marzo de 2024:

La Resistencia es un programa de televisión que comenzó en 2018 y ha experimentado cambios y evolución a lo largo de los años. Durante su primera temporada, que consta desde febrero hasta julio de 2018, el programa tuvo una cuota de pantalla del 0,43% y fue visto por una media de 42.000 suscriptores en el momento de la emisión. Adentrándonos en la segunda temporada, desde septiembre de 2018 hasta julio de 2019, La Resistencia tuvo un ligero crecimiento respecto a la audiencia ya que la cuota

subió hasta un 0,55% y alcanzó los 50.000 espectadores de media.

Al siguiente año, llegó entonces la mejor de las temporadas en la historia de La Resistencia, la temporada número 3 se emitió desde septiembre de 2019 hasta julio de 2020, el programa logró el 0,6% de cuota de pantalla y 53.000 espectadores de media. A partir de entonces, la cantidad de espectadores disminuyó significativamente. La temporada 4 que comenzó en septiembre de 2020 y finalizó en julio de 2021, se lograron 40.000 espectadores con un 0,5% de cuota de pantalla; mientras que en la temporada 5, desde septiembre de 2021 hasta julio de 2022 alcanzaron 19.000 espectadores y un 0,4% de *share*, ambas cifras un poco más bajas que la temporada anterior.

Llegados a la temporada número 6, desde septiembre de 2022 hasta julio de 2023, la cifra se redujo aún más a 14.000 espectadores y 0,2% de cuota de pantalla. Finalmente, la temporada actual, la número 7, que comenzó desde septiembre de 2023 hasta los datos conseguidos del mes de marzo de este año, se lograron solo 9.000 espectadores. Esto significa que la cuota de pantalla, que comenzó en un 0,43% en la primera temporada, actualmente se encuentra en un 0,1%.

La temporada actual de La Resistencia ha sido calificada por consultores televisivos como una “tendencia descendente confirmada” (Mucientes, 2024). Durante el mes de marzo de 2024, el programa alcanzó su peor desempeño histórico, con solo un 0,1% de cuota

de pantalla en promedio y tan solo 7.000 espectadores. Además, la primera semana de abril, que coincidió con la polémica del fichaje del presentador por RTVE, también se convirtió en la peor semana en la historia del programa, con solo un 0,06% de *share* y 5.000 espectadores.

TEMPORADA	CANAL	PROGRAMAS	ESTRENO	FINAL	AUDIENCIA MEDIA	
					ESPECTADORES	CUOTA
1	#0 por Movistar Plus +	84	01/02/2018	05/07/2018	42.000	0.43%
2		157	10/09/2018	04/07/2019	50.000	0.55%
3		157	10/09/2019	25/06/2020	53.000	0.6%
4		157	14/09/2020	08/07/2021	40.000	0.5%
5		156	13/09/2021	07/07/2022	19.000	0.4%
6		155	12/09/2022	07/07/2023	14.000	0.2%
7	Movistar Plus +	en emisión	11/09/2023	en emisión	9.000	0.1%

Datos de la T7 a fecha de 6 de abril de 2024*

Figura 34: Programas y audiencia de La Resistencia por temporada.
Fuente: Elaboración propia, 2024.

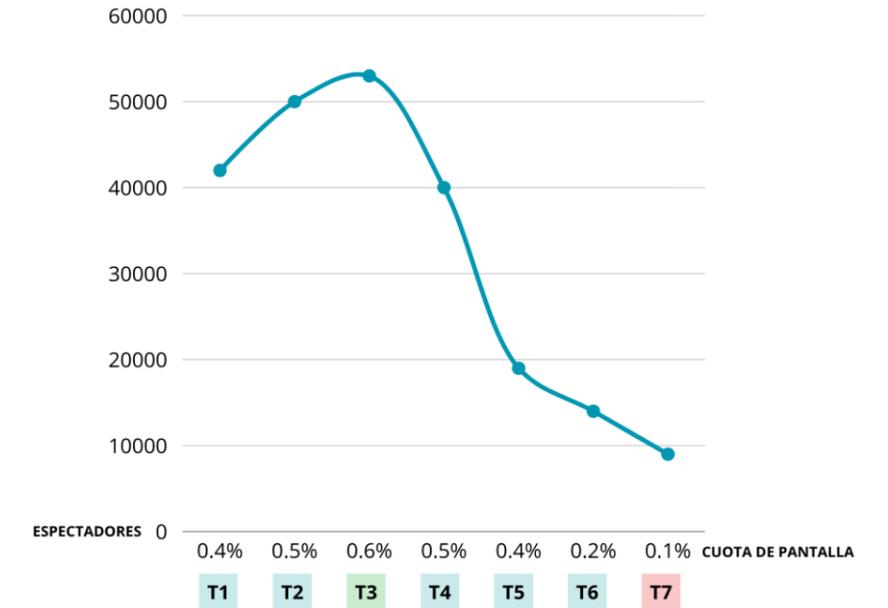


Figura 35: Audiencia media de La Resistencia por temporada.
Fuente: Elaboración propia, 2024.

Cientos de famosos de todos los ámbitos ya han visitado el programa de La Resistencia con un gran éxito de audiencia y las visitas al canal de YouTube no se quedan atrás, ya que también se reflejan números sorprendentes. Cada programa recibe cientos de miles de reproducciones y en algunos casos específicos, las visualizaciones superan varios millones. La Resistencia ha logrado cautivar a un público joven que se había distanciado de la televisión tradicional y su éxito se debe en parte a su presencia en distintas plataformas, especialmente la de YouTube.

Los datos presentados a continuación han sido extraídos de la plataforma de YouTube a fecha de 29 de abril de 2024, investigando las entrevistas publicadas en el canal de La Resistencia:

5º



Miquel Montoro

La quinta entrevista más vista de la historia de La Resistencia es la de Miquel Montoro, youtuber mallorquín que saltó a la fama en el año 2017 por un vídeo suyo que se hizo viral en redes sociales. El programa de La Resistencia de Miquel fue emitido durante la temporada 3, episodio 73, el 30 de enero de 2020 y su entrevista publicada en Youtube alcanzó los 9,3 millones de visualizaciones con 17 minutos y 14 segundos en la parte 1 y los 5,6 millones con 18 minutos y 52 segundos en la parte 2.

Figura 36: Retrato de Miquel Montoro.

Fuente: Periódico digital español Última Hora, 2020.

4º



Becky G

En cuarto lugar, le sigue la cantante y compositora estadounidense Becky G, programa emitido durante la primera temporada, episodio 78, el 26 de junio de 2018 y obtuvo la cifra de 9,9 millones de visualizaciones con 23 minutos y 4 segundos en Youtube. Becky G volvió al programa en la temporada 5 pero los números no son comparables con los que obtuvo en su primera visita ya que solo alcanzó las 763 mil visualizaciones.

Figura 37: Retrato de Becky G.

Fuente: Revista estadounidense GQ, 2018.

3º



Ester Expósito

El tercer puesto lo ocupa la actriz y modelo española Ester Expósito. Con tan solo 18 años, acababa de alcanzar la fama con su papel en la exitosa serie de Netflix "Élite" y visitó el programa de La Resistencia el 22 de octubre de 2018, en la temporada 2, episodio 25. Su entrevista en la plataforma de Youtube alcanzó las 10 millones de visualizaciones con 19 minutos y 55 segundos de entrevista.

Figura 38: Retrato de Ester Expósito.

Fuente: Revista estadounidense Vogue, 2020.

2º



Jordi ENP

En segundo lugar, el actor pornográfico español Ángel Muñoz, más conocido por Jordi ENP fue al programa de La Resistencia durante la temporada 1 en el episodio 40 y obtuvo la cifra de 11 millones de visualizaciones en Youtube con 24 minutos y 42 segundos de entrevista. Las bromas se desataron en X tan pronto se reveló quién sería el invitado de esa noche, por lo tanto, Broncano decidió destacar algunas de esas bromas para darle la bienvenida a Jordi a La Resistencia; el invitado admitió que las esperaba y que ya está acostumbrado a ellas.

Figura 39: Retrato de Jordi ENP.
Fuente: Periódico digital El Español, 2017.

1º



Gerard Piqué

Siendo así, la entrevista más vista de la historia de La Resistencia es la de, en aquel entonces, el futbolista y empresario catalán Gerard Piqué. El programa fue emitido el 28 de marzo de 2019, episodio 106 de la segunda temporada y obtuvo la cifra de 12 millones de visualizaciones con 25 minutos y 59 segundos de entrevista en la plataforma de YouTube.

Figura 40: Retrato de Gerard Piqué.
Fuente: Página web de Quién, 2023.

El origen de la entrevista de Gerard Piqué tiene una curiosa anécdota que se comentó durante el programa: el futbolista escribió al *Community Manager* del programa Álex Pinacho en X, en aquel entonces llamado Twitter, para preguntarle si podía autoinvitarse al programa. A lo que Pinacho le respondió con humor: “¡Hola, Gerard! Actualmente estamos desbordados y no nos quedan plazas para venir de público” (Menéndez y Chavarri, 2020).

Al analizar los datos de audiencia de La Resistencia a lo largo de su historia, podemos observar que los cinco programas más vistos corresponden a las primeras temporadas, desde la temporada 1 hasta la temporada 3. Estos datos sugieren un cambio en el interés del público a lo largo del tiempo, ya que las últimas temporadas se ha experimentado una notable disminución en las cifras de audiencia y lo que posiblemente haya hecho que La Resistencia se traslade a la cadena pública, con el fin de recuperar esas cifras tan altas que alcanzaban en 2020.

El 10 de abril de 2024 se anunció oficialmente que el Consejo de Administración de RTVE aprueba el fichaje de David Broncano y La Resistencia con cuatro votos a favor y dos en contra y con un coste de 28 millones de euros por 2 temporadas, desde septiembre de 2024 a julio de 2026 y aproximadamente, un coste medio de unos 87.000 euros por episodio. El objetivo del gobierno es que la cadena atraiga a un público más joven pero también tiene como finalidad, hacer la competencia a El Hormiguero. A partir de septiembre de 2024, Broncano dejará Movistar Plus + y empezará La Resistencia en La 1 en el mismo horario que El Hormiguero, de lunes a jueves después

del Telediario y RTVE se ha comprometido a ofrecer un mínimo de 115 capítulos anuales.

En cuanto a la audiencia, según comenta el periódico español 20 Minutos (2024), las cifras de la primera temporada serán irrelevantes para RTVE, pero de cara a la segunda temporada, se le exige a David Broncano un 7.5% de media. La audiencia media de La 1 en la franja de diez a once de la noche es de cerca 1,3 millones de espectadores y una cuota de pantalla de 9,5%, por lo que a Broncano no se le pide más de lo que hay actualmente en La 1, además, La Resistencia alcanza actualmente 10.000 espectadores en Movistar Plus +, una cifra que en comparación, es bastante más baja.

También es cierto que las audiencias en una plataforma de pago no son comparables a las de la televisión. Es importante tener en cuenta que la audiencia de un programa de televisión puede variar dependiendo de varios factores, como la saturación del mercado de programas de entretenimiento, cambios en las preferencias del público o la aparición de nuevos competidores en el panorama televisivo. En general, los programas de televisión lineal se emiten en horarios específicos y tienen una audiencia más amplia, ya que están disponibles para todos los espectadores que sintonizan el canal en ese momento. Por otro lado, los programas que se emiten en plataformas de pago suelen tener una audiencia más selectiva, ya que los espectadores deben suscribirse a la plataforma para acceder a ellos (Mucientes, 2024).

Además, existe una gran polémica e indignación interna por parte de los trabajadores de RTVE ya que nadie de ellos cobra 14 millones de euros de dinero público, por ese mismo motivo, se estima que el gobierno deberá recortar en otros programas o en sueldos de los trabajadores para poder permitirse pagarle esa gran cifra a Broncano (Ac2ality, 2024). A pesar de todo esto, la adaptación de La Resistencia saldrá más barata que lo que actualmente emite La 1 en esa franja, el programa de 4 Estrellas. Los 28 millones de euros serán repartidos para toda la producción, principalmente a cargo de las compañías El Terrat y Encofrados Encofrasa, con la posibilidad de contribución de recursos propios por parte de la corporación pública. En este presupuesto se contemplan los salarios de David Broncano, Ricardo Castella, Jorge Ponce, Grison y Sergio Bezos, quienes conforman el equipo habitual, así como los de otros colaboradores recurrentes y posibles incorporaciones al programa, aclara el periodista Marcos Méndez (2024) en el periódico www.eldiario.es en la sección Ver Tele.



4.4. Comparación con otros programas de *late night*

La Resistencia ha logrado destacarse por su frescura y singularidad en el panorama de los programas de *late night* en España. Con un estilo cómico y único, el programa se ha ganado un lugar especial entre los espectadores por su humor ácido y su capacidad para abordar temas controvertidos con un tono sarcástico. A continuación se explorará cómo La Resistencia se diferencia de otros programas del mismo género, centrándonos en su estilo distintivo y en las características que lo hacen sobresalir en el competitivo mundo de la televisión nocturna. Se presentarán otros programas que comparten horario y estilo similar, permitiendo así una comparación detallada y más completa de La Resistencia en el universo de los *late night shows* en España.

Los datos presentados a continuación se han obtenido de manera exhaustiva, tanto de las páginas web oficiales de los programas mencionados como de diversas páginas webs y noticias complementarias. Además, se han utilizado conocimientos previos y experiencia propia para enriquecer el análisis y proporcionar una visión integral de los elementos que caracterizan a estos programas de *late night*.

Figura 41: Colaboradores principales de La Resistencia.
Fuente: Revista española Diez Minutos, 2019.

LATE MOTIV

Presentado por Andreu Buenafuente, se destaca por seguir un formato más tradicional dentro del género del *late night*. El programa incluye elementos clásicos como monólogos de apertura, entrevistas a invitados destacados y secciones de humor, siguiendo una estructura que ha sido característica de los programas de este estilo a lo largo del tiempo. A diferencia de La Resistencia, Late Motiv tiende a mantener un tono más moderado en su enfoque, con un humor más convencional y accesible para una audiencia más amplia en términos de edad y preferencias de entretenimiento. Este programa se dirige a un público que busca una experiencia televisiva más convencional y familiar.

A pesar de que Late Motiv dejó de emitirse en diciembre de 2021, el programa ha tenido un impacto significativo en La Resistencia. Debido a que comparten la misma productora, El Terrat, y son emitidos en el mismo canal, Movistar Plus +. Late Motiv ha desempeñado un papel clave como precursor, preparando el terreno para el programa de La Resistencia al ser emitido justo antes. La estrecha relación entre los presentadores de ambos programas, David Broncano y Andreu Buenafuente, así como su compañero de trabajo, el productor y guionista Berto Romero, ha generado una conexión especial entre ambos programas y se ha establecido un vínculo sólido entre los dos equipos. Buenafuente y Romero han asistido numerosas veces al programa de La Resistencia como invitados, destacando además que David Broncano colaboró de manera habitual en Late Motiv desde el año 2016 hasta el 2018, coincidiendo este último año con el inicio de la emisión de La Resistencia.

Figura 42: David Broncano junto a Berto Romero en Late Motiv.
Fuente: Canal de YouTube de Late Motiv, 2016.



EL INTERMEDIO

Programa de televisión presentado por el humorista José Miguel Monzón, más conocido como Wyoming. Producido por Globomedia y emitido en La Sexta, generalmente en horario de prime time, entre las 21:30 y las 22:30 horas. El programa combina el humor político con la actualidad informativa, ofreciendo un enfoque crítico y satírico de los acontecimientos políticos y sociales más relevantes del momento.

En cuanto al formato, El Intermedio sigue una estructura más tradicional de programa de televisión, con secciones definidas y un contenido más segmentado, que incluye análisis político, entrevistas y reportajes. Por otro lado, La Resistencia se caracteriza por su formato más libre y espontáneo, con un enfoque más improvisado y menos estructurado, donde el humor y la interacción con los invitados son elementos clave. Asimismo, en cuanto a la audiencia, El Intermedio suele atraer a un público más interesado en la política y la actualidad, mientras que La Resistencia tiene una base de seguidores más diversa, que incluye a espectadores jóvenes y aficionados al entretenimiento nocturno.



Figura 43: Wyoming junto a los colaboradores de El Intermedio.
Fuente: Revista española Diez Minutos, 2022.

EL HORMIGUERO

Presentado por Pablo Motos, producido por 7 y Acción y emitido en Antena 3, generalmente en horario de *prime time*, alrededor de las 21:45 horas, de lunes a jueves. El Hormiguero figura como uno de los principales rivales de La Resistencia. Aunque ambos programas difieren en muchos aspectos, su competencia amistosa ha sido evidente a lo largo del tiempo. La Resistencia se ha burlado de su posición de “segundones” respecto a El Hormiguero, incluso creando secciones como El Hormiguero Mal, donde Jorge Ponce parodiaba algunos de los segmentos emblemáticos del programa de Pablo Motos, pero de manera burlesca y desastrosa. Además, La Resistencia se burla de haber invitado a Pablo Motos al programa en múltiples ocasiones, pero sin embargo, él nunca ha querido aceptar la invitación. En cambio, Broncano sí ha acudido como invitado al programa de El Hormiguero, lo que ha generado comentarios y bromas sobre esta diferencia en la disposición a participar en los respectivos programas.

Figura 44: David Broncano junto a Pablo Motos en El Hormiguero.
Fuente: Página web de Antena 3, 2018.



El Hormiguero, con un mayor presupuesto que La Resistencia y una larga lista de premios al mejor programa de entretenimiento, ha sido un competidor destacado dentro del género del *late night*. La Resistencia se mofa de la aparente superioridad del programa de Pablo Motos, señalando sus recursos y reconocimientos, pero a la vez resalta cómo, a pesar de su estilo más mediocre y su menor presupuesto, La Resistencia logra hacerle la competencia.

Una de las secciones más conocidas de El Hormiguero que se basa en llamar a un número aleatorio de teléfono móvil español y preguntar: “¿Sabe usted qué es lo que quiero?”, y si se contesta, “la tarjeta de El Hormiguero” se le entrega al afortunado la cantidad de 3.000 euros (si no se responde a la llamada, la cantidad se suma al bote del siguiente programa). Esta sección ha sido objeto de parodias y burlas en La Resistencia e incluso se llegó a proponer a su audiencia sabotearla, si responden de forma irreverente a Pablo Motos con la frase: “una mierda como un velero” en vez de “la tarjeta de El Hormiguero”, ellos le pagarían el doble del bote que haya en juego.



Figura 45: Sección La tarjeta de El Hormiguero.
Fuente: Canal de YouTube de El Hormiguero, 2019.

Varias semanas más tarde, Ricardo Castella, director de La Resistencia, mostraba su preocupación respecto al sabotaje propuesto, ya que el bote en ese momento estaba en 9.000 euros, lo que significaba que si una persona les sigue el juego, ellos tendrían que pagarle 18.000 euros, cantidad que al parecer se les sale del presupuesto: “David, tendrías que venir un día y no cobrar”, dijo Castella a modo de burla en su programa, a lo que Broncano respondió: “Si alguien lo quiere hacer ya por gusto... porque si no se puede dar el dinero, no se puede”. Ese mismo día La Resistencia publicó un post en X diciendo: “RECOGEMOS CABLE / Si alguien quiere decirle a Pablo Motos “una mierda como un velero” pues será idolatrado y alzado a los altares de la comedia, pero no podemos dar el doble de lo que da el Hormiguero. Igual un sándwich mixto sí que damos”, haciendo alusión a la metáfora nombrada anteriormente.

4.5. Marcas que colaboran con La Resistencia

El programa de David Broncano ha destacado siempre por ser un espacio televisivo que se aparta de la tendencia común. La Resistencia, por lo general, no depende de marcas ni de patrocinadores para su financiamiento ya que ha logrado por sus propios méritos alcanzar el éxito debido a su contenido y su enfoque único. A pesar de la presión comercial a la que se enfrentan muchos programas, La Resistencia ha mantenido su integridad y ha logrado construir una base sólida de seguidores, además, al no estar atado a acuerdos publicitarios, el programa puede abordar temas con total libertad y sin compromisos comerciales, lo que ha sido clave para mantener su relevancia en la televisión actual.

A lo largo de las 7 temporadas se han encontrado pocas evidencias sobre marcas que han colaborado con La Resistencia, aun así, cabe mencionar que en el año 2020, durante la temporada número 4, la marca Donettes y el programa se aliaron por primera vez “para traer dosis de buen rollo a la próximas Navidades, que serán muy diferentes por la situación que estamos viviendo” (La Redacción, 2020); haciendo referencia a la pandemia de la Covid-19 que se vivió durante ese año.

Donettes, junto al exitoso programa de Movistar Plus +, presentó una edición especial de sus clásicos donettes, con una cantidad limitada de un millón de unidades, que presenta un diseño de *packaging* inspirado en el programa y sus protagonistas. La promoción fue válida desde el 15 de diciembre de 2020 hasta el

15 de enero de 2021 para mayores de 18 años y con residencia legal en España. Los seguidores de la marca no solo tuvieron la oportunidad de disfrutar del delicioso sabor de los donettes originales, sino que también pudieron encontrar códigos dentro de los paquetes como público al programa durante las Navidades de aquel año. El propósito de esta colaboración entre las dos marcas lo aclaraba el periódico de publicidad, comunicación comercial y *marketing* www.periodicopublicidad.com (2020): “Un programa que destaca por su ambiente positivo y divertido, cualidades que también son distintivas de Donettes”.



Figura 46: Banner publicitario de la colaboración entre La Resistencia y Donettes.
Fuente: Página web de Donettes, 2020.



Figura 47: Packaging de la edición limitada de Donettes y La Resistencia.
Fuente: Página web de Donettes, 2020.

A diferencia de las temporadas anteriores, en las cuales La Resistencia no mantenía colaboraciones con marcas fijas a lo largo de toda la temporada, en la temporada actual, la número 7, se ha marcado un cambio. En esta ocasión, la empresa Media Markt ha establecido una colaboración con La Resistencia y ejemplos de estos momentos publicitarios se pueden observar en varios programas. En el episodio 21 de La Pija y la Quinqui, se promociona un arcón congelador de Media Markt, llevándolo al escenario después de la sección de Jorge Ponce y antes de la llegada de los invitados. Otro caso destacado fue en el episodio 37, protagonizado por Andreu Buenafuente y Berto Romero, donde Jorge Ponce mencionó la frase de la nueva campaña de Media Markt: “Media Markt, ofertas a todo color”, seguido de una explosión de globos de colores por todo el escenario y la aparición de un faldón con el anuncio de la promoción. Aun así, estos fragmentos de publicidad son poco frecuentes y aparecen de

manera esporádica, no siendo habitual verlos en cada episodio, sino que surgen ocasionalmente en algún programa determinado.

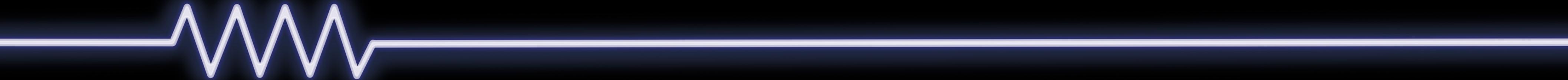
Además, la presencia publicitaria de Media Markt también se ha visto en las redes sociales del programa, aunque de manera limitada. Por ejemplo, el viernes 26 de abril de 2024, la cuenta de Instagram de La Resistencia publicó una historia que mostraba una imagen estilo meme, haciendo alusión al hecho de que Media Markt cumplía 25 años y lleva utilizando el mismo *claim* desde entonces: “Lo mejor al mejor precio”. Esta publicación se hizo de forma irónica con la finalidad de reflejar la postura cómica del programa al mantener su identidad y no mostrar la publicidad de manera forzada.



Figura 48: Historia de Instagram de La Resistencia publicitando a Media Markt.
Fuente: Cuenta de Instagram de La Resistencia, 2024.

05

FACTORES DE LA FAMA
DE LA RESISTENCIA



5. Factores de la Fama de La Resistencia

Dentro de los diversos factores que han contribuido a la fama y popularidad del programa La Resistencia, es crucial adentrarse en los distintos aspectos que han catapultado su popularidad. En este contexto, resulta esencial explorar detalladamente la estructura del programa, así como los elementos narrativos que se entrelazan para crear una experiencia única para el espectador. Desde el formato del *late night* hasta la dinámica entre David Broncano, los invitados y el público, cada aspecto de La Resistencia está meticulosamente diseñado para mantener la atención y generar un impacto duradero.

Asimismo, se examinará de cerca la figura de David Broncano como pieza clave en el engranaje del programa, analizando su estilo, sus intervenciones y su influencia en el desarrollo de la narrativa. Además, se profundizará en la estrategia de contenido y humor que caracteriza al programa, destacando cómo la combinación de irreverencia e ingenio ha sido fundamental para su éxito. Más allá de la pantalla, se abordará la interacción con la audiencia, la influencia cultural y el papel activo que juegan las redes sociales en la difusión y el impacto del programa en la sociedad contemporánea. En suma, este análisis integral nos permitirá comprender mejor el fenómeno de La Resistencia y su lugar en el panorama mediático actual.

5.1. Estructura del programa

La estructura del programa de La Resistencia ha ido cambiando a medida que han avanzado las temporadas, actualmente, el programa tiene una duración aproximada de 1 hora cuyo objetivo es el entretenimiento y trasmisión de información con lenguaje humorístico, coloquial y transgresor, tanto a un público joven, como a un público adulto más “moderno” (Gómez, 2021). Incluso cuando La Resistencia comenzó, el programa tenía un presupuesto bajísimo, además de un escenario pequeño. Sin embargo, en los últimos años, gracias al reconocimiento televisivo y en el canal de vídeos en *streaming* en YouTube, goza de un músculo presupuestario mucho más fuerte y por ende, se ha fortalecido la estructura del programa.

La Resistencia no tiene un formato cerrado y presenta una estructura flexible y diversa, compuesta por varias secciones que abarcan una amplia gama de temáticas. A continuación, nos centraremos en cada una de ellas, especialmente en aquellas que son relevantes para la temporada actual, la número 7:

1. EL PRESHOW:

El *preshow* es una sección diaria que solo pueden ver los asistentes al programa en el Teatro Príncipe Gran Vía de Madrid, puesto que no se emite en el programa televisado. Durante esta sección, se entretiene al público por medio de la actuación de Sergio Bezos, que es, desde la quinta temporada hasta la actual, el cómico encargado de esta sección. Anteriormente, desde la temporada 1 hasta la 4, los encargados fueron Jaime Caravaca y Grison.

La redactora de cultura Cano (2023) comenta que antes incluso de que el programa comience oficialmente, Sergio Bezos, se encuentra en el escenario interactuando con el público, ofreciendo chistes y comentarios que, según él, surgen de manera espontánea y sin guion previo. Luego, se traslada a la zona del público, donde continúa participando de forma improvisada durante todo el transcurso del programa. Según Sergio Bezos, este enfoque es lo que hace especial y diferente a La Resistencia. Hablando además de la importancia del *preshow* en una entrevista para la empresa de medios de comunicación Castellón Plaza Bezos donde afirma: “El *preshow* permite que la gente se conozca y se cree como un pequeño universo en cada programa, la gente va diciendo tonterías y ya sabes qué personajes hay entre el público, quién será el que va a gritar durante el programa y quién es el más gracioso. Digamos que cada programa tiene su historieta” (2023).



Figura 49: Sergio Bezos, encargado actual del *preshow* de La Resistencia.
Fuente: Diario digital español Castellón Plaza, 2023.

2. INTERACCIÓN CON EL PÚBLICO:

Una vez empezado el programa, justo después de la entrada de David Broncano al plató, se retoma lo conversado previamente con Sergio Bezos. En la temporada actual, se ha introducido una dinámica donde Bezos elige a una persona del público, aparentemente favorita, para que disfrute del programa dentro de una piscina de bolas cerca del escenario. Simultáneamente, otra persona, considerada menos favorita u “odiada”, es colocada en un taburete al otro lado del escenario. Tan pronto como inicia el programa, Broncano interactúa con ambas personas, charlando sobre por qué han sido seleccionadas para dicha posición. Durante esta interacción, se lanzan burlas, chistes e incluso se incluye la participación de Ricardo, Grison, y los productores del programa, lo que proporciona una introducción entretenida.

Este enfoque interactivo que se expone entre los 10 y 15 primeros minutos de cada programa, resulta muy atractivo para el público, ya que las personas seleccionadas se convierten en parte del programa de esa noche. Esta dinámica invita a la audiencia a desear participar en el espectáculo en persona, ya que saben que en cualquier momento podrían ser seleccionados para tener su momento de gloria en el programa. Además, la interacción con el público va más allá de las selecciones previas, ya que durante el desarrollo del programa, el equipo puede decidir pasar el micrófono a cualquier persona en el público por diversas razones que surgen durante la conversación en el escenario. Esta espontaneidad añade elementos de sorpresa y emoción, incentivando aún más la participación del

público y manteniendo una atmósfera dinámica y entretenida a lo largo de todo el programa. La posibilidad de formar parte de La Resistencia y la oportunidad de interactuar con los presentadores y el equipo esa noche, contribuyen al éxito de esta estrategia y al atractivo general del programa para el público.



Figura 50: Persona del público seleccionada para ver el programa en la piscina de bolas.
Fuente: Periódico español 20 Minutos, 2023.

3. SECCIONES CON LOS COLABORADORES:

Jorge Ponce es el principal colaborador de La Resistencia y aporta un toque único al programa con sus secciones ingeniosas y variadas. Cada semana sorprende al público con ideas originales y un humor característico que complementa el estilo del programa. Entre las secciones más famosas destacan: “Ponce sale a la calle” en el que

se le ha visto jugando al escondite en plena Gran Vía o entablando conversaciones y juegos improvisados con transeúntes, añadiendo frescura y humor al programa. Otra sección popular es la del “croma”, donde Ponce introduce una imagen de fondo en el croma verde y realiza divertidas interacciones con ella durante el *show*. Además, su segmento de las “faltadas” ha generado humor y polémica al consistir en hacer chistes sobre una comunidad autónoma en cada programa, provocando reacciones entre los habitantes locales y añadiendo un toque de irreverencia.

A lo largo de sus temporadas, La Resistencia ha tenido el privilegio de contar con una amplia gama de colaboradores provenientes de diversos ámbitos profesionales. Si bien Jorge Ponce se ha consolidado como un colaborador fijo en el programa, la producción ha sabido adaptarse a las preferencias del público incorporando a una variedad de personalidades. Todo esto ha permitido mantener la frescura y la diversidad en el contenido del programa, satisfaciendo así las expectativas y los intereses de la audiencia. Las secciones con los colaboradores del programa suelen tener una frecuencia de una o dos por programa, siendo normalmente, solo la de Ponce, solo la de algún otro colaborador o la de Ponce y la de otro colaborador en el mismo programa; ocupando así un tiempo aproximado de 10 a 20 minutos cada una, para llegar aproximadamente entre el minuto 30 y 45 de la emisión, permitiendo así una distribución equilibrada del contenido.

COLABORADORES

INFORMACIÓN		LA RESISTENCIA						
NOMBRE	PROFESIÓN	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7
IGNATIUS FARRAY	Actor, cómico y locutor de radio							
ERNESTO SEVILLA	Actor, humorista y guionista							
INGRID GARCÍA-JONSSON	Actriz							
PANTOMIMA FULL	Cómicos							
INÉS HERNAND	Cómica, comunicadora y presentadora							
JAIME CARAVACA	Cómico, animador de público							
ANTONIO RESINES	Actor							
DANI ROVIRA	Humorista, actor y presentador							
BERTO ROMERO	Cómico, guionista y actor							
QUEQUÉ	Humorista y presentador de televisión							
MIGUEL NOGUERA	Humorista, dibujante, cantante y escritor							
TER	Youtuber y arquitecta							
CANDELA PEÑA	Actriz							
PABLO IBARBURU	Cómico y presentador							
BORIS IZAGUIRRE	Periodista y presentador de televisión							
SERGIO BEZOS	Cómico, animador de público							
YUNEZ CHAIB	Cómico							
MAXI IGLESIAS	Actor y modelo							
CHARLIE PEE	Cómica y actriz							
PEPI LABRADOR	Cómica, monologuista y actriz							
MÍSTER JÄGGER	Realizador de directos y youtuber							
VALERIA ROS	Guionista, presentadora y cómica							
LALA CHUS	Influencer y actriz							

La séptima temporada de La Resistencia comenzó el 11 de septiembre de 2023 con varias novedades; la posibilidad de que los invitados entraran a plató desde una nevera o la incorporación de nuevos colaboradores como Valeria Ros o Lala Chus, a los ya conocidos Sergio Bezos, Pablo Ibarburu, Mister Jägger, Charlie Pee, Yunez Chaib e incluso a los más antiguos, Antonio Resines, Pantomima Full y Ernesto Sevilla. La cómica y presentadora Valeria Ros debutó en el programa a finales de septiembre, mientras que la influencer y actriz Lala Chus lo hizo a finales de octubre (Catela, 2024).

Es cierto que con el transcurso de los episodios, se observa que las secciones protagonizadas por Ponce y otros colaboradores tienden a perder una estructura temática predefinida. En lugar de seguir un rol específico o una temática continua, estas secciones se centran más en las anécdotas personales, los acontecimientos cotidianos y las noticias de actualidad que los colaboradores comparten con Broncano durante el programa. Quizás esta evolución hacia una dinámica más informal y espontánea puede interpretarse como una falta de creatividad, ya que tras siete temporadas en emisión, resulta desafiante seguir ideando nuevas secciones temáticas. Sin embargo, esta adaptación del programa hacia un formato más flexible y menos estructurado puede considerarse también como una respuesta orgánica a las demandas del público y una estrategia para mantener la frescura y la autenticidad del contenido a lo largo del tiempo.

Figura 51: Colaboradores de La Resistencia.
Fuente: Elaboración propia, 2024.

4. ENTREVISTAS:

Las entrevistas constituyen el núcleo principal del programa, siendo estas, una parte fundamental de cada emisión. Estas se ubican al final de la escaleta y dan cierre a cada episodio, sirven además, como punto culminante del espectáculo. David Broncano suele dar paso a publicidad justo antes de la entrevista, lo que genera expectativas y hace que la audiencia permanezca atenta para disfrutar del contenido más destacado del programa tras el receso comercial.

A lo largo de los siete años de emisión, La Resistencia ha recibido a una amplia variedad de invitados, abarcando desde figuras muy reconocidas hasta otras menos conocidas, sin importar su nivel de fama o procedencia. Esto ha contribuido a la diversidad y el dinamismo del programa. Las entrevistas no solo ofrecen momentos de entretenimiento y humor, sino que también proporcionan al público la oportunidad de conocer a personalidades de diversos ámbitos y descubrir facetas menos conocidas de ellos.

Durante la entrevista, La Resistencia tiene como tradición que Broncano haga 2 preguntas clave a los invitados: 1. ¿Cuánto dinero tienes en el banco? y 2. ¿Cuántas veces has mantenido relaciones sexuales en el último mes? Con la finalidad de que en un futuro, se haga un *ranking* con la respuesta de los invitados y se proclamen dos ganadores, uno por cada categoría. Estas dos preguntas, aparentemente intrusivas, se han convertido en una marca distintiva del programa, generando expectación entre los espectadores

y añadiendo un toque de picardía a las entrevistas. A pesar de su aparente simplicidad, estas preguntas a menudo desencadenan respuestas sorprendentes y divertidas por parte de los invitados, lo que contribuye a crear momentos memorables en el programa.

Otro aspecto destacado es la inmersión de los invitados en el ámbito del programa, donde se les invita a participar en diversas actividades y juegos propuestos por La Resistencia. En muchas ocasiones, los invitados se sumergen en dinámicas lúdicas y espontáneas, propuestas por David Broncano y su equipo, con el objetivo de generar momentos divertidos y cómicos. Estas interacciones añaden un componente fresco y dinámico a las entrevistas, permitiendo que los invitados se relajen y disfruten de una experiencia única en el *show*.



Figura 52: Invitadas Silvia Alonso e Ingrid García-Jonson. Episodio 112 - Temporada 5.
Fuente: Diario español La Razón, 2022.

Por último, cabe destacar que La Resistencia siempre se ha caracterizado por la improvisación y la falta de preparación de David Broncano de cara al programa y sobre todo, a las entrevistas. En el episodio emitido del jueves 6 de octubre de 2022, Grison sorprendió a los telespectadores al mostrar cómo era el auténtico guion de La Resistencia para ese día. Este guion solo constaba de una página y media de anotaciones.

En el periódico La Vanguardia (2022) se muestra un artículo hablando de dicho guion y el fragmento del programa en el que se dice: “¿Quién escribe esto, tronco?”, comenzó preguntándose Grison antes de leer el guion que sigue David Broncano en el programa. Las indicaciones eran escasas y directas: “Publi. Bloque 2. Pablo. Viene Pablo. Broncano en mesa: ‘Un aplauso para Pablo Ibarburu’. Entra Pablo y se sienta. No pone nada y Broncano: ‘Gracias, Pablo’”. Ante esta situación, el músico no pudo evitar preguntarse: “¿Están pagando a alguien para hacer esto?”. A pesar de la simplicidad del guion, así era. “Seguimos. Jorge Ponce. Broncano en mesa: ‘Un aplauso para Jorge Ponce’. Entra Jorge y se sienta. Broncano: ‘Gracias Jorge, vamos a publi’”, continuó narrando Grison entre risas y complicidad con el público. Ese día, La Resistencia publicó un post en X con el fragmento del programa¹ donde muestra la conversación entre Broncano y Grison mencionada anteriormente.

¹ Copy: “Así es el guion del programa. Llevamos 6 temporadas. No hace falta que os recalque que estas cosas son ciertas porque ya lo sabéis.”
<https://x.com/LaResistencia/status/1578140038327521280>

Figura 53: Portada de la Temporada 7 de La Resistencia.
Fuente: Página web de JustWatch, 2023.



5.1.1. Análisis de la narrativa del programa

La narrativa de La Resistencia se caracteriza por llevar a cabo un enfoque innovador, informal y altamente improvisado. El programa adopta un formato de *late night* que combina entrevistas, *sketches*, monólogos y secciones recurrentes, todo ello enmarcado en un ambiente casual y cómico. Uno de los elementos distintivos de su narrativa es la interacción constante entre el presentador, David Broncano, y su equipo, así como con los invitados y el público.

En cada programa, se fomenta un ambiente dinámico y participativo, donde se promueve la espontaneidad y la diversidad de temas de conversación. Un ejemplo claro de esta dinámica es el momento en el que el micrófono circula entre el público, permitiendo que los espectadores contribuyan activamente con sus comentarios y preguntas. Además, justo antes de que Broncano salga al escenario, el colaborador Sergio Bezos suele interactuar con el público, sacando a relucir temas de conversación recurrentes que luego son abordados durante el programa. “Cuentan historias de varias personas del público que en un principio puede parecer que no son interesantes, pero al final Broncano lo logra llevar de tal manera en el que a los espectadores nos importe lo que les sucede, a pesar de ser personas que no conocemos” (Entrevista 1)¹.

¹ Este fragmento proviene de la Entrevista 1 transcrita en el Anexo y detallada en el apartado Análisis de encuestas.

Asimismo, la interacción entre Broncano, Ricardo y Grison durante el programa, no solo aporta dinamismo, sino que también sirve como un espacio para explorar diferentes perspectivas y generar un contrapunto humorístico. A menudo, estas conversaciones espontáneas revelan aspectos divertidos de la personalidad de cada uno de los colaboradores, lo que contribuye a construir una atmósfera distendida y cercana con la audiencia. Además, estas interacciones ofrecen una oportunidad para abordar temas actuales o polémicos desde distintos ángulos, enriqueciendo así el contenido del programa y manteniendo el interés del público a lo largo del espectáculo.

Adicionalmente, el equipo de producción también participa en la interacción del programa, ya sea buscando información en internet para enriquecer la discusión, lanzando bromas escritas en las pantallas del plató o colaborando en otras tareas que contribuyan a mantener la fluidez y el ritmo del programa. Esta colaboración entre el equipo creativo y el elenco agrega capas de humor y espontaneidad a La Resistencia, haciéndolo único y altamente entretenido para la audiencia.

La Resistencia se muestra flexible y no sigue un patrón rígido, lo que permite una gran libertad creativa y espontaneidad en cada emisión. A menudo, las conversaciones se desvían del guion previsto, dando lugar a momentos improvisados y situaciones cómicas inesperadas. Esto crea una sensación de autenticidad y frescura que conecta con la audiencia y le otorga un carácter único

al programa. Además, La Resistencia utiliza una amplia gama de recursos humorísticos, desde el sarcasmo y la ironía hasta el humor absurdo y la parodia. Dicho enfoque variado y ecléctico contribuye a mantener el interés del espectador y a generar momentos de diversión y sorpresa a lo largo del programa.



Figura 54: Análisis de la narrativa de La Resistencia.
Fuente: Elaboración propia, 2024.

5.1.2. La figura de David Broncano

David Broncano Aguilera, nacido el 30 de diciembre de 1984 en Santiago de Compostela, La Coruña, es un destacado cómico y presentador de televisión y radio en España. Ha sido galardonado con tres premios Ondas a lo largo de su carrera: en 2015 por su participación en el programa de radio “A vivir que son dos días”, en 2018 por su papel en “La vida moderna” y en 2019 por su exitoso programa televisivo, La Resistencia.

El año 2008 marcó el inicio de su trayectoria en el mundo del humor ya que comenzó su carrera como monologuista en Paramount Comedy. Su presencia en programas de televisión, como “Estas no son las noticias” en Cuatro y “El club de la comedia” a partir de 2013, lo catapultaron a la fama. Sin embargo, su mayor éxito en el ámbito radiofónico, fue en programas como “No somos nadie” en M80 y en Los 40, participando en programas emblemáticos como “Yu: No te pierdas nada” y “Anda ya”.

En 2011, Broncano se unió al programa “Hoy por hoy” de la Cadena SER, donde ganó popularidad con su sección: Las preguntas de Broncano. Esta colaboración continuó en “A vivir que son dos días”, donde mantuvo el mismo formato de sección. El punto álgido de su carrera en la radio fue con “La vida moderna”, que co-dirigió junto a Ignatius Farray y Quequé, ganando el premio Ondas al mejor programa de radio en 2018.

A partir de 2016, su éxito en “La vida moderna” le abrió las puertas para colaborar en “Late Motiv” de #0 en Movistar Plus +, donde incluso llegó a sustituir a Andreu Buenafuente como presentador en una ocasión. Posteriormente, tuvo su propio programa que se convirtió en un fenómeno televisivo, La Resistencia.

Programas de televisión

Año	Programa	Cadena	Personaje	Notas
2008 - 2009	Nuevos cómicos	Paramount Comedy	Cómico invitado	
	Estas no son las noticias	Cuatro	Colaborador	
2009 - presente	Ilustres ignorantes	Canal+ #0	Cómico invitado	
2010	UAI!	Cuatro	Colaborador	
2010 - 2011	Nos gusta el cine	Canal+	Copresentador	
2011 - 2012	Tentaciones		Copresentador	
	Oxido nitroso	Canal+ 1	Colaborador	
2012	Alguien tenía que decirlo	La Sexta	Copresentador	
2013 - 2017	El club de la comedia		Cómico invitado	
	Sopa de gansos	Cuatro	Cómico invitado	
2015	Yutubers	Comedy Central	Copresentador	
2017 - 2018	LocoMundo		Presentador	
2016 - 2018	Late motiv	#0	Colaborador	
2018 - presente	La resistencia		Presentador y director	
2020 - presente	Fenómeno Fan	Canal Sur	Presentador	
2022	Todo es Gila	Netflix	Cómico	

Teatro

Año	Espectáculo
2010-2011	Las noches de Paramount Comedy
2011-2014	Te ríes de los nervios
2013-2016	El club de la comedia
2016-2022	La vida moderna Live Show ³²
2019	Duólogos ³³

Figura 55: Trayectoria Profesional de David Broncano.

Fuente: Datos extraídos de Wikipedia, 2024.

Series de televisión

Año	Serie	Canal	Personaje	Notas
2017	El fin de la comedia	Comedy Central	David	2 episodios
2019	Capítulo 0	#0	Hombre trajeado	1 episodio
	Amar es para siempre	Antena 3	Sobrino de Manolo	2 episodios
2020	Mira lo que has hecho	Movistar+	Broncano	Episodio «Mira lo que has hecho»
2022	La última	Disney+	El mismo	1 episodio

Radio

Año	Programa	Cadena	Personaje	Notas
2008	No somos nadie	M80	Colaborador	
2011	Hoy por hoy	Cadena SER	Colaborador	
2012-2022	A vivir que son dos días	Cadena SER	Colaborador	
2013-2015	YU: no te pierdas nada	Los 40	Copresentador	
2014-2022	La vida moderna	Cadena SER	Presentador	
2015-2016	Anda ya	Los 40	Colaborador	
2019	Comedia Perpetua	Cadena SER	Invitado	

Películas

Año	Título	Personaje	Notas
2018	The Happytime Murders ³⁴	Goofy y Lyle	Voz

A lo largo de todos estos años, David Broncano se ha convertido en uno de los cómicos más famosos de la actualidad en nuestro país y su éxito se debe, principalmente, a su peculiar humor y su espontaneidad. Andreu Buenafuente ha sido un firme defensor del talento cómico de Broncano desde sus inicios, reconociendo su potencial mucho antes de que alcanzara la fama. Marqués (2018) aclara que en La Resistencia, Broncano ha revolucionado el concepto de entrevista, no sólo atrayendo a los *millennials*, sino que también capta a un público no tan joven.

Su enfoque único, basado en la improvisación y la imaginación, ha sido clave en el éxito del programa, además, Broncano destaca por su amplio vocabulario, que utiliza para ofrecer un humor fresco y original, alejado de los clichés habituales. Su habilidad para convertir lo cotidiano en algo extraordinario es una de las señas de identidad de su estilo humorístico. En definitiva, Broncano ha logrado destacar en el mundo del entretenimiento con su singular manera de abordar la comedia y ha cultivado un ambiente acogedor y amigable, donde los invitados se sienten cómodos para expresarse libremente y compartir detalles íntimos de su vida. Esta apertura y sinceridad han resonado con la audiencia, permitiendo que las personas se identifiquen con las experiencias de los invitados y encuentren inspiración en sus historias. Como resultado, se ha generado un sentido de empoderamiento y conexión entre los espectadores, quienes se ven reflejados en las vivencias compartidas en el programa, fortaleciendo así el vínculo emocional con La Resistencia (Mineras, 2023).



Además, David Broncano se ha ganado el título de “pachacho” en el mundo de la televisión. Su peculiar estilo de comunicación, lleno de giros y juegos de palabras, ha hecho que incluso la ‘CH’ sea parte de su vocabulario distintivo. Broncano se autodenomina como un “payaso” de la televisión, utilizando términos como *chorprecha* o “¿pero qué ha pachado?” para divertir al público. Su forma única de hablar ha resonado especialmente entre los jóvenes, quienes encuentran en sus ocurrencias una fuente constante de entretenimiento. La popularidad del programa se ha visto impulsada por la viralización de sus fragmentos más destacados en plataformas de redes sociales, convirtiéndose en una poderosa estrategia de promoción (Marqués, 2018).

En definitiva, Broncano presencia una evolución en la sátira: un humor ingenioso y ligeramente picante que deleita a aquellos que se toman la vida con más humor que drama, optando por reírse de las peculiaridades cotidianas en lugar de lamentarse de ellas. Así pues, muchos disfrutan seguir la ruidosa fiesta del “pachacho” y eligen seguir el camino del humor. La diversión que ofrece este estilo de entretenimiento es lo que ha catapultado a David Broncano como un auténtico referente del humor contemporáneo.

Figura 56: David Broncano en el teatro de La Resistencia.

Fuente: Revista española Hola, 2018.

5.1.3. Estrategia de contenido y humor

“El infoentretenimiento o *infotainment* es una tendencia audiovisual que aúna información y entretenimiento en diferentes formatos televisivos” (Aguilera, 2019). En España, la evolución tecnológica y los cambios en la industria televisiva han generado una mayor diversidad en la oferta de entretenimiento y contenido informativo. Esto ha llevado a una transformación en el comportamiento de los consumidores, quienes ahora son más participativos y versátiles en su consumo de medios. Con el uso generalizado de múltiples dispositivos y una mayor interacción con los productos mediáticos, los espectadores se han convertido en audiencias más activas y comprometidas, lo que refleja una nueva era de consumidores mediáticos (Quintas y González, 2016).

Así pues, la estrategia de contenido y humor de La Resistencia encaja perfectamente en esta nueva tendencia del infoentretenimiento que fusiona información y entretenimiento de manera creativa y atractiva. A través de su formato de *late night show*, el programa desarrolla temas de actualidad, de cultura popular y de todo lo que, de manera natural y entretenida, trata la información de actualidad.

Una de las claves de su éxito reside en que La Resistencia ha sabido adaptarse a los temas de interés para el público; es decir, no solo cuenta con entrevistas a invitados destacados, sino que dedica también secciones de humor, *sketches* y monólogos para acercar la actualidad al espectador, todo esto creando una base para que el programa se convierta en una opción atractiva para consumir información de manera entretenida.



Figura 57: Banner publicitario del Canal 24 horas de La Resistencia.
Fuente: Cuenta de X de La Resistencia, 2021.

La distinción de La Resistencia radica en su enfoque audaz que desafía los límites convencionales del humor televisivo, el programa se caracteriza por su disposición a abordar temas controvertidos con total franqueza, sin preocuparse por las convenciones sociales o los tabúes mediáticos. Este enfoque se ha convertido en una marca distintiva del programa, atrayendo a una audiencia que valora la autenticidad y la honestidad en el entretenimiento. La capacidad de La Resistencia para mantener este estilo de humor drástico y sin censura ha sido fundamental para su éxito, ya que proporciona a los espectadores una experiencia fresca y sin filtros que no encuentran en otros programas de televisión tradicionales. En última instancia, es esta valentía y autenticidad lo que ha llevado a La Resistencia a destacarse como un referente del *late night* televisivo en España.

5.2. Interacción con la audiencia

La Resistencia ha logrado generar un gran impacto y una base de seguidores leales y aunque los datos tradicionales de audiencia no siempre reflejan su popularidad, el programa ha sido un fenómeno de masas, con cientos de famosos de todos los ámbitos que han visitado el programa de David Broncano. El periodista Juanma Fernández en el periódico digital El Español (2019), afirma que La Resistencia hace un trabajo fundamental para que la audiencia conozca su marca, pero sobre todo para que sus espectadores se sientan satisfechos con el contenido que se le ofrece ya que uno de los objetivos más importantes de la televisión de pago es la satisfacción de su abonado.

Cabe destacar cómo se refleja la marca del programa; la importancia que le dan al *show* con la presencia de público en directo, una de las formas en que el programa interactúa con la audiencia es a través del micro abierto, donde los espectadores tienen la oportunidad de participar activamente en el programa, compartiendo sus comentarios, preguntas o anécdotas con David Broncano. Además de los colaboradores sin prejuicios del programa que aportan diversidad y frescura a cada episodio, suelen ser la cara no visible de La Resistencia pero se encargan perfectamente de seguir con el dinamismo del programa y provocar humor y risas al público. Asimismo, el programa ha utilizado las redes sociales y plataformas digitales para mantenerse en contacto con su base de seguidores y generar un impacto más allá de las mediciones tradicionales.

El director de 0#, Fernando Jerez, ha mencionado en una entrevista que tienen en cuenta tanto el impacto en la prensa como la audiencia para evaluar el éxito del programa: “Tenemos estudio de satisfacción del cliente. Tenemos estudios cualitativos que salen cosas muy interesantes. Tenemos una valoración de marca excepcional. Nunca había visto un cualitativo tan alto en un canal nuevo, y he estado involucrado en unos cuantos. Teníamos mucho que jugar porque #0 le tomaba el testigo a Canal +, que tiene un recuerdo mítico”. Jerez ha destacado sobre todo que “el cliente ha entendido el proyecto y lo ha abrazado. No han echado de menos a Canal + y eso nos ha gustado” (Fernández, 2019).



Figura 58: Momento del público a través del micro abierto.
Fuente: Periódico digital La Vanguardia, 2022.

5.3. Influencia en la cultura popular

La Resistencia ha tenido un impacto significativo en la cultura popular, convirtiéndose en un gran referente del humor contemporáneo y ganando seguidores fieles a nivel nacional e internacional. En primer lugar, el programa ha popularizado ciertos términos y frases que se han vuelto comunes en el lenguaje cotidiano de los jóvenes españoles. Adentrándonos en el mundo del “pachacho”, David Broncano ha hecho que su propio lenguaje se haya convertido parte del vocabulario distintivo de alguno de sus seguidores, contribuyendo además, a la creación de un universo propio de referencias y memes provenientes de La Resistencia que resuenan en la cultura popular española actual.

Cabe mencionar que la influencia de La Resistencia se ha extendido más allá de su propio programa, impactando en otros *late night*. A diferencia de la mayoría de programas, que solo reciben la presencia del público como espectadores pasivos, La Resistencia fomenta una participación activa del público durante el programa ya que sus anécdotas y comentarios se convierten en parte integral de la conversación, enriqueciendo la trama y agregando un elemento distintivo que está siendo adoptado por otros programas. Esta disposición a involucrar al público de manera cotidiana y profunda durante el espectáculo es una característica distintiva que ha contribuido significativamente al éxito. “La Resistencia ha influenciado y ha aportado variedad a la hora de hacer entrevistas en el resto de programas pero sobre todo, la participación del público en un programa de televisión” (Entrevista 1)¹.

¹ Este fragmento proviene de la Entrevista 1 transcrita en el Anexo y detallada en el apartado Análisis de encuestas.

El técnico de comunicación Miguel Bermejo (2019) en el periódico digital PR Noticias, comenta que “La resistencia se ha convertido en uno de los grandes fenómenos televisivos del último lustro”. Debido a la combinación de varios factores, entre los que destacan la creación del lenguaje propio del presentador, el magnetismo de David Broncano, la acertada estrategia multimedia y su fidelidad al humor ácido y carente de filtros. Sin embargo, uno de los factores destaca por encima del resto: las entrevistas.

“La resistencia ha sabido encontrar su toque propio, ofreciendo charlas diferentes que rompen los esquemas habituales” (Bermejo, 2019). En los últimos años, ha habido un cambio significativo en la percepción de los famosos, anteriormente, La Resistencia sufría al encontrar invitados para participar en el programa cada noche, pero ahora, se ha convertido en uno de los lugares favoritos de los famosos para promocionarse, aunque muchos de los invitados han ido simplemente a divertirse al programa sin compromisos publicitarios.

Asimismo, La Resistencia ha contribuido a la visibilidad de ciertos artistas y personalidades que han sido invitados al programa. Esto ha permitido que muchos de ellos ganen relevancia y reconocimiento entre el público, alcanzando así, más notoriedad. Además, los momentos más destacados del programa, que se han vuelto virales en las redes sociales, han contribuido aún más a la difusión de su contenido. Esta interacción entre el programa y su audiencia, impulsada por la participación activa en las plataformas digitales, ha consolidado a La Resistencia como un referente en la

cultura popular contemporánea, generando un impacto que trasciende los límites de la televisión tradicional.

Un ejemplo de esto es la entrevista que se realizó a Federico Martín Bahamontes durante la temporada 2, en el episodio 82. Con 91 años, Federico Martín fue el primer ganador español del Tour de Francia en 1959. “La Resistencia decidió derribar los prejuicios que rodean a los ancianos y apostó por un personaje tan histórico como desconocido para las nuevas generaciones” (Bermejo, 2019). El resultado fue excepcional, ya que la entrevista estuvo llena de momentos entrañables, divertidos y repletos de humor. En tan solo cuatro días, la entrevista de Federico Martín acumuló más de 500.000 visualizaciones, recibiendo además elogios positivos por parte de la audiencia.



Figura 59: Invitado Federico Martín. Episodio 82 - Temporada 2.
Fuente: Periódico digital La Razón, 2023.

5.4. Papel de las redes sociales

La Resistencia ha sabido aprovechar al máximo el potencial de las redes sociales para mantener una conexión directa y constante con su audiencia. A través de plataformas como YouTube, Instagram, X y TikTok, el programa comparte contenido exclusivo, como por ejemplo: avances del programa, desvelar quién será el invitado de la noche, momentos destacados y detrás de cámaras; manteniendo así, el interés del público incluso fuera del horario de emisión. Además, fomenta la interacción con los espectadores mediante encuestas, preguntas y respuestas, retos y concursos, lo que genera una sensación de comunidad entre los seguidores del programa.

El uso estratégico de las redes sociales es fundamental para mejorar la visibilidad y el alcance de La Resistencia. La interacción constante con la audiencia a través de estas plataformas ha fortalecido el vínculo emocional entre el equipo del programa y sus seguidores, creando una comunidad activa y comprometida. Las redes sociales no solo sirven como canales de comunicación, sino que también son una parte integral de la identidad del programa y se han convertido en una herramienta indispensable para La Resistencia proporcionando un espacio para la creatividad y la interacción en tiempo real.

Los datos presentados a continuación han sido extraídos a través de las propias redes sociales del programa, así como de la página web www.hypeauditor.com consultados el 30 de abril de 2024. HypeAuditor es una herramienta especializada en *marketing* de influencers que ofrece análisis detallados y datos exactos sobre los creadores de contenido y sus plataformas en redes sociales:



El programa de La Resistencia cuenta con un canal de YouTube creado el 30 de enero de 2018, cuyo usuario es @LaResistencia_, donde se publican las entrevistas completas así como las secciones de los colaboradores y en temporadas anteriores, los monólogos de David Broncano a la apertura del programa. Se ha observado que las visualizaciones de estos videos pueden ser un indicador del éxito de los invitados en el programa y además, permite que el contenido llegue a una audiencia aún más amplia, extendiendo su alcance más allá de la emisión televisiva. El canal de Youtube de La Resistencia cuenta actualmente con 3,53 millones de suscriptores y 3.132 vídeos publicados, con una media de 289.400 visualizaciones en los últimos 30 días, 2.449 millones visualizaciones en total y un 2,49% de tasa de *engagement*, colocándose en el puesto número 28 de mejores canales de Youtube en la categoría de humor en España.

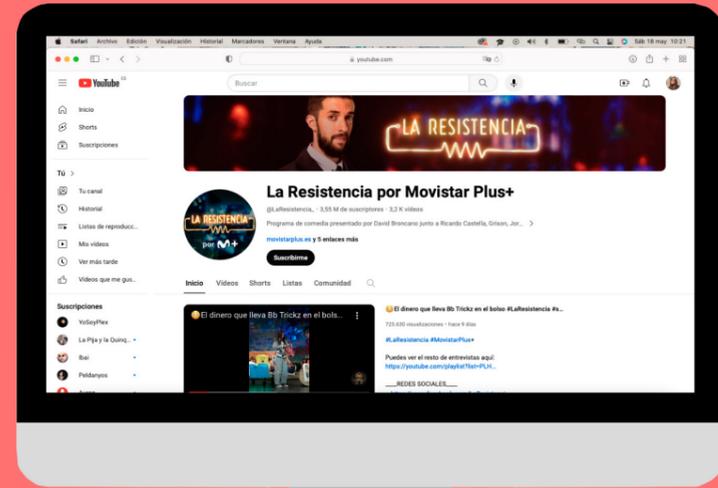


Figura 60: Canal de YouTube de La Resistencia.
Fuente: YouTube, 2024.



Por otro lado, la cuenta verificada de Instagram de La Resistencia, usuario denominado como @laresistencia, tiene actualmente 2,7 millones de seguidores, 9007 publicaciones y solo una cuenta seguida por el programa, que es la del propio Roger Federer, este detalle fue destacado en un programa, revelando el fanatismo de David Broncano por el tenista suizo, otorgándole el privilegio exclusivo de ser el único perfil seguido por la cuenta oficial del programa. En la propia descripción de la cuenta se denominan a sí mismos como creadores digitales y publican de manera diaria el contenido del programa. En cuanto a los post, publican reels modo resumen o clips cortos sobre sucesos que han pasado en el programa del día anterior, además de los propios carteles anunciando el invitado de la noche. En cambio, las historias destacadas sobresalen por su creatividad esporádica ya que el *Community Manager* del programa, Alex Pincho, constantemente comparte memes, juegos y una gran cantidad de contenido que genera bastante interacción entre los seguidores, lo que se traduce en uno de los mejores niveles de participación y compromiso por parte de la audiencia con un 4,88% de tasa de *engagement* y entrando en el puesto número 26 de mejores cuentas de Instagram en la categoría de *shows* en España.

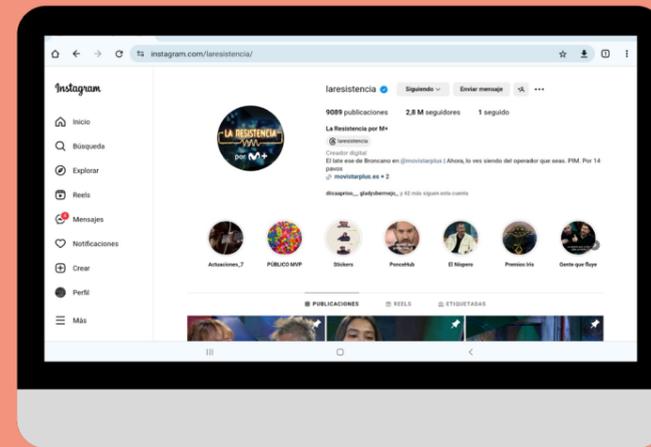


Figura 61: Cuenta de Instagram de La Resistencia.
Fuente: Instagram, 2024.



En cuanto a la plataforma de TikTok, el usuario La Resistencia es @laresistencia_cero y tiene 4,9 millones de seguidores, 191 millones de me gustas totales, sigue a 221 usuarios y 216 mil visualizaciones de media por publicación. Este perfil sube contenido muy similar al de la cuenta de Instagram, con la misma constancia y dinamismo, se publican reels acerca del contenido del programa ya sean entrevistas o secciones de los colaboradores. Además, hay listas destacadas que recopilan videos relacionados con diversas temáticas para facilitar su acceso a los usuarios. Estas listas incluyen secciones dedicadas a colaboradores actuales como Jorge Ponce, Lala Chus o Valeria Ros, entre otros, así como otras listas relacionadas con partes específicas del programa, como “La gente”, que recopila videos del momento en el que el micrófono circula entre el público, “Clásicos del programa”, “Los más vistos” y “Música en directo”, donde se presentan las actuaciones musicales de los invitados que son cantantes y se animan a entonar alguna de sus canciones durante el programa.

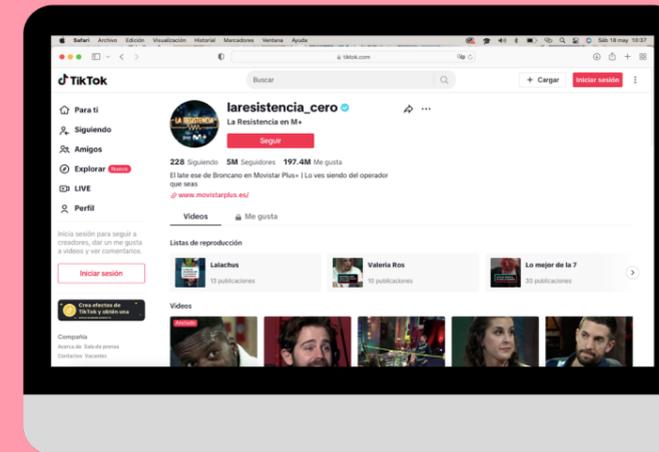


Figura 62: Cuenta de TikTok de La Resistencia.
Fuente: TikTok, 2024.



Por último, la cuenta de X del programa se unió en enero de 2018 y tiene como usuario: @LaResistencia, además de 1 millón de seguidores y 1 usuario seguido, de nuevo, el perfil oficial de Roger Federer. En esta red social, la cuenta oficial del programa sigue una línea de contenido similar a la de Instagram y TikTok, aunque Pinacho adopta frecuentemente el tono humorístico característico de la plataforma: esto se refleja en las respuestas a memes, publicaciones actuales y participación en polémicas o situaciones humorísticas. Además, X ofrece un espacio ideal para comentarios ingeniosos, debates rápidos y reacciones instantáneas, lo que permite a La Resistencia mantener una interacción ágil y dinámica con su audiencia, así como generar contenido viral de manera más directa y eficaz. Un ejemplo claro es el post fijado en el perfil de La Resistencia en X¹, en el que se cita un comentario que dice: “Quien siga viendo la resistencia en 2024 tiene un problema mental” a lo que @LaResistencia responde: “Estaba revisando mensajes y este me ha hecho mucha gracia. Gracias a todos por seguir viendo La Resistencia a costa de vuestra salud mental”.

1 Enlace al post fijado en X: <https://x.com/LaResistencia/status/1750117969793806379>

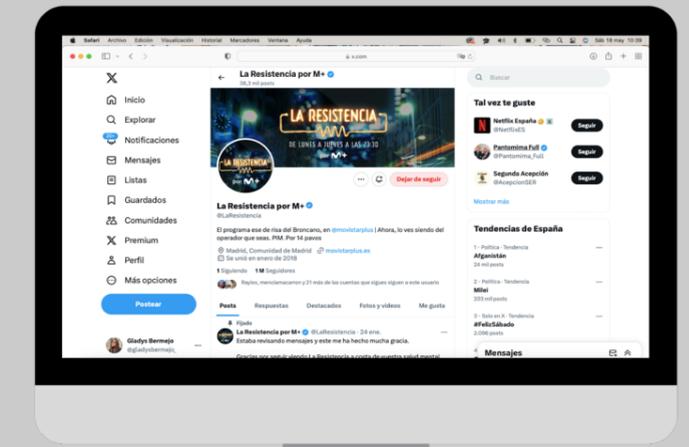
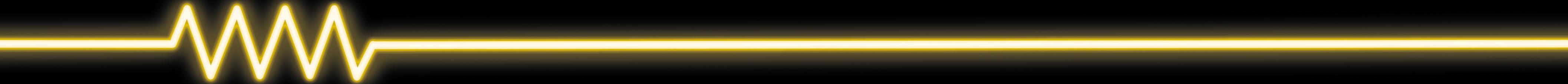


Figura 63: Cuenta de X de La Resistencia.
Fuente: X, 2024.

06

ANÁLISIS DE DATOS
E INFORMACIÓN



6. Análisis de datos e información

En esta investigación se han recopilado datos a través de encuestas y entrevistas para obtener información relevante sobre el tema de estudio. Los datos recogidos proporcionan una visión más amplia y detallada de las opiniones y experiencias de los participantes relacionados con el programa La Resistencia. A continuación se presentarán los análisis de respectivos medios utilizados:

6.1. Análisis de encuestas

Se ha obtenido un total de 116 respuestas, lo que proporciona una muestra significativa para llevar a cabo un análisis detallado. A continuación, se procede a examinar en profundidad los datos recopilados para extraer conclusiones relevantes:

En cuanto a las preguntas demográficas, los resultados revelan una distribución equitativa entre hombres con un 50% y mujeres con otro 50%. Además, destaca que el 55,2% de las respuestas provienen de personas de entre 18 y 24 años, superando a otros grupos de edad. En términos educativos, los encuestados con estudios universitarios representan la mayoría, con un 57,3% del total de respuestas.

Adentrándonos en las preguntas relacionadas con el programa de La Resistencia encontramos que la parte favorita del programa de los encuestados son las entrevistas con un 85,6%, a pesar de esto, es más común que vean el programa través de clips y fragmentos en redes sociales con un 58,9%, seguido por un 48,2% que prefiere

ver las entrevistas en YouTube. Sin embargo, llama la atención que un porcentaje considerable (48,3%) afirma nunca haber compartido ningún segmento del programa en redes sociales. Esta conclusión sugiere que, aunque consumen activamente el contenido en plataformas digitales, prefieren mantener un rol pasivo y no participar en su difusión.

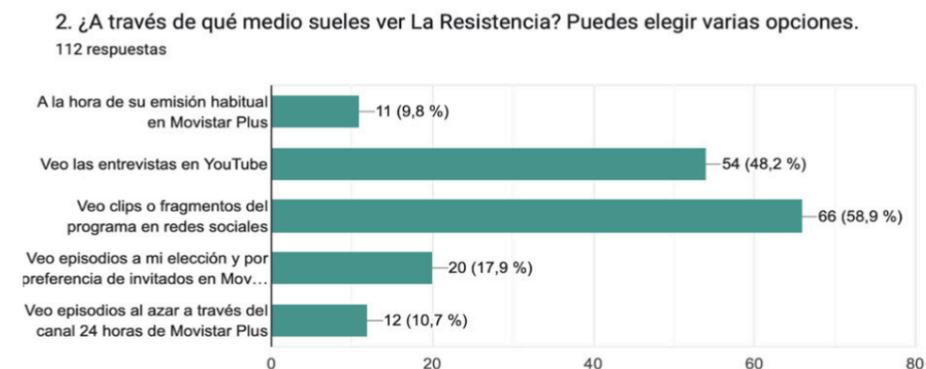


Figura 64: El medio a través del cual los encuestados ven el programa.
Fuente: Encuesta a través de Google Forms, 2024.

Por otro lado, los encuestados creen que los factores que han contribuido al éxito de La Resistencia son: la espontaneidad, la frescura, romper los estereotipos y utilizar recursos mediocres. Denominan el enfoque del programa hacia la diversión y el entretenimiento por encima de todo con un 69,9% y consideran, además, que el programa ocasionalmente aborda temas relevantes y de actualidad y que el éxito del programa se debe más bien a la personalidad de David Broncano como presentador.

9. ¿Crees que el éxito de La Resistencia se debe más a su contenido o a la personalidad de David Broncano como presentador?
115 respuestas

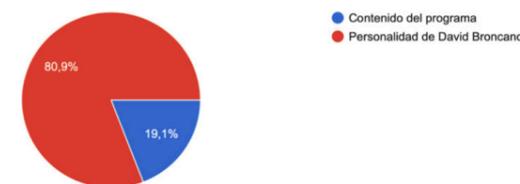


Figura 65: Los encuestados consideran que el éxito del programa se debe a la personalidad de David Broncano.
Fuente: Encuesta a través de Google Forms, 2024.

Asimismo, los encuestados piensan que la falta de un guion estructurado en el programa contribuye a su autenticidad y frescura (73,7%), que la participación del público durante el programa es muy positiva (70,4%) y opinan que les gusta la presencia de invitados menos conocidos en el programa ya que tienen la oportunidad de conocer nuevas celebridades (57,9%).

10. ¿Crees que la falta de un guion estructurado en el programa contribuye a su autenticidad y frescura?
114 respuestas

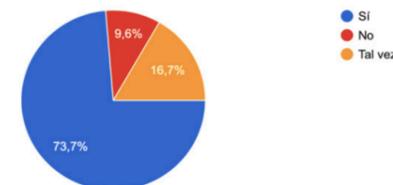


Figura 66: Los encuestados consideran que la falta de guion estructurado contribuye a la autenticidad del programa.
Fuente: Encuesta a través de Google Forms, 2024.

Los encuestados consideran al 77,2% que las extravagancias que hacen con los invitados como la llegada en tirolina, la piscina de bolas o los juegos en mitad del escenario añaden valor al programa

de La Resistencia ya que son elementos divertidos que hacen al programa ser más interesante. Describen el tono general del programa como: humorístico, espontáneo, sarcástico, y absurdo; y definen la personalidad de David Broncano como: espontáneo, carismático, gracioso y versátil.

15. ¿Qué opinas sobre la figura de David Broncano como presentador? Puedes elegir varias opciones.
114 respuestas

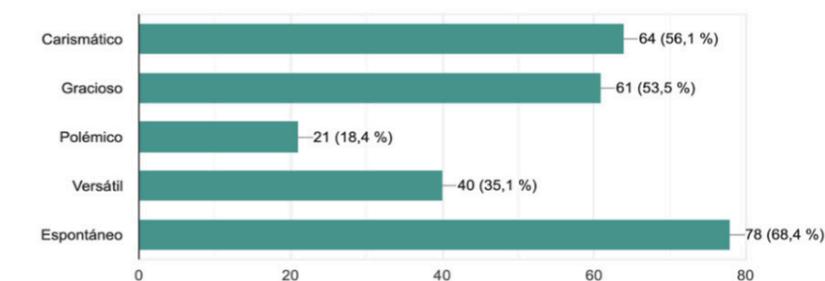


Figura 67: Los encuestados consideran que la falta de guion estructurado contribuye a la autenticidad y frescura del programa.
Fuente: Encuesta a través de Google Forms, 2024.

Por último, en cuanto a las opiniones sobre el traslado de La Resistencia a RTVE, existe una preocupación común a los 33,9% de los encuestados. Consideran que el programa puede perder la esencia al tener que adaptarse a las normativas de la cadena pública. “Pienso que es un programa que también es político y que por eso la RTVE quiere ficharlo. Al no tener pelos en la lengua y habiéndole dado carta blanca al presentador para decir lo que quiera, la RTVE quiere contratarlo para que sea un programa de izquierdas. Recordemos los inicios de Broncano y observemos la pasta que se le ofrece” (Encuestado número 102).

6.2. Análisis de entrevistas

Estas entrevistas han sido seleccionadas cuidadosamente entre personas que consumen el programa de manera habitual y lo siguen desde hace varios años. Esto se hace con el propósito de obtener información y opiniones que reflejan la fidelidad y el punto de vista de los seguidores más fieles de La Resistencia.

En todas las entrevistas realizadas para el análisis del estudio, se destaca el aprecio por la frescura y la naturalidad que caracteriza a La Resistencia. Este concepto se atribuye, en parte, a la improvisación que se observa en el programa donde los invitados y el propio David Broncano interactúan de manera espontánea, generando momentos únicos e impredecibles. “Lo que más me gusta de La Resistencia es la naturalidad con la que se habla en el programa y se llevan a cabo todo tipo de situaciones. Durante la conversación, suceden bromas de distintos temas que en otros programas no suele haber” (Entrevista 2). Además, se reconoce la variedad de invitados que aparecen en el programa, así como el estilo de humor tan drástico que aporta Broncano y que contribuye a mantener el interés del público en cada episodio.

Una diferencia importante entre las entrevistas radica en las opiniones sobre el traslado de La Resistencia a RTVE. En una entrevista se expresa preocupación sobre cómo este cambio podría afectar la esencia del programa y limitar su contenido debido a las restricciones propias de la televisión pública: “Temo que los invitados que vayan ahora a RTVE sean sello de identidad del programa,



enfocándose todavía más en la política de lo que era hasta ahora, que prácticamente era nulo” (Entrevista 1).

En cambio, en otra entrevista se muestra una postura más crítica hacia la asignación de fondos públicos para financiar el programa y refleja diferentes perspectivas sobre el impacto que puede tener este cambio en la calidad y la identidad del programa: “No ha sido un movimiento muy justo, ni estoy a favor ya que al final es dinero público que se paga con los impuestos de todos los españoles y en ningún momento se ha acordado que se destinen 28 millones para ese fin”. “El programa va a estar más ligado a la política en cuanto a ciertas personas influyentes que puedan venir al programa como invitado a

Figura 68: Equipo de La Resistencia. Temporada 3.
Fuente: Página web de Fórmula Tv, 2019.

ser entrevistado. La Resistencia era fiel a un carácter y un humor que puede que, en este caso, no se podrá tener, no sabremos con certeza hasta que empiece el programa en La 1” (Entrevista 3).

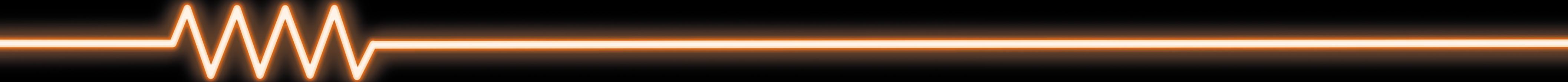
En cuanto a la participación del público, se reconoce en todas las entrevistas como un elemento positivo que contribuye al entretenimiento del programa. “Es una fuente más de entretenimiento y es otro factor que suma al programa de manera positiva, también esto hace que se diferencie de otros programas de televisión” (Entrevista 2). La interacción con el público se percibe como una forma de integrar a la audiencia en el *show* y de añadir un elemento de frescura y espontaneidad.

En relación con las entrevistas realizadas en La Resistencia, se destaca su informalidad y el hecho de que el presentador no suele prepararlas previamente, lo que genera un ambiente distendido y propicia conversaciones más naturales y cercanas. “En La Resistencia, prácticamente, David Broncano no ha tenido contacto previo con el entrevistado y eso hace que la entrevista pueda salir de cualquier manera” (Entrevista 1). Este estilo de entrevista se diferencia de otros programas similares, donde las entrevistas tienden a ser más formales y estructuradas. “David sabe a la perfección qué cosas preguntar, aunque al principio parecen inútiles, aportan bastante al programa, libera tensiones al entrevistado, le aporta una relajación y se abre de una forma en que en otros programas igual no hace, pues suelen ser preguntas muy directas y aquí en La Resistencia, es un libro abierto” (Entrevista 1).

Y por último, en cuanto al impacto en la cultura popular, se reconoce en todas las entrevistas que La Resistencia ha influido en la forma en que se consumen y se comentan los contenidos televisivos, así como en la adopción de referencias y gestos característicos del programa por parte del público. “Los seguidores empezaron a utilizar todo tipo de referencias, palabras y gestos que hacía el propio presentador. Se creó un movimiento, por lo que yo creo que influyó positivamente en la cultura popular en España” (Entrevista 3).

07

CRÍTICAS Y
CONTROVERSIAS



7. Críticas y Controversias

A pesar de que el programa de La Resistencia ha gozado de una enorme fama durante varios años, también ha sido objeto de polémica y críticas. Al estar constantemente expuestos en las redes sociales, los seguidores encuentran fácilmente motivos para expresar su descontento. En este apartado se explorarán las críticas y controversias que han rodeado a este popular programa, analizando cómo ha sido percibido por diferentes sectores de la audiencia y cómo ha enfrentado las críticas a lo largo del tiempo.

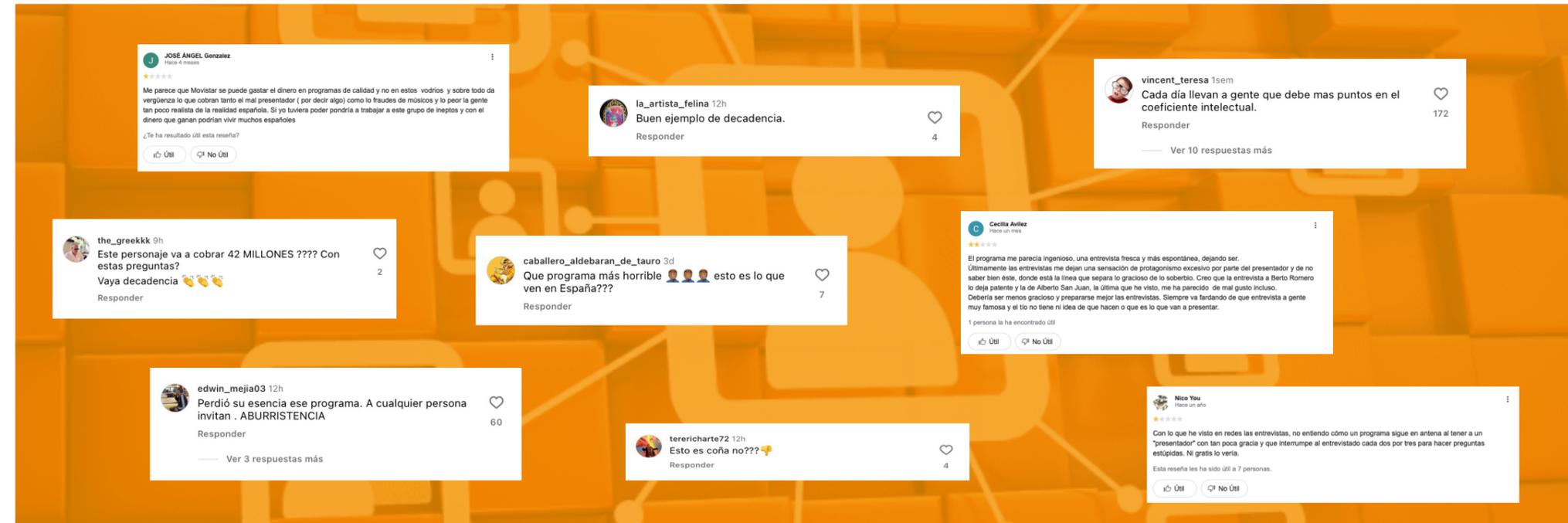
7.1. Opiniones divergentes y de los expertos sobre el programa

Es innegable que el programa ha logrado captar la atención de una amplia audiencia y ha generado un considerable impacto en la cultura popular. A pesar de esto, las opiniones sobre La Resistencia suelen ser diversas y algunos expertos critican el programa por su humor ácido y su enfoque provocador.

El escritor y periodista Juan Luis Saldaña manifiesta su discrepancia con la popularidad de La Resistencia en el periódico español 20 Minutos (2022). Saldaña comenta que, aunque muchos invitados accedan a ir al programa, ya que está de moda y sea “política-modernamente correcto”, la realidad es que “La Resistencia hace telebasura de la peor calaña y los invitados se degradan y responden a preguntas que no deberían admitir”. El escrito se queja de que responder a: ¿Cuánto dinero tienes? y ¿Cuántas veces

has mantenido relaciones sexuales en los últimos treinta días? son preguntas que no nos hacen más modernos, interesantes o divertidos, expone Saldaña: “¿Hay que aguantar el doble sentido, el machismo soterrado, la falta evidente de estilo y el humor cutre y sucio para vender tu mercancía?”. El periodista considera además que no ir al programa de La Resistencia se convierte en un modo de mostrar personalidad y que “Broncano y su coro son marionetas de una voluntad superior”, además, denomina a los productores del programa como “bufones de monólogo” y “transgresores de la nada” así como al teatro donde se graba La Resistencia como “sucio plató apocalíptico”.

Figura 69: Críticas hacia La Resistencia en sus redes sociales.
Fuente: Redes sociales de La Resistencia, 2024.



Yendo más allá de la opinión de los expertos, ha habido varios casos en los que el propio invitado ha criticado a La Resistencia tras su paso por el programa, comenta Orietta Ortiz (2022) en el periódico diario digital español, “Qué!”:

Durante la temporada 4, en el episodio 20, el entrevistado de la noche fue Alex García, actor que presentaba, en aquel entonces, la promoción de la nueva serie “Antidisturbios”. Aquella entrevista pasó a ser parte de la historia del programa ya que García en mitad de la entrevista se retiró del plató, un hecho que obviamente fue editado en postproducción. Al parecer, el actor se fue enfadado del programa por los comentarios de David Broncano, por lo que varios días después,

Alex García recibió la llamada del propio Broncano para disculparse y volver a invitarlo al programa.

Un ejemplo de entrevista polémica y que fue bastante criticada en redes sociales, es el del programa del cantante Marc Seguí que fue emitido durante la temporada 5, episodio 62. Esta entrevista se convirtió polémica desde que la plataforma anunció al invitado de la noche, ya que Marc Seguí expresó en algún momento, comentarios homófobos y machistas. Muchos seguidores de La Resistencia se quejaron de que el programa se prestaría para darle voz a una persona como Seguí y a pesar de ello, la entrevista se realizó pero estuvo llena de tensión desde el principio.

Existe una controversia en cuanto a la polémica del traslado de La Resistencia a RTVE, la redactora de la sección de últimas noticias y críticas televisivas Esther Mucientes (2024) comenta que el consumo del contenido de La Resistencia en redes sociales funciona ya que el programa del 3 de abril de 2024, acudieron como invitados los jueces de MasterChef y a los dos días, el vídeo de la entrevista en YouTube contaba con 185.400 visualizaciones. “¿Ha perdido fuelle La Resistencia? La tendencia a la baja refleja que el interés que había hace dos años por ver a las entrevistas de Broncano a diferentes personajes ha ido perdiéndose al menos a través de las plataformas. Habría que ver cuántos vídeos de La Resistencia se ven a través de las redes sociales, de TikTok y de YouTube, aunque para la medición de La 1 esto es lo menos importante”, explican analistas televisivos.

Asimismo, el traslado de La Resistencia a RTVE genera inquietud en la cadena pública. Aunque se espera que el programa pueda atraer a una audiencia más amplia al emitirse en una televisión en abierto, existe la preocupación de que el descenso de espectadores que se ha experimentado en Movistar Plus + pueda continuar, lo que podría afectar negativamente a la audiencia del Telediario 2 y otros programas del *prime time*.



Figura 70: Encuesta sobre el traslado de La Resistencia a RTVE.
Fuente: Cuenta de Instagram de Ac2ality, 2024.

7.2. Éxito a pesar de las críticas

Este programa ha desafiado los límites convencionales de la comedia y ha generado controversia con su humor audaz y espontáneo. Aunque algunas voces han intentado desacreditarlo y criticar su contenido, La Resistencia ha sabido mantenerse firme y continuar su camino hacia el éxito.

El secreto detrás de ese éxito radica en su capacidad para conectarse con su audiencia y ofrecerles algo diferente. A pesar de

las críticas, se ha logrado captar la atención de un público que busca una forma de entretenimiento provocadora y fresca, además de su enfoque directo y carismático que ha generado un seguimiento leal que apoya y defiende el programa. Asimismo, el equipo detrás de La Resistencia ha sabido utilizar las críticas como una fuente de motivación y crecimiento: han aprendido a no temerle a las opiniones negativas, sino a utilizarlas como un impulso para mejorar y evolucionar y, sobre todo, han sabido convertir las críticas en oportunidades para reinventarse y seguir siendo relevantes dentro de la industria televisiva actual.

El influencer de *Marketing y Branded Content* Pablo Ordorica, comenta en un vídeo de YouTube que con la digitalización y el avance de las tecnologías, la forma de consumir contenido ha cambiado. Este cambio es algo que ha aprovechado muy bien La Resistencia para encontrar su hueco dentro del panorama televisivo y el primer paso que han hecho ha sido construir una identidad. “Los creadores de La Resistencia, gracias al trabajo que han hecho, han conseguido crear una marca excepcional y algo clave ha sido el uso de plataformas de *streaming* como YouTube, donde suben los programas casi al completo” (Ordorica, 2021).

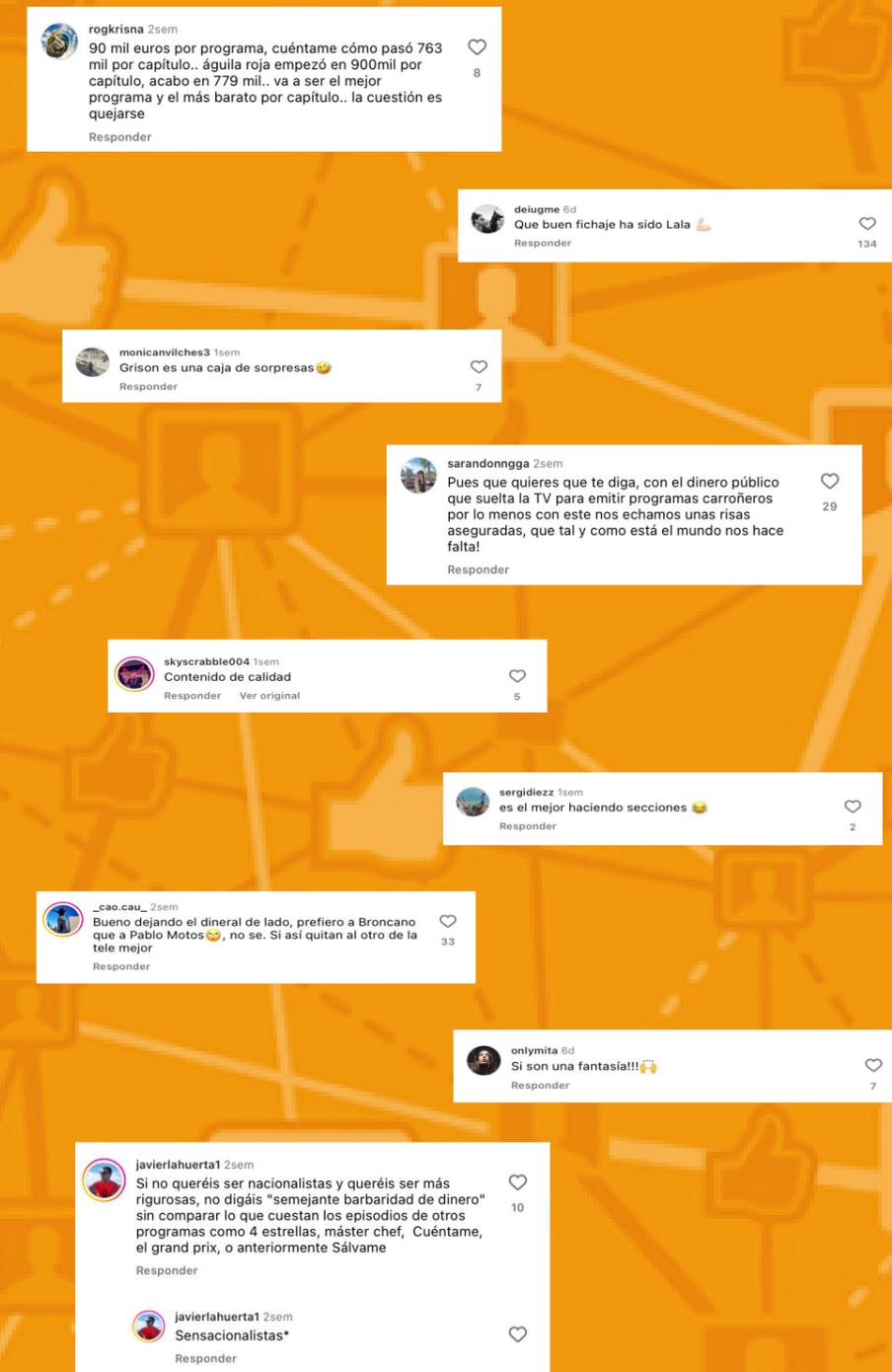
Asimismo, el sello de identidad de David Broncano es la forma que tiene de contar historias aplicando vocabulario al humor en cada una de sus anécdotas. El humorista cuenta con un amplio vocabulario de humor y tiene la capacidad de evitar los chistes a los que el público ya está acostumbrado. Ordorica comenta: “Ya forma parte de su sello hacer de las pequeñas cosas un gran acontecimiento. Hoy en día,

David Broncano sabe manejar La Resistencia de manera óptima, destacando principalmente la espontaneidad, la creatividad y su especial sentido del humor” (Ordorica, 2021).

Aunque es muy común y fácil de encontrar críticas en las redes sociales, también hay personas que expresan su aprecio y satisfacción hacia La Resistencia. Es importante destacar que los comentarios positivos en las redes sociales pueden tener un impacto significativo en la reputación del programa. Estos comentarios pueden generar una imagen positiva y atraer a más espectadores o seguidores. Además, los comentarios positivos pueden servir como una forma de retroalimentación para los creadores del programa, ya que les permite saber qué aspectos están funcionando bien y qué es lo que gusta a su audiencia.

Además de comentarios positivos que se enfocan generalmente al programa de La Resistencia en sí, también ha habido opiniones que defienden el programa y su traslado a RTVE, contrarrestando las críticas provocadas por los 28 millones de euros destinados, señalando que otras producciones televisivas han tenido presupuestos más elevados sin generar tanto revuelo. Además, se argumenta que la inclusión de La Resistencia en la parrilla de La 1 en RTVE podría ser una oportunidad para diversificar la oferta televisiva y ofrecer contenidos frescos y distintivos.

Figura 71: Comentarios positivos de La Resistencia en sus redes sociales.
Fuente: Redes sociales de La Resistencia, 2024.



08

CONCLUSIONES



8. Conclusiones

Como conclusión general, el programa de La Resistencia ha logrado consolidarse como un programa de televisión destacado y de gran influencia en el panorama mediático español; a pesar de las percepciones notables de mediocridad, el programa ha demostrado llevar a cabo una identidad única junto a una estrategia eficaz y ha sido capaz de conectar con la audiencia a través de un contenido fresco y entretenido.

No obstante, tras un exhaustivo análisis de los datos recopilados, que incluye opiniones divergentes de expertos sobre el programa, diversas fuentes de información en páginas web y artículos, sumados a las percepciones de los entrevistados y los datos recopilados mediante la encuesta, es posible resumir los hallazgos en relación con las hipótesis y los objetivos establecidos. Además, se destaca la importancia de la estrategia de comunicación y se reflexiona sobre la aparente mediocridad en relación con la fama del programa.

8.1. Resumen de hallazgos

Este resumen de hallazgos se adentra en un análisis crítico de las hipótesis planteadas, evaluando su correlación con los datos y percepciones obtenidos a lo largo de la investigación:

En primer lugar y en cuanto a la [H1] planteada: a pesar de ser considerado como un programa de televisión mediocre, La Resistencia

ha logrado mantener una audiencia fiel y ganar popularidad a lo largo de los años. Los datos muestran que el programa cuenta con seguidores leales y ha generado un impacto significativo en la cultura popular, lo que sugiere que su contenido inusual y entretenido ha sido clave para su éxito.

Adentrándonos en la [H2]: la figura de David Broncano desempeña un papel crucial en el éxito del programa. Los entrevistados, seguidores y expertos destacan la importancia del estilo único de presentación, el lenguaje característico y el humor irreverente de Broncano como un factor importante para atraer y retener a la audiencia.

Por último, con respecto a la [H3]: la interacción activa con la audiencia a través de las redes sociales y la participación del público durante el programa contribuyen significativamente a su popularidad y a su capacidad para generar *engagement*. El programa ha sabido aprovechar eficazmente las redes sociales para mantener una conexión constante con sus seguidores, especialmente aquellos que no tienen acceso a Movistar Plus +, permitiéndoles seguir el programa a través de estas plataformas por lo que, dicha estrategia ha contribuido al éxito del programa al fomentar una mayor participación del público y aumentar su alcance.

8.2. Importancia de la estrategia de comunicación

A lo largo de su trayectoria, el programa de La Resistencia ha sabido aprovechar cada oportunidad para mantener una relación sólida y dinámica con su audiencia. La interacción activa a través de las diferentes redes sociales, donde el equipo del programa responde a comentarios, genera su humor tan característico y actual, comparte contenido exclusivo y retroalimenta conversaciones con los espectadores, ha sido un elemento clave en esta estrategia. Además, la estrategia de promoción inteligente a través de plataformas digitales ha permitido que el programa alcance a un público más amplio y diverso.

La estrategia de comunicación de La Resistencia no solo se limita a la promoción y la interacción en redes. El propio contenido del programa, con su enfoque tan carismático, su humor tan fresco y la capacidad para abordar temas actuales con autenticidad, ha sido un componente fundamental para mantener la lealtad y el interés de la audiencia. Además, se ha destacado la participación del público durante el programa, ya sea a través de preguntas, comentarios o incluso intervenciones durante el *show*, ha creado un sentido de comunidad que trasciende la pantalla y fortalece el vínculo entre el programa y sus fieles seguidores.

En conclusión, la estrategia de comunicación de La Resistencia ha sido un factor clave en su éxito. Al adaptarse a las tendencias digitales y mantenerse fiel a su identidad única, a pesar del qué dirán, el programa ha logrado no solo mantenerse relevante en un mercado

televisivo saturado, sino también convertirse en un referente cultural que trasciende los límites de la televisión tradicional.

8.3. Reflexión sobre la fama y la mediocridad aparente

La fama y la aparente mediocridad de La Resistencia ofrecen una interesante reflexión sobre la naturaleza del éxito en la televisión contemporánea. A primera vista, podría parecer un programa más en la parrilla televisiva, pero su criticada fama y su base de seguidores desafían esa percepción. ¿Cómo es posible que un programa bastante mediocre y criticado como lo es La Resistencia pueda ganar tanto éxito en un panorama televisivo saturado?

La respuesta consiste en varios puntos clave. En primer lugar, su capacidad para conectar con la audiencia de manera auténtica y genuina es inigualable. A través de su estilo de un humor tan característico, La Resistencia ha logrado establecer una conexión emocional con su público, convirtiéndolos en más que simples espectadores: son cómplices dentro de la experiencia que ofrece cada *show*. Esta relación entre el programa y la audiencia es fundamental para su éxito, ya que permite que el programa trascienda los límites de la pantalla y se convierta en parte de la vida cotidiana de sus seguidores.

Además, el enfoque único del programa hacia la participación del público y el uso estratégico de las redes sociales han contribuido

en gran medida a su popularidad. La Resistencia no solo se limita a transmitir contenido, sino que también invita activamente a su audiencia a formar parte del espectáculo.

Por último, pero no por ello menos importante, la calidad del contenido en sí mismo juega un papel crucial en la fama del programa. A pesar de su apariencia aparentemente informal y mediocre, La Resistencia ofrece una combinación perfecta de entretenimiento inteligente, comentarios sociales perspicaces y entrevistas sorprendentemente reveladoras. Su humor distintivo es en realidad una manifestación de su identidad única al igual que su capacidad para conectar con la audiencia a un nivel más profundo.

En conclusión, La Resistencia desafía las expectativas convencionales y redefine lo que significa ser un éxito en televisión. Su merecida fama es el resultado de una combinación única de factores, que incluyen una conexión auténtica con la audiencia, una estrategia innovadora de participación del público y un contenido de calidad excepcional. Es por ello que, su éxito es un testimonio del poder del ingenio, la originalidad y la autenticidad.

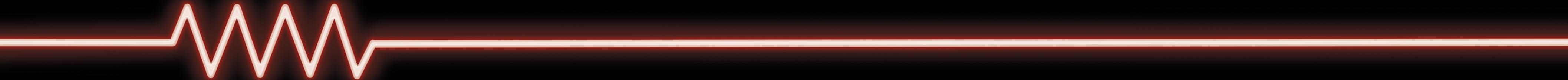


El programa de La Resistencia es metafóricamente el último bocado de ese mediocre sandwich mixto, un recordatorio de que la excelencia y la originalidad pueden destacar incluso en lo ordinario.



09

BIBLIOGRAFÍA
Y WEBGRAFÍA



9. Bibliografía y webgrafía

20 Minutos. (2020). Broncano se raja y se retira del troleo de pagar el doble de dinero que 'El Hormiguero' en su concurso. *www.20minutos.es* - Últimas Noticias. <https://www.20minutos.es/television/broncano-se-raja-y-se-retira-del-troleo-de-pagar-el-doble-de-dinero-que-el-hormiguero-en-su-concurso-4383488/>

20 Minutos. (2024). La nueva presidenta de RTVE exige a 'La Resistencia' de la cláusula de audiencia que el ente suele exigir a las productoras externas. *www.20minutos.es* - Últimas Noticias. <https://www.20minutos.es/television/las-ferreas-condiciones-que-rtve-suele-imponer-sus-contratos-que-no-exige-para-resistencia-5235010/>

Ac2ality. (2024). RTVE y La Resistencia [Vídeo]. Reel de Instagram. <https://www.instagram.com/reel/C5nxVJqtFLg/?igsh=c3RnYmxvcWc5endm>

Aguilera García, I. (2019). La cultura del humor televisivo: El infoentretenimiento español desde su utilidad para las audiencias. *Zer. Revista de estudios de comunicación*, 24 (47), 31-50. <https://doi.org/10.1387/zer.20705>

Aguilera García, I. C. (2020). Actualidad y comedia: El éxito de El Intermedio y La Resistencia entre los espectadores jóvenes. *Ámbitos: Revista internacional de comunicación*, 50, 80-95. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2020.i50.06>

Aparisi, S., & Carlos, J. (2013). Los rasgos de la ética del humor: Una propuesta a partir de autores contemporáneos. *Veritas: Revista de Filosofía y Teología*, 29, 9-31. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-92732013000200001>

Benavides, M. O., & Gómez-Restrepo, C. (2005). Methods in qualitative research: triangulation. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 34(1), 118-124. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-74502005000100008&lng=en&nrm=iso&tlng=es

Bermejo, M. (2019). 'La resistencia', algo más que un programa de 'pachachos'. *PR Noticias*. <https://prnoticias.com/2019/02/18/la-resistencia-algo-mas-que-un-programa-de-pachachos-david-broncano-grison/>

Cano, S. (2023). Sergio Bezos: "El guion de 'La Resistencia' es ridículo, somos espontáneos para lo bueno y lo malo". *Castellonplaza*. <https://castellonplaza.com/sergio-bezos-el-guion-de-la-resistencia-es-ridico-somos-espontaneos-para-lo-bueno-y-lo-malo/>

Carlsson, U. (2011). Los jóvenes en la cultura de los medios digitales.: Las perspectivas mundial y nórdica. *Infoamérica: Iberoamerican Communication Review*, (5), 99-112. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4278870>

Catela, B. (2024). ¿Quiénes son los actuales colaboradores de 'La Resistencia'? *www.20minutos.es* - Últimas Noticias. <https://www.20minutos.es/television/quienes-son-los-actuales-colaboradores-resistencia-5217982/>

Cebrecos, F. (2014). El filósofo frente a la TV. Tres miradas del Homo (tele) videns. *Lienzo*, (035), 81-114. <https://revistas.ulima.edu.pe/index.php/lienzo/article/view/341>

Critchley, S. (2011). *On humour*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203870129>

David Broncano, (s. f.). Recuperado el 2 de abril de 2024, de https://es.wikipedia.org/wiki/David_Broncano

Diego, P., & Guerrero-Pérez, E. (2021). La producción de talk shows en la televisión pública española (1990-2010): un contenido omnipresente en TVE. *Revista De Comunicación*, 20(1), 85-102. <https://doi.org/10.26441/RC20.1-2021-A5>

Donettes la resistencia. (s. f.). <https://www.donettes.com/laresistencia/>

El Intermedio. (s. f.). Recuperado el 2 de abril de 2024, de https://es.wikipedia.org/wiki/El_intermedio

Fernández, J. (2019). 'La Resistencia', el paradigma del éxito en la nueva televisión. *El Español*. https://www.elespanol.com/bluper/television/20191119/resistencia-paradigma-exito-nueva-television/445456845_0.html

Fernández, J. (2023). El periodismo y las nuevas tecnologías: Adaptación y evolución en la era digital. *Cumboto Digital*. <https://cumbotodigital.com/el-periodismo-y-las-nuevas-tecnologias-adaptacion-y-evolucion-en-la-era-digital/>

Gascón-Vera, P. (2020). El infoentretenimiento en la televisión de pago, Movistar+ y el canal# 0. El uso transmedia de sus contenidos de humor. *Ámbitos: Revista internacional de comunicación*, 49, 177-196. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2020.i49.11>

Gómez, B. (2020). Televisión Crítica o Industria de la risa: el Caso de la Comedia Televisiva Española (1990-2018). *Revista Signa*, (29), 467-494, Universidad de Lleida. <https://repositori.udl.cat/server/api/core/bitstreams/7e3aa71c-0a0d-4aaf-bc99-325b01b6a40b/content>

Gómez, C. (2021). Análisis Completo - Programa de televisión - La Resistencia. *Caye Audiovisual*. <https://cayeaudiovisual.wixsite.com/websiteaudiovisual/post/an%C3%A1lisis-completo-programa-de-televisi%C3%B3n-la-resistencia>

Gómez-Rodríguez, G. (2017). Comedia a la española. La evolución del género en televisión (1990-2014). *Comunicación y Medios*, (35), Universidad Complutense de Madrid. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6045074>

Guzmán Pitarch, J. R. (1992). Las teorías de la recepción: su concreción en la Didáctica de la Literatura. El Guiniguada. https://accedacris.ulpgc.es/bitstream/10553/5098/1/0235347_01992_0015.pdf

Henrigillis, & Gimbel. (s.f.). ¿Lo tienes? - Introducción a la teoría de la incongruencia. *Espanol Libretxts*. [https://espanol.libretxts.org/Humanidades/Filosofia/Es_gracioso_porque_es_verdad_\(Henrigillis_y_Gimbel\)/02%3AMetaf%C3%ADsica/2.04%3A_%C2%BFLo_tienes_%3F_-_Introducci%C3%B3n_a_la_teor%C3%ADa_de_la_incongruencia](https://espanol.libretxts.org/Humanidades/Filosofia/Es_gracioso_porque_es_verdad_(Henrigillis_y_Gimbel)/02%3AMetaf%C3%ADsica/2.04%3A_%C2%BFLo_tienes_%3F_-_Introducci%C3%B3n_a_la_teor%C3%ADa_de_la_incongruencia)

Hobbes, T. (1940). *Leviatan*. México DF: Fondo de Cultura Económica. <https://filosofiapolitica3unam.wordpress.com/wp-content/uploads/2015/08/hobbes-thomas-leviatan-fce-completo.pdf>

Jain, A., & Albert, B. (2023). Por qué el paso de la TV al entorno digital es una oportunidad que las marcas no pueden perder. *Think With Google*. <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/es-es/estrategias-de-marketing/datos-y-medicion/estrategia-de-marketing-en-tv-centrada-en-lo-digital/>

Jáuregui, E. (2019). Las cuatro principales teorías del humor. *Humor Positivo*. <https://humorpositivo.com/2019/04/30/las-cuatro-principales-teorias-del-humor/>

La Pija y la Quinqui. (2024). *DELFINES CARIÑOSOS con DAVID BRONCANO | Podcast La Pija y la Quinqui 3x20*. <https://youtu.be/HDejl1xRWXA?si=KUNzkMfiCdQR3Spl>

La Redacción. (2020). La Resistencia trolea el pack de Donettes. *Periodico Publicidad*. <https://www.periodicopublicidad.com/articulo/acciones-off-lin/la-resistencia-trolea-el-pack-de-donettes/20201216113759110514.html>

La Resistencia (programa de televisión). (s. f.). Recuperado 7 de marzo de 2024, de [https://es.wikipedia.org/wiki/La_resistencia_\(programa_de_televisi3n\)](https://es.wikipedia.org/wiki/La_resistencia_(programa_de_televisi3n))

La televisión que cambió tu vida. (s. f.). El Mundo. <https://lab.elmundo.es/evolucion-tv/>

La Vanguardia. (2022). Así es el 'inexistente' guion con el que David Broncano hace 'La Resistencia'. *La Vanguardia*. <https://www.lavanguardia.com/television/20221007/8558982/asi-inexistente-guion-da-vid-broncano-resistencia.html>

Late Motiv. (s. f.). Recuperado el 2 de abril del 2024, de https://es.wikipedia.org/wiki/Late_motiv

Leal Jiménez, A. y Quero Gervilla, M. J. (1977). Manual de marketing y comunicación cultural. *Bizkaia.eus*. <http://observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/handle/123456789/238>

Ley 4/1980, de 10 de enero, de Estatuto de la Radio y la Televisión. (s. f.). <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-1980-724>

López Sañudo, E. (2020). La importancia de la televisión en la cultura. *InformaUVA*. <https://www.informauva.com/importancia-television-cultura/>

Marqués, I. (2018). Así se forjó el fenómeno David Broncano: «La Resistencia» del nuevo "pachacho" de la tele. *El Confidencial*. https://www.elconfidencial.com/television/2018-09-21/david-broncano-la-resistencia-comico-fenomeno-movistar_1618952/

Méndez, M. (2024). Las verdades del fichaje de Broncano por RTVE: más barato que «4 Estrellas» y no blindado año y medio. *Vertele*. https://www.eldiario.es/vertele/noticias/verdades-fichaje-david-broncano-rtve-la-1-ser-a-mas-barato-serie-4-estrellas-access_1_11280829.html

Menéndez, J. y Chavarri, G. (2020). ¿Cuáles son los programas más vistos de 'La Resistencia'? *Blogthinkbig.com*. <https://blogthinkbig.com/programas-mas-vistos-de-la-resistencia>

Mineras, C. C. (2023). La resistencia: un camino que conduce al empoderamiento público. *CPR Cuencas Mineras*. <https://cprcuencasmineras.es/la-resistencia-un-camino-que-conduce-al-empoderamiento-publico/>

Mínguez, F. y Cabrera, M. (2015). *El nuevo espectador social y su influencia en los contenidos televisivos* (Doctoral dissertation, Universitat Politècnica de València). <https://riunet.upv.es/handle/10251/54589>

Molina, B. (2020). 'La resistencia' recula en su jugarreta a Pablo Motos y 'El hormiguero'. *El confidencial*. https://www.elconfidencial.com/television/programas-tv/2020-09-17/la-resistencia-el-hormiguero-pablo-motos-broncano-tarjera-dinero_2751616/

Montoya, A. N. (2004). Cultura mediática y educación formal: un punto de vista comunicacional. *Revista Colombiana de Educación*, (46). <https://doi.org/10.17227/01203916.5502>

Morreall, J. (1983). Humor and Emotion. *American Philosophical Quarterly*, 20(3), 297–304. <http://www.jstor.org/stable/20014010>

Mucientes, E. (2024). Los datos de La Resistencia que más preocupan en el "culebrón" de Broncano y RTVE. *El Mundo*. <https://www.elmundo.es/television/2024/04/06/660ff8a4e85ecea7328b458e.html>

Mucientes, E. (2024). RTVE ultima el fichaje de David Broncano y su Resistencia para competir contra El Hormiguero. Periódico: *El Mundo*. <https://amp.elmundo.es/television/2024/03/07/65e9acf6e85ece61348b45b2.html>

Mucientes, E. (s. f.). La televisión que cambió tu vida. Periódico: *El Mundo*. <https://lab.elmundo.es/evolucion-tv/>

Ortiz, O. (2022). La Resistencia. Los invitados más polémicos que casi le cuestan el puesto a Broncano. *Qué!* <https://www.que.es/2022/12/07/la-resistencia-invitados-polemicos-broncano/4/>

Pérez, J. (2010). El papel del humor en la comunicación interpersonal. [Tesis de doctorado, Universidad de Barcelona] <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/4216/ceft1de1.pdf?sequence=1>

PuroMarketing. (2024). La Televisión no puede seguir el ritmo de crecimiento de la Publicidad digital. *PuroMarketing*. <https://www.puromarketing.com/45/213257/television-puede-seguir-ritmo-crecimiento-publicidad-digital>

Quintas Froufe, N. y González Neira, A. (2016). Consumo televisivo y su medición en España: camino hacia las audiencias híbridas. *El profesional de la información*, 25(3), 376- 383. <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2016.may.07>

Ramírez, M. y Cobo, S. (2013). La ficción gay-friendly en las series de televisión españolas. *Comunicación y sociedad*, 19, enero-junio, 213-235. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0188-252X2013000100009&script=sci_a_rtext

Reason Why (2024). Tradición vs. Digitalización: televisión, radio y prensa aún resisten en el mercado de consumo de medios, cada vez más fragmentado. *Reason Why*. <https://www.reasonwhy.es/actualidad/estudio-global-web-index-mercado-consumo-fragmentado-medios-2023>

Redes sociales de La Resistencia. (s. f.). *HypeAuditor*. <https://hypeauditor.com/es/instagram/laresistencia/>

Reguero-Sanz, I; Berdón-Prieto, P; García-Gil, S. (2020). Evolución de la programación televisiva de debates y entrevistas ante la liberalización audiovisual en España (1980 – 2010). *Estudios sobre el mensaje periodístico* 26(2), 715-731. <http://dx.doi.org/10.5209/esmp.67391>

Saavedra-Llamas, M; Papí-Gálvez, N; Perlado-Lamo-de-Espinosa, M. (2020). Televisión y redes sociales: las audiencias sociales en la estrategia publicitaria. *El profesional de la información*, 29(2). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.06>

Sánchez, C. (s.f.). Estrategias publicitarias televisivas. El procesamiento de la información en la atención y en la memoria. *Facultad de Comunicación. Universidad Pontificia de Salamanca*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2720581>

Saldaña, J. (2022). «La Resistencia», transgresores de la nada. *20 Minutos*. <https://www.20minutos.es/opinion/la-resistencia-transgresores-de-la-nada-20220308-4965968/>

Salgado Losada, A. (2006). Orígenes y evolución histórica del “late night show” en Estados Unidos, como principal formato de entretenimiento televisivo, 2, 99-118. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2729125>

Televisión Española. (s. f.). Recuperado 17 de marzo de 2024, de https://es.wikipedia.org/wiki/Televisión_Española

Terrasa, R. (2019). La sociedad del sándwich mixto: por qué los mediocres dominan el mundo. *El Mundo*. <https://amp.elmundo.es/papel/historias/2019/09/03/5d6ea47d21efa076048b4612.html>

Virginia Sánchez, E. (2024). Estudio Infoadex de la Inversión Publicitaria en España 2024. *Infoadex*. <https://www.infoadex.es/home/wp-content/uploads/2024/02/Estudio-InfoAdex-2024-Resumen.pdf>

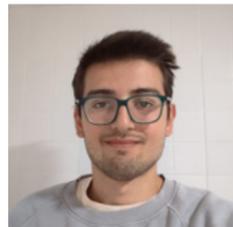
10

ANEXOS



10.1. Entrevistas

Entrevista 1: Alberto Ríos de la Rosa.



Alberto Ríos es graduado en Ingeniería Informática por la Universidad de La Laguna en Tenerife, Islas Canarias. Y actualmente se encuentra opositando para las pruebas TIC del Cuerpo Superior de Sistemas y Tecnologías de la Información de la Administración del Estado cuyas pruebas selectivas de acceso se exige estar en posesión del título universitario de Grado, Licenciatura, Ingeniería o Arquitectura.

Alberto se considera seguidor entusiasta de La Resistencia desde sus inicios. Ya sea viéndolo en vivo o siguiendo sus contenidos en las redes sociales, se mantiene al tanto de cada emisión. Alberto se considera un consumidor habitual del programa y se siente identificado con su estilo humorístico y las situaciones que plantea David Broncano.

1. ¿Qué es lo que más te gusta de La Resistencia y por qué?

Lo que más me gusta de La Resistencia es que cada programa es distinto. No puedes esperar lo que va a pasar. A diferencia de otros en el que siempre colaboran las mismas personas y la base es la misma, aquí en La Resistencia, es cierto que participan muchos invitados del mismo ámbito, pero también traen un montón de invitados distintos y colaboraciones que aportan que cada programa sea único. A su vez, las entrevistas que hacen son muy variadas, puede haber un invitado de ámbito político como ámbito musical, gente del deporte extremo que nadie conoce, traen mucha gente variada que han conseguido logros importantes y no están que están valorados en la sociedad española.

2. ¿Qué crees que hace que La Resistencia destaque frente a otros programas de late night?

Podría decir que la respondí en la anterior, pero básicamente, lo inesperado que puede llegar a ser, ya que siempre el programa comienza interactuando con el público, cosa que muchos otros programas de *late night* no hacen. Además, Jorge Ponce hace muchas cosas variadas en su sección, no es que se dedique a hacer siempre su misma parte del programa, sino que aparece e inventa algo distinto, algo nuevo que no te esperas en 10 o 15 minutos de su sección, que además, no tiene nada que ver con lo que había hecho el día anterior. Básicamente, aparte de todo el humor que tiene, se

diferencian en que siempre hacen cosas distintas del resto de programas.

3. ¿Crees que La Resistencia ha influido en la cultura popular y en la televisión en España?

Yo diría que sí. Ahora, en estos últimos años, igual ha bajado su influencia, pero hace cuatro o cinco años, cuando pegó el *boom*, mucha gente empezó a copiar su modelo de entrevistas, ya sea interactuando con el público mucho más o haciendo entrevistas muy poco al uso, y esto ha ido aumentando, si nos damos cuenta, en estos últimos años han aparecido muchos canales o programas de podcasts, en otros programas en el que se prueba traer invitados, pero en vez de hacer una entrevista al uso o de forma cotidiana, las hacen en formatos distintos, como por ejemplo el programa de Dani Martínez, que se llama Martínez y hermanos, en el que trae tres invitados y hacen una entrevista entre ellos, hablando o compartiendo anécdotas entre ellos. Básicamente, creo que La Resistencia ha influenciado y ha aportado variedad a la hora de hacer entrevistas en el resto de programas pero sobre todo, la participación del público en un programa de televisión.

4. ¿Qué opinas sobre la participación del público en el programa?

Me parece muy interesante, ya que al final y al cabo, cuando ves un programa, el fin es que la gente se entretenga y con la participación del público logras que los asistentes que van esa noche

se enganchen a la trama; sobre todo los seleccionados por Sergio Bezos que se sientan aparte. Cuentan historias de varias personas del público que en un principio puede parecer que no son interesantes, pero al final Broncano lo logra llevar de tal manera en el que a los espectadores nos importe lo que les sucede, a pesar de ser personas que no conocemos.

5. ¿Qué opinas sobre las entrevistas realizadas en La Resistencia? ¿Crees que son más informales en comparación con otros programas similares?

Diría que sí, que las entrevistas en La Resistencia son más informales. Un invitado cuando va, a diferencia de otros programas en el que el entrevistado va y sabe ya lo que le van a preguntar, en La Resistencia prácticamente David Broncano no ha tenido contacto previo con el entrevistado y eso hace que la entrevista pueda salir de cualquier manera. Además, lo que aporta David, es que sabe a la perfección qué cosas preguntar, aunque al principio parecen inútiles, aportan bastante al programa, libera tensiones al entrevistado, le aporta una relajación y se abre de una forma en que en otros programas igual no hace, pues suelen ser preguntas muy directas y aquí en La Resistencia, es un libro abierto.

6. ¿Consideras que parte de la fama y popularidad de La Resistencia se debe al trabajo del *Community Manager* y a la presencia en las redes sociales del programa?

Sí, aunque considero que ahora ya menos. Al principio del programa, cuando todavía las redes sociales no estaban tan explotadas como hoy en día, en el que todos los *Community Managers*, todas las empresas buscan tener *engagement* en las redes sociales intentando conseguir repercusión mediante memes, “salseos”, etc. Pues La Resistencia fue de las pioneras en ese sentido, ya que se dedicaban a exponer su trabajo en redes y sobre todo subían muchos memes, muchas bromas sobre ellos mismos, sin importar que se daban a conocer en las redes sociales y hacía que la gente quisiese ver el programa en un futuro, porque ven un clip que les atrae, y dicen “oye, qué bien está esto” y quieras o no eso aporta significativamente al programa.

Además, yo creo que aportó mucho, sobre todo al principio al programa, el hecho de dejarse ver en redes sociales. Al final no dejaba de tratarse de un programa que estaba en una televisión privada como Movistar Plus + y en el que no todo el mundo tenía acceso a ver, por lo que las redes sociales permitieron que todo el mundo conectase con el programa y pudiese entender de qué iba.

7. ¿Qué opinas sobre el traslado de La Resistencia a RTVE por 28 millones de euros y dos temporadas financiadas con dinero público?

Al fin y al cabo, eso es una acción del gobierno, que es más un tema de política por parte del programa, pues es lo razonable y lógico. Si te ofrecen un lugar de trabajo en el que te van a dar más dinero, con dos años de contrato y estabilidad, pues es normal que la productora que es El Terrat decida trasladarse de canal. ¿Qué puede aportar aquí la televisión pública? Puede aportar que llegue a más personas, que se transmitan abierto, algo que antes no estaba, pero puede suponer un problema ya que los invitados que traen pueden estar seleccionados por la televisión pública. Depende de los términos que hayan negociado los contratos, pero temo que los invitados que vayan ahora a RTVE sean sello de identidad del programa, enfocándose todavía más en la política de lo que era hasta ahora, que prácticamente era nulo.

Entrevista 2: Leonardo González Díaz.



Leonardo González es graduado en Técnico Superior de Enseñanza y Animación Sociodeportiva por el IES Punta Larga, Candelaria, Tenerife. Actualmente se encuentra opositando para el CNP, Cuerpo Nacional de Policía, Escala Básica.

Leonardo se autodefine como un seguidor ocasional de La Resistencia. Mayoritariamente, consume fragmentos del programa en las redes sociales y, de vez en cuando, ve algún episodio completo, especialmente si le interesa el invitado de esa noche. Su compromiso con el programa ha disminuido ligeramente en los últimos años debido a la falta de tiempo, pero su interés y aprecio por el contenido del programa siguen siendo sólidos.

1. ¿Qué es lo que más te gusta de La Resistencia y por qué?

Lo que más me gusta de La Resistencia, aparte de la variedad de invitados que traen al programa, es la naturalidad con la que se habla y se llevan a cabo todo tipo de situaciones. Durante la conversación, suceden bromas de distintos temas que en otros programas no suele haber. Es un programa sin ningún tipo de filtro ni censura y hablan de lo que quieran sin prejuicios, lo que también es un punto a favor.

2. ¿Qué crees que hace que La Resistencia destaque frente a otros programas de *late night*?

Considero que La Resistencia es un programa tan poco preparado y es algo que se sale de lo normal, en el sentido de que parten de la improvisación, en vez de partir de planificación previa por lo que nunca sabes lo que va a pasar. Es un programa mediocre en ese aspecto pero es algo que también les beneficia a su favor porque ese concepto llama bastante la atención.

3. ¿Crees que La Resistencia ha influido en la cultura popular y en la televisión en España?

En cuanto a la influencia en la cultura popular considero que La Resistencia no es un programa culto donde se pueden aprender muchas cosas porque su finalidad, al fin y al cabo, es el humor y el entretenimiento. Pero si es cierto que la diversidad tan amplia de invitados que traen al programa ayuda a fomentar la promoción de

celebridades con pocos seguidores, aquellos que tienen un gran talento o deportistas que han tenido logros y no son bien reconocidos por los medios, es algo que La Resistencia puede influir a bien dando ejemplo a otros programas de televisión en España.

4. ¿Qué opinas sobre la participación del público en el programa?

Me parece que está muy acertado el hecho de que durante el programa se interactúe bastante con el público. Es una fuente más de entretenimiento y es otro factor que suma al programa de manera positiva, también esto hace que se diferencie de otros programas de televisión en el mismo ámbito que La Resistencia.

5. ¿Qué opinas sobre las entrevistas realizadas en La Resistencia? ¿Crees que son más informales en comparación con otros programas similares?

Evidentemente, las entrevistas son mucho más informales y Broncano nunca prepara las entrevistas. Por ejemplo, cuando va un actor al programa, David no sabe ni en qué series ni películas ha participado o ni si quiera se ha visto o informado acerca de la película a la que el invitado va a promocionar en su programa. En ese momento, se nota que el presentador parte de la improvisación y sigue hablando durante el programa de cosas totalmente irrelevantes a la película o al invitado, más bien, habla sobre temas más generales y entusiastas, aunque en realidad, ahí es donde está la magia del programa.

6. ¿Consideras que parte de la fama y popularidad de La Resistencia se debe al trabajo del Community Manager y a la presencia en las redes sociales del programa?

Sí, considero que La Resistencia por todos los medios en los que se mueve, ya sea en la televisión o en redes sociales, el programa desprende la misma idea de mediocridad, cutrez o desinterés al intentar hacer las cosas formales. El *Community Manager* al expresarse de la misma manera y siguiendo la misma filosofía en redes sociales hace que la audiencia perciba realmente como es La Resistencia, un programa sin prejuicios que no le importa que sean criticados, sino que simplemente es un *show* donde van a divertirse.

7. ¿Qué opinas sobre el traslado de La Resistencia a RTVE por 28 millones de euros y dos temporadas financiadas con dinero público?

Yo creo que sin tener en cuenta el gasto que supone estar en una cadena de televisión tradicional pues quieras que no, les va a limitar mucho más a la hora de crear su contenido como lo están haciendo hasta ahora. Al final RTVE no deja de ser un medio que está más limitado o más censurado en el sentido de ser un canal abierto y no está bien visto de que se traten ciertos temas. Considero que va a perder un poco la esencia de lo que realmente es La Resistencia.

Entrevista 3: Fernando de la Rosa Pérez.



Fernando de la Rosa es estudiante del Grado Business Analytics de la Universidad Europea de Madrid y actualmente trabaja como oficina de Torre de Control en los Países Bajos, en la empresa holandesa Arvato, uno de los principales fabricantes del mundo de componentes para la generación autónoma de energía para vehículos y el sector marítimo móvil.

Fernando se identifica como un seguidor fiel del presentador David Broncano, ya que sigue el programa de manera regular y muestra interés en los temas tratados en cada episodio. Hace uso del lenguaje informal creado por Broncano y su afinidad por el humor y estilo del programa, lo convierten en un espectador entusiasta que disfruta de la propuesta televisiva de La Resistencia.

1. ¿Qué es lo que más te gusta de La Resistencia y por qué?

Lo que más me gusta de La Resistencia es la cercanía que tiene el programa con el público, haciéndolos partícipes del *show*, la cantidad tan variada de famosos que van al programa y el tipo de humor que utiliza David Broncano en cada una de las entrevistas, le da un toque personal y diferente.

2. ¿Qué crees que hace que La Resistencia destaque frente a otros programas de late night?

Lo que hace destacar a La Resistencia frente a otros *late night* es el simple hecho de que, en este caso, Broncano es la estrella del programa, aunque lleven cantantes, actores, culturistas o influencers a publicitarse, el público va al teatro sobretodo a ver a David Broncano. Yo veo el programa principalmente para ver a Broncano y disfrutar de su humor y sus chistes. Por ejemplo, Late Motiv o El Hormiguero, lo ve otro tipo de público y son más fieles a programas más convencionales y entrevistas a invitados más famosos.

3. ¿Crees que La Resistencia ha influido en la cultura popular y en la televisión en España?

El programa sube su mejor contenido a YouTube, están en contacto con toda la audiencia en general y no solo con los que pagan el espacio de Movistar Plus +. Por ello, los seguidores empezaron a utilizar todo tipo de referencias, palabras y gestos que

hacía el propio presentador. Se creó un movimiento, por lo que yo creo que influyó positivamente en la cultura popular en España.

4. ¿Qué opinas sobre la participación del público en el programa?

En cuanto a la participación del público, la verdad, es que creo que está bastante bien. Muchas veces a la mejor puede ser algo tedioso, pero Broncano suele aprovechar ese momento para, sobre todo, sacar algún chiste o revivir algún momento que pueda luego aprovechar para hacer bromas de ello más adelante en el mismo episodio y seguir el hilo del humor en un mismo programa.

Este factor viene bastante bien de cara al público, da la sensación de que los están integrando en el programa, no es solo un presentador y una estrella que están hablando entre ellos. Se toma muy en cuenta las interacciones del público, hablan, animan, gritan, se quejan, todo eso da más magia al ambiente que se promueve en el teatro.

5. ¿Qué opinas sobre las entrevistas realizadas en La Resistencia? ¿Crees que son más informales en comparación con otros programas similares?

Obviamente, las entrevistas de La Resistencia son más informales, para mi parecer, es un tipo de programa que todavía, a día de hoy, no se había encontrado. Un programa que tuviese tanta fama por ser demasiado informal: hay ciertas preguntas tabú,

momentos, palabras u ocasiones que comparado con programas de otras cadenas, no podemos ver. La entrevistas suelen ser más diferentes, es por eso por lo que me gusta el programa, sobretodo, el tacto que tiene el presentador en las entrevistas, normalmente, en otros programas no se nota como es esa relación, en cambio, en La Resistencia se ve una mayor cercanía por parte del entrevistado al entrevistador y viceversa.

6. ¿Consideras que parte de la fama y popularidad de La Resistencia se debe al trabajo del Community Manager y a la presencia en las redes sociales del programa?

Considero que el programa, en parte, algo de ayuda tiene, porque *Community Manager* de La Resistencia es bastante bueno y juega bastante con muchísimas cosas, a día de hoy, las redes sociales son un escaparate muy grande para muchísimas marcas, entonces hacen un muy buena labor.

7. ¿Qué opinas sobre el traslado de La Resistencia a RTVE por 28 millones de euros y dos temporadas financiadas con dinero público?

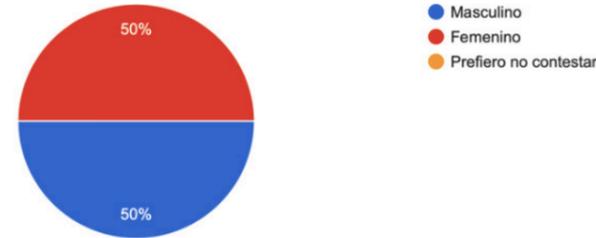
A mi parecer, no ha sido un movimiento muy justo, ni estoy a favor, ya que al final es dinero público que se paga con los impuestos de todos los españoles y en ningún momento se ha acordado que se destinen 28 millones para ese fin. Creo que ahora, el programa va a tener una perspectiva diferente, va a estar más ligado a la política en

cuanto a ciertas personas influyentes que puedan venir al programa como invitado a ser entrevistado. Además de ciertos aspectos que se limitan al estar ya en la televisión pública, el programa era fiel a un carácter y un humor que puede que, en este caso, no se podrá tener, no sabremos con certeza hasta que empiece el programa en La 1.

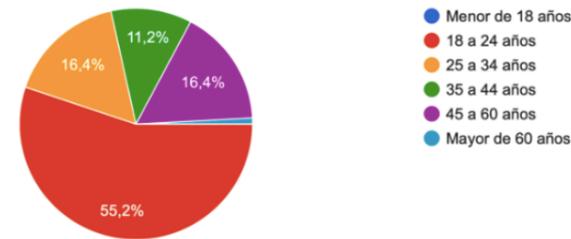
10.2. Encuestas

Preguntas demográficas:

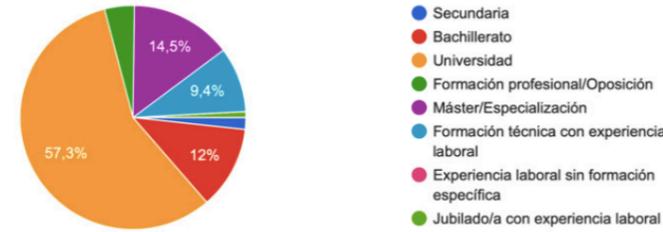
Género
116 respuestas



Edad
116 respuestas

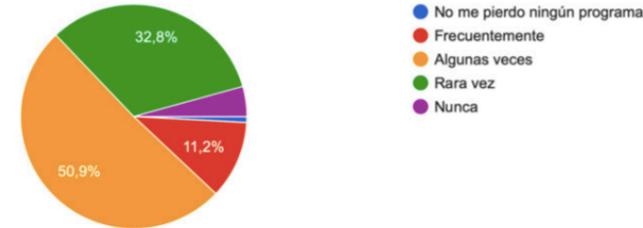


Formación
116 respuestas

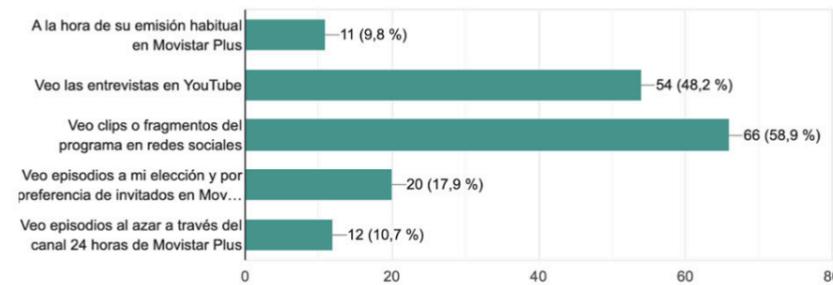


Encuesta:

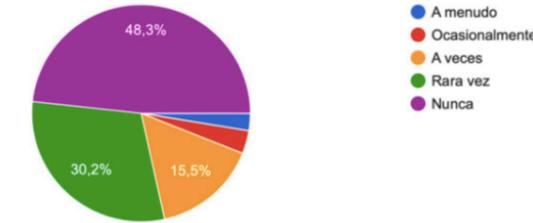
1. ¿Con qué frecuencia sueles ver La Resistencia?
116 respuestas



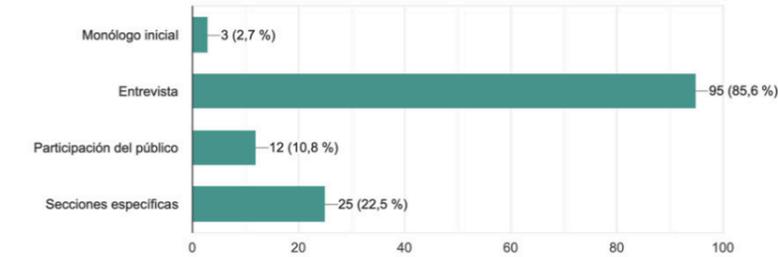
2. ¿A través de qué medio sueles ver La Resistencia? Puedes elegir varias opciones.
112 respuestas



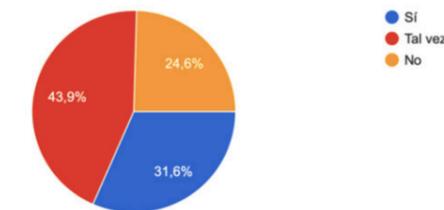
3. ¿Has compartido algún momento o segmento de La Resistencia en redes sociales?
116 respuestas



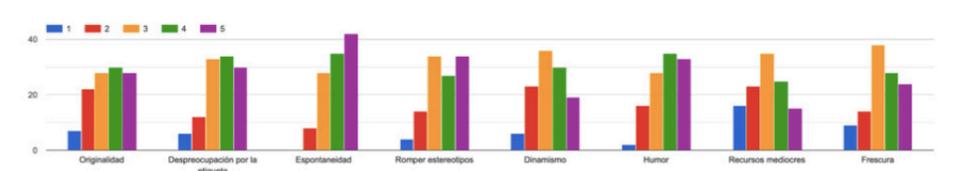
4. ¿Cuál es tu segmento favorito del programa? Puedes elegir varias opciones.
111 respuestas



5. ¿Consideras que La Resistencia utiliza recursos mediocres en comparación con otros programas de entrevistas?
114 respuestas



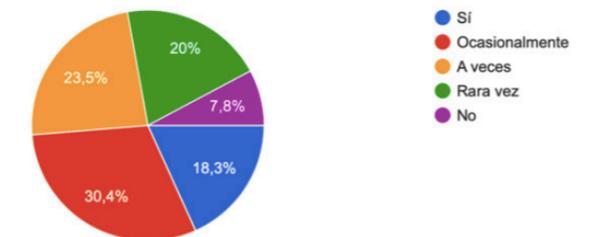
6. ¿En qué medida crees que los siguientes factores han contribuido al éxito de La Resistencia? Por favor, enuméralos del 1 al 5, donde 1 es 'No ha contribuido en absoluto' y 5 es 'Ha contribuido significativamente'.



7. ¿Consideras que La Resistencia se enfoca principalmente en hacer preguntas relevantes a sus invitados o más bien busca entretener a la audiencia con otros tipos de interacciones?
115 respuestas

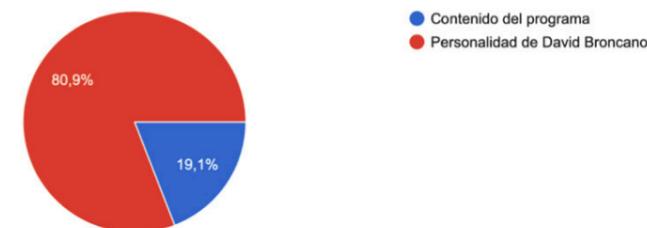


8. ¿Consideras que el programa aborda temas relevantes y de actualidad?
115 respuestas



9. ¿Crees que el éxito de La Resistencia se debe más a su contenido o a la personalidad de David Broncano como presentador?

115 respuestas



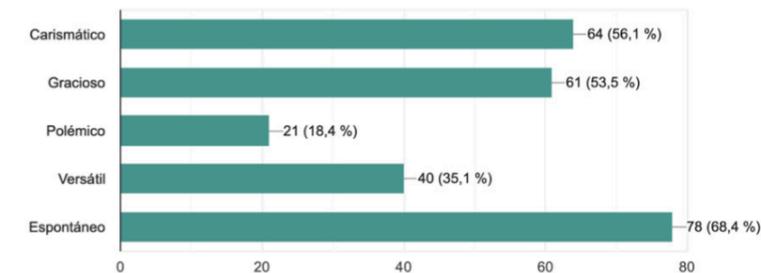
12. ¿Qué opinas sobre la presencia de invitados menos conocidos en el programa?

114 respuestas



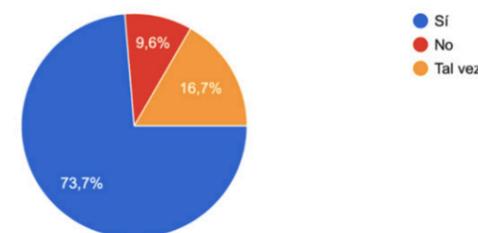
15. ¿Qué opinas sobre la figura de David Broncano como presentador? Puedes elegir varias opciones.

114 respuestas



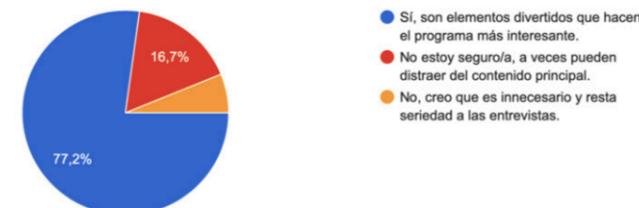
10. ¿Crees que la falta de un guion estructurado en el programa contribuye a su autenticidad y frescura?

114 respuestas



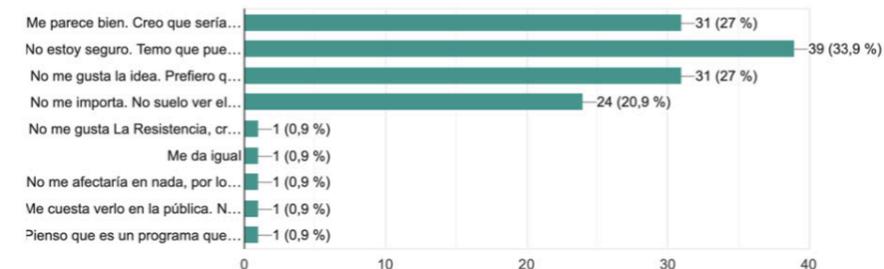
13. ¿Consideras que las extravagancias que hacen con los invitados como la llegada en tirolina, la piscina de bolas o los juegos en mitad del escenario añaden valor al programa La Resistencia?

114 respuestas



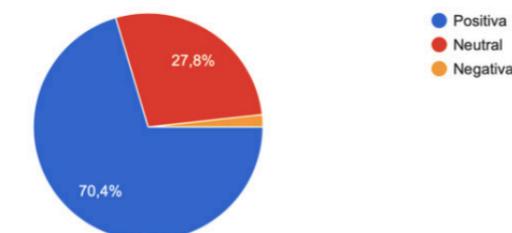
16. ¿Qué opinas sobre los rumores de que La Resistencia podría trasladarse a la cadena pública RTVE?

115 respuestas



11. ¿Qué opinas sobre la participación del público durante el programa?

115 respuestas



14. ¿Cómo describirías el tono general del programa? Puedes elegir varias opciones.

115 respuestas

