

# Investigación de audiencias de un programa de televisión.

## Resumen:

El trabajo consiste en un análisis del comportamiento de las audiencias con respecto a “El Hormiguero 3.0” durante el mes de diciembre de 2013. Para ello he estudiado la evolución del programa, su relación con Antena 3 y los mecanismos de programación de la cadena.

TRABAJO FIN DE GRADO

Autor: Natalia Fernández Jiménez

Director: Juan Jesús Menor Sendra

Grado en Comunicación Audiovisual

Curso: 2013/2014 – convocatoria: marzo



## ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN: OBJETIVOS Y METODOLOGÍA	4
2. EL HORMIGUERO	5
2.1 Evolución	5
2.2 Colaboradores y secciones	12
2.3 Nominaciones a premios	17
2.4 Ayuda social	12
2.5 Expansión Internacional	21
3. INVESTIGACIÓN DE AUDIENCIAS	25
3.1. Producción de “El Hormiguero 3.0”	25
3.2. Análisis de audiencias de “El Hormiguero 3.0” del mes de diciembre	27
3.3 Análisis de minutado	55
3.3. Mecanismos de contraprogramación	57
4. CONCLUSIONES	61
5. BIBLIOGRAFÍA	64
6. ANEXOS	66

## **1. INTRODUCCIÓN: OBJETIVOS Y METODOLOGÍA.**

La finalidad del trabajo es conocer el comportamiento de la audiencia con respecto a “El Hormiguero 3.0” durante el mes de diciembre de 2013. Saber cómo afectan las vacaciones escolares en las audiencias del programa y cuáles son las estrategias que los programadores de la cadena siguen mientras “El Hormiguero 3.0” descansa en las Navidades son los dos motivos principales de la elección de dicho mes.

En primer lugar, dedicaré un apartado para estudiar la evolución del espacio presentado por Pablo Motos durante sus ocho temporadas. Dentro del mismo, hablaré del cambio de cadena y de productora del programa y de los motivos que le llevaron a ello. Además, explicaré la producción de “El Hormiguero 3.0” a través de sus secciones y colaboradores y comentaré los distintos proyectos en los que está inmerso.

Es importante mencionar el éxito del programa más ambicioso de la televisión española, por ello hablaré de las nominaciones a los premios tanto nacionales como internacionales y de su expansión internacional.

Una vez que ya conozcamos todo sobre el programa pasaré a la investigación de audiencias del último mes del año 2013, pero no sin antes explicar el género del programa.

Tras la investigación de audiencias dedicaré un apartado a un breve análisis de minutado del programa más visto del mes y a los mecanismos de contraprogramación llevados a cabo por los programadores de la cadena.

Por último, terminaré el análisis con las conclusiones sacadas de las ideas más importantes de la investigación de audiencias.

## 2. EL HORMIGUERO 3.0

### 2.1 Evolución

24 de Septiembre de 2006, Pablo Motos deja atrás sus andaduras en el medio radiofónico para dar el salto a la televisión con el programa de “El Hormiguero” de la mano de su equipo de “No somos nadie” de la M80<sup>1</sup>.

“El Hormiguero” comenzó como un programa de 120 minutos que se emitía las tardes de domingo en Cuatro, ocupando la franja horaria comprendida entre las 16:15 y las 18:00 horas. Se trataba de un talk-show destinado a toda la familia con numerosas secciones. Dichas secciones contaban con un toque de espectacularidad que hacía que el programa fuera único. Los colaboradores Raquel Martos, Juan Ibáñez, Damián Mollá, José Marron y Carlos Clavijo eran los encargados de su éxito.

A parte del equipo de “No somos nadie”, “El Hormiguero” contó con la colaboración de tres cómicos: Luis Piedrahita, Alejandro López García (Jandro) y Enrique Pérez Vergara (Flipy). Tanto a Jandro como a Flipy se les conocía por su anterior participación en el programa de magia “Nada x aquí”.

A cada uno de los miembros que componían “El Hormiguero” se les conocía como ‘hormigas’. Las verdaderas hormigas del programa eran “Trancas” y “Barrancas” quienes interactuaban con los invitados y ofrecían su visión acerca del mundo<sup>2</sup>.

La primera temporada del programa dirigido por Pablo Motos y Jorge salvador, con producción de Gestmusic, fue un auténtico éxito. El 7 de junio de 2007, “El Hormiguero” despedía su humor con una media de 1.127.000 espectadores y un share del 9,7%<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> FormulaTV (2006): “El equipo de ‘No somos nadie’ llega a la tele con ‘El Hormiguero’” en *FormulaTV*, septiembre 13. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

<sup>2</sup> FormulaTV (2006): “Pablo Motos estrena ‘El Hormiguero’, nuevo programa para las sobremesas de los domingos” en *FormulaTV*, septiembre 24. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

<sup>3</sup> FormulaTV (2006): “‘El Hormiguero’ cierra su primera temporada con una media cercana al 10%” en *FormulaTV*, diciembre 19. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

El rotundo éxito del programa hizo que la cadena subiera su share en 4,6 puntos las tardes de domingo y que se produjera una segunda temporada de “El Hormiguero”.

Con los slogan de “El humor nuestro de cada día” y “las cenas no volverán a ser iguales” en los medios radiofónicos “El Hormiguero” anunciaba la llegada de su segunda temporada<sup>4</sup>.

La producción del programa dejó de pertenecer a “Gestmusic” y cayó en manos de “7 y acción”, la productora creada por Pablo Motos y Jorge Salvador<sup>5</sup>.

El 17 de septiembre de 2007, estrenó su edición diaria. Pablo Motos y sus colaboradores decidieron pasar a ser un programa de tira diaria y emitir el programa de lunes a viernes después del telediario de la noche y antes del comienzo del Prime Time que se retrasó a las 22:15 horas.

“El Hormiguero” incorporó nuevas secciones que dieron un toque de frescor a su programa: conexión imposible, “efecto mariposa”, el profesor de los monos, la reportera torera, la sombra, el rey de las cosas pequeñas, la ciencia siempre va un paso por delante, páginas webs cutres, es fácil ligar... si sabes cómo o “¿De verdad una madre está dispuesta a hacer cualquier cosa por su hijo?” eran las secciones recién llegadas al programa de entretenimiento<sup>6</sup>.

---

<sup>4</sup> Formula TV (2007): “Cuatro denuncia que la COPE ha rechazado la publicidad de ‘El Hormiguero’” en *FormulaTV*, septiembre 17. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

<sup>5</sup> Verte! (2008): “Pablo Motos se hace con la producción de ‘El Hormiguero’” en *Vertele!*, mayo 29. Consultado en <http://www.vertele.com/>

<sup>6</sup> FormulaTV (2007): “‘El Hormiguero’, a diario desde el lunes con nuevas secciones” en *FormulaTV*, septiembre 11. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

El 9 de junio de 2008, con una emisión total de 152 programas, “El Hormiguero” puso fin a su segunda temporada. Para ello preparó un programa especial que albergaría experimentos impactantes y que contaría con la participación de Boris Izaguirre, Santi Millán, Susanna Griso, Carlos Sobera y Millán Salcedo<sup>7</sup>.

Los datos de audiencia de “El Hormiguero: el fiestón” no fueron tan buenos como se esperaban pues tan sólo consiguió despedir la temporada con un share del 7,6% y 998.000 espectadores cuando la semana de antes había conseguido 2,3 puntos de share más<sup>8</sup>.

Pese a que el último programa de la segunda temporada no obtuviera un share tan bueno, el programa seguía teniendo tanto éxito que se firmó por una tercera temporada para ser emitida de lunes a viernes a las 21:30 de la noche y que comenzaría el 1 de septiembre de 2008.

Esta nueva temporada al igual que la anterior incorporó nuevas secciones para dar un toque de renovación a “El Hormiguero”, como por ejemplo “Supervivencia en casos extremos”<sup>9</sup>.

El 29 de junio de 2009 “El Hormiguero” cerró sus puertas durante el verano, habiendo emitido 201 programas durante su tercera temporada. Esta vez Pablo Motos y su equipo se fueron con un buen sabor de boca tras conseguir en su último programa un share del 11,1% y un total de 1.545.000 espectadores, lo que le situó 3,1 puntos por encima de la media del share de la cadena de ese día<sup>10</sup>.

---

<sup>7</sup> FormulaTV (2008): “ ‘El Hormiguero’ cierra temporada con un “fiestón” en Prime Time” en *FormulaTV*, junio 6. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

<sup>8</sup> FormulaTV (2008): “El Holanda – Italia supera los 4,5 millones de seguidores en Cuatro” en *FormulaTV*, junio 10. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

<sup>9</sup> FormulaTV (2008): “Javier Sardá acompañará a Pablo Motos en el regreso de ‘El Hormiguero’” en *FormulaTV*, agosto 29. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

<sup>10</sup> FormulaTV (2009): “Los premios de la ATV interesan al 4,6% en La 2” en *FormulaTV*, junio 30. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

Por otra parte, el 21 de abril de 2009 batió su propio récord al conseguir un share del 16,2% y un total de 2.833.000 de espectadores con la visita de Miley Cyrus<sup>11</sup>.

Tras las vacaciones de verano, “El Hormiguero” regresó el 31 de agosto de 2009 para presentar su cuarta temporada. Junto a Adam Sandler, Pablo Motos registró el 10,2% del share y una media de 1.366.000 espectadores, 1,6 puntos por debajo del estreno de la temporada anterior.<sup>12</sup>

El 24 de febrero de 2010, “El Hormiguero” estaba de aniversario con la emisión de su programa 500. A modo de celebración, Pablo Motos recibiría la visita de su avatar, quién intentaría tomar las riendas del programa durante unos instantes, y la de Mel Gibson, una de las grandes estrellas Hollywoodense. La noche depararía muchas sorpresas: “Trancas” y “Barrancas” caminando por el plató, la reproducción exacta del piano gigante de la película “Big” e incluso un número de acrobacias del nivel del Circo del Sol<sup>13</sup>.

Tras el fiestón de celebración, “El Hormiguero: Programa 500” se alzó con el 10,3% del share y 2.031.000 espectadores<sup>14</sup>.

Con la suma de 164 programas “El Hormiguero” cerraba su cuarta temporada el 7 de julio de 2010. Fue un mal día para el cierre de temporada ya que coincidió con la emisión del partido entre Alemania y España en Telecinco. El partido del Mundial alcanzó un 77,3% del share y la impresionante cifra de 13.289.000 de espectadores. Tras la victoria de España en el enfrentamiento, Telecinco ofreció el especial “Fútbol Post: Alemania – España” que consiguió el minuto de oro del día con 16.407.000 espectadores y un 84% del share. Los magníficos resultados de Telecinco con el Mundial dejaron a “El Hormiguero” con un pésimo 0,3% de share y 54.000 espectadores<sup>15</sup>.

<sup>11</sup> FormulaTV (2009): “ ‘Esta casa era una ruina’ gana a ‘OT’ pero no puede con ‘House’” en *FormulaTV*, abril 22. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

<sup>12</sup> FormulaTV (2009): “Ana Rosa supera en más de 7 puntos a Susana Griso en su primer cara a cara” en *FormulaTV*, septiembre 1. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

<sup>13</sup> FormulaTV (2010): “Pablo Motos recibe la visita de su propio avatar el 24 de febrero, en el programa 500” en *FormulaTV*, febrero 18. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

<sup>14</sup> FormulaTV (2010): “ ‘Comando actualidad’ gana a ‘¡MQB!’ que marca un nuevo mínimo” en *FormulaTV*, febrero 25. Consultado en <http://www.formulatv.com/>



“El Hormiguero 2.0” era la nueva denominación de la quinta temporada del programa. Con la visita de Will Smith, su mujer, su hijo Jaden y Jackie Chan, Pablo Motos y su equipo estrenaron temporada el 26 de agosto de 2010<sup>16</sup>.

No podrían haber tenido un comienzo de temporada mejor que este, ya que consiguieron alcanzar su máximo de audiencia en el primer programa de “El Hormiguero 2.0” alzándose con un 19,7% del share y 2.442.000 de espectadores<sup>17</sup>.

Carlos Jean fue la nueva incorporación de la temporada, famoso productor musical conocido por trabajar con Hombres G y Marta Sánchez, entre otros, o por el lanzamiento de la canción solidaria “Ay Haití” en ayuda por las víctimas del terremoto.

La sección de Carlos Jean, que consistía en el juego de música con una mesa de mezclas en directo, y la interacción con el público a través de las redes sociales fueron las dos nuevas apuestas de “El Hormiguero 2.0”. La última de ellas además fue la principal razón de la nueva denominación del programa, término acuñado por Damián Mollá<sup>18</sup>.

A pesar del éxito de la quinta temporada, el 24 de mayo de 2011 “El Hormiguero 2.0” anunció que abandonaría junto con “Tonterías las justas” la cadena Cuatro tras no llegar a un acuerdo entre “7 y acción” y “Mediaset España”.

El 30 de junio de 2011, Pablo Motos despidió su etapa en Cuatro con un emocionante discurso. Antena 3 albergaría el exitoso programa a partir de la sexta temporada después de que el “Grupo Planeta” y “7 y acción” llegaran a un acuerdo.

---

<sup>15</sup> FormulaTV (2010): “Más de 7,5 millones para los post partidos del Mundial entre Cuatro y Telecinco” en *FormulaTV*, julio 8. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

<sup>16</sup> FormulaTV (2010): “Elsa Punset/ “Lo que voy a hacer en ‘El Hormiguero’ no es una sección, es un reto”” en *FormulaTV*, agosto 25. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

<sup>17</sup> Verte! (2010): “Audiencias 26 de agosto: ‘El hormiguero’ vuelve a lo grande y con récord histórico” en *Verte!*, agosto 27. Consultado en <http://www.vertele.com/>

<sup>18</sup> FormulaTV (2011): “El DJ Carlos Jean, nuevo colaborador de ‘El Hormiguero’” en *FormulaTV*, febrero 3. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

1.155.000 espectadores disfrutaron de la última emisión de “El Hormiguero” en Cuatro y el programa despidió la cadena con un 8,4% del share.

El 4 de julio de 2011, el periódico “El País” publicaba un artículo en el que decía que “7 y acción” tenía pensando renovar la emisión del programa con “Mediaset España” durante tres años más, pero a cambio pedían un presupuesto de 90.000 euros por programa y no de 75.000 euros como había costado hasta el momento. Paolo Vasile declaró que no quería “entrar en un bucle de subastas” y fuentes cercanas a “Mediaset España” afirmaron que “una subida del 25% era un precio desmesurado para un programa previo al Prime Time”<sup>19</sup>.

Poco días después, Pablo Motos salió en su defensa afirmando que Paolo Vasile mentía ya que “no se habló ni de cifras ni de dinero”. El presentador afirmaba que tan solo le dijo que le hicieron una oferta de otra cadena y que si se la mejoraba se quedaría con ellos. Al no llegar al acuerdo, Pablo Motos anunció que abandonaría la cadena pero intentando hacer el menor daño posible a Telecinco<sup>20</sup>.

Antena 3 era la mejor cadena para albergar un programa como “El Hormiguero”. En palabras textuales de Carlos Fernández: “Pablo Motos y Jorge Salvador encajan perfectamente en el modelo de contenidos de Antena 3”<sup>21</sup>.

El 5 de septiembre de 2011, “El Hormiguero” comenzaba sus andaduras en Antena 3. Seguiría siendo un programa de tira diaria y respetaría su anterior horario de emisión a las 21:45 horas de la noche, después del telediario y retrasando el comienzo del Prime Time.

---

<sup>19</sup> GÓMEZ, ROSARIO G. (2011): “El agujero de ‘El Hormiguero’” en *El País*, julio 4. Consultado en <http://elpais.com/>

<sup>20</sup> FormulaTV (2011): “Pablo Motos: “Vasile miente porque jamás hablé del dinero que me pagaría Antena 3”” en *FormulaTV*, octubre 7. <http://www.formulatv.com/>

<sup>21</sup> FormulaTV (2011): “Pablo Motos: abordamos la nueva temporada con ganas, miedo, respeto y humildad” en *FormulaTV*, septiembre 1. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

A partir de entonces, el programa pasó a llamarse “El Hormiguero 3.0” como alegoría a su nueva cadena. Otras novedades que trajo consigo el cambio de casa fue la incorporación de nuevos colaboradores como Santiago Segura y Mario Vaquerizo, que a su vez trajeron consigo nuevas secciones. A pesar de los cambios, la fórmula del programa seguiría siendo la misma que le había dado el triunfo durante su paso por Cuatro.

Los comienzos de “El Hormiguero 3.0” fueron realmente satisfactorios. En el primer programa de la temporada y de Antena 3 consiguió reunir el 17,8% del share y un total de 3 millones de espectadores con la visita de Antonio Banderas<sup>22</sup>.

Al final de la primera semana, el programa se hizo con una media del 17,6% del share.

El 12 de julio de 2012, “El Hormiguero 3.0” despidió su humor durante el verano. El cierre de la primera temporada del programa con el “Grupo Atresmedia” se consolidaba con una media de 2.199.000 espectadores y un 11,3% del share, siendo el programa más visto en su franja horaria. A pesar de ser cifras muy por debajo de su programa más visto eran verdaderamente halagadoras<sup>23</sup>.

Tras las vacaciones de verano, Pablo Motos y su equipo volvieron a nuestros televisores el 3 de septiembre de 2012 hasta el 4 de julio de 2013. “El Hormiguero 3.0” cerró la temporada con una media de espectadores y de share muy parecida a la anterior ya que su cifra media de espectadores fue de 2.240.000 espectadores y 11,3% del share<sup>24</sup>.

Las estadísticas de cierre de la séptima temporada situaban a “El Hormiguero 3.0” como el programa mejor valorado por los anunciantes. La lucha por incluir la publicidad en “El Hormiguero 3.0” estaba muy reñida. En Mayo de 2012 la ocupación publicitaria del programa alcanzaba el 80%<sup>24</sup>.

---

<sup>22</sup> FormulaTV (2011): “ ‘El Hormiguero 3.0’ (17,8%) se estrena con éxito en Antena 3” en *FormulaTV*, septiembre 6. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

<sup>23</sup> FormulaTV (2012): “ ‘Hospital central’ (11,9%) se impone a ‘Dando la nota’ (9,6%) que cae 2,6 puntos” en *FormulaTV*, julio 13. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

<sup>24</sup> FormulaTV (2013): “ ‘El Hormiguero’ cierra su segunda temporada en Antena 3 con una media del 11,3%” en *FormulaTV*, julio 5. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

Tras las buenas estadísticas de las últimas temporadas, Pablo Motos volvió a la carga el pasado 2 de septiembre de 2013. El presentador aseguró en la presentación de la nueva temporada que quería que esta fuera la mejor de todas las realizadas hasta el momento para no bajar el listón<sup>25</sup>. Para conseguir su propuesta, “El Hormiguero 3.0” cuenta con la participación de dos nuevos colaboradores: Miguel Bosé y Alejandro Sanz. Su sección consistirá en buscar jóvenes talentos musicales. Por otra parte, los colaboradores con los que ha contando hasta el momento siguen participando en el programa “haciendo de las tuyas”, pero siempre con un toque de innovación que hace que el programa se vaya actualizando cada temporada.

## 2.2 Colaboradores y secciones.

“El Hormiguero” no sería nada sin la participación de sus colaboradores que son los encargados de pilotar las secciones que dan la esencia al programa. A lo largo de sus ocho temporadas el número de colaboradores ha ido variando, al igual que las secciones. Actualmente, el programa cuenta con un total de dieciséis colaboradores y quince secciones.

El más importante de todos los colaboradores es sin duda Pablo Motos. Éste comenzó en el mundo de la comunicación a través del programa radiofónico “No somos nadie”, donde cosechó su mayor éxito. A pesar del éxito de su programa de radio y de que en contadas ocasiones le dijeran que no valía para la televisión por ser bajito y no tener barbilla, Pablo decidió dejar su antiguo hogar para darse a conocer en televisión junto con todo su equipo de “No somos nadie”.

---

<sup>25</sup> FormulaTV (2013): “Pablo Motos: “queremos que esta sea la mejor temporada de la historia de ‘El Hormiguero’” en *FormulaTV*, agosto 29. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

Programa a programa el director de “7 y acción” pone todo su empeño para no defraudar a la audiencia, ya que el éxito del programa queda en segundo plano, según declaró en la entrevista del 20 de octubre de 2013 concedida a la revista “XL semanal”<sup>26</sup>.

Presenta y dirige el programa desde sus inicios en septiembre de 2006. Es el encargado de entablar amistad con los invitados que día a día visitan el programa. En su sección “Los monólogos de Pablo Motos” cuenta con sarcasmo y humor las noticias de última hora, bien puede ser al principio del programa o al final.

Desde los inicios de “El Hormiguero” Damián Mollá y Juan Ibáñez han dado vida a las protagonistas del programa: Trancas y Barrancas. Trancas es la hormiga cínica y gruñona, mientras que Barrancas es más encantador y “pelota”. Juntos ponen a los invitados a prueba con juegos como “La bandera de Japón”, “Tonterías del Facebook” o “Delicuentra al delincuente”.

Desde el 3 de septiembre de 2012, Trancas y Barrancas comparten piso con Petancas, el primo de Trancas que con la crisis no puede hacer frente al pago del alquiler, y Cejota, hijo de Trancas que apareció nueve meses después de su “lío” en Benidorm en la puerta de su casa envuelto en una cesta<sup>27</sup>.

Damián y Juan no solo dan vida a las hormigas del programa sino que también son los encargados de desarrollar la sección “Aplicaciones extremas”. Los dos monologuistas forman la pareja perfecta: el uno explica las aplicaciones desarrolladas para smartphones o tablets, mientras que el otro se encarga de rematar el comentario irónico con un toque de humor.

---

<sup>26</sup> DRAKE, VIRGINIA (2013): “Pablo Motos: “De niño era un ‘rebotado’. Quemé la casa de mis padres dos veces”” en *XL Semanal*, octubre 20. Consultado en <http://www.finanzas.com/>

<sup>27</sup> FormulaTV (2012): “ ‘El Hormiguero’ se refuerza en la nueva temporada con Petancas, su tercera hormiga” en *FormulaTV*, agosto 30. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

Jandro, conocido como “el calvo del hormiguero”, es el mago, cómico y pianista de pies. Su humor es característico e inimitable. En su sección “La magia de El Hormiguero” Jandro se encarga de engañar a los sentidos de los invitados a través de sus trucos de magia. No solo engaña a los sentidos de los invitados del programa también tiene el don de jugar con los pensamientos de los niños y hacerles creer cosas inimaginables.

Luis Piedrahita o “El rey de las cosas pequeñas” es un famoso mologuista que ha escrito cuatro novelas posteriormente interpretadas. Éstas son: “Un cacahuete flotando en el agua... ¿sigue siendo un fruto seco?”; “¿Cada cuánto hay que echar a lavar el pijama?”; “Dios hizo el mundo en siete días... y se nota”; “¿Por qué los mayores construyen los columpios siempre encima de los charcos?”. También ha escrito y dirigido “La habitación de Fermat” con la ayuda de Rodrigo Sopena, largometraje que se estrenó en más de cincuenta países y que ha recibido diversas distinciones internacionales. Este director, mago y guionista de programas como “Nada x aquí” comenzó a trabajar con “El Hormiguero” desde el primer momento. Su sección llamada “faltan las palabras” se caracteriza por la enseñanza de términos nuevos para enriquecer nuestro vocabulario y dar una explicación a esas expresiones cotidianas que no sabemos cómo denominarlas.

José Marron Martín, o como todos lo conocemos “Marron”, es un famoso actor y guionista español que colabora diariamente en el programa. Desde su primer programa el 24 de septiembre de 2006, Marron hace su peculiar entrada con su distintivo baile acompañado de Pablo Motos. Actualmente desarrolla la sección “La ciencia de Marron” dedicada a realizar los experimentos científicos de “El Hormiguero”. En todos ellos cuenta con la ayuda del invitado del día y de Motos.

Pablo Ibáñez es el conocido “Hombre de Negro” del programa. Temido colaborador del programa y al que solo las hormigas no le tienen miedo, nos trae cada semana una sección que combina ciencia y “Arte a lo bestia”. Conseguir un impresionante efecto dominó con coches verticales es algo que solo un hombre que oculta su rostro a través de gafas oscuras puede conseguir.

Juan José Vaquero, conocido como Vaquero, es un actor, cómico y guionista español que colabora semanalmente en el programa trayéndonos su humor en forma de monólogo en su sección “El cowboy de Medianoche”.

Carlos Jean, uno de los dj españoles más famosos a nivel nacional e internacional hoy en día, se unió al programa en febrero de 2011. Este conocido productor musical que ha trabajado con estrellas del nivel de Fangoria, OBK y Hombres G, entre otros, está al mando de la sección llamada “La Boy Band”. Dicha sección consiste en crear la propia banda joven y musical del programa con la colaboración de un jurado profesional formado por Jorge Salvador, Mario Vaquerizo y Carlos Jean, además de la participación del público a través de las redes sociales.

Un mes después de que la Boy Band del programa estuviera consolidada y bautizada con el nombre de “Why Five”, Carlos Jean anunció que comenzarían los castings para encontrar a las mejores voces femeninas del país y dar la oportunidad a las chicas de crear su propia “Girl Band”.

La búsqueda de actores para la quinta película de Torrente era la sección de la que se encargaba Santiago Segura en su primera temporada como colaborador, quien llegó a “El Hormiguero” en septiembre de 2011. “Hay una bronca para ti” es su sección actual. Más vale no estar enfadado con nadie o corres el peligro de que le den el chivatazo a Santiago Segura y se encarguen de llevarte al plató para avergonzarte delante de toda España.

De la mano de Santiago Segura y tras alcanzar un enorme valor mediático con el reality show “Alaska y Mario”, Vaquerizo se unió al equipo de Pablo Motos. Al líder de las *Nancys rubias* se le ha encomendado la tarea de enseñar inglés a los españoles en la sección bautizada como “Aprende inglés con Mario Vaquerizo”.

Desde su llegada al programa en septiembre de 2012, Millán es “el conejito de indias” del programa: las pruebas pensadas para los invitados se harán a éstos siempre y cuando Santi las sobreviva, de ahí que el nombre de su sección sea “Piloto de pruebas”. Además de su colaboración en el plató, Santi Millán es el encargado de viajar a Grecia y a Alemania para ver qué estamos haciendo mal y poder encontrar la solución para salir de la crisis.

“Anna te sana” es una de las secciones lideradas por la ex presentadora de Otra Movida, Anna Simón. Con remedios médicos o trucos caseros, Anna nos enseña hábitos saludables para que nuestra salud y nuestra higiene personal no se vean alteradas. En su otra sección “Formas originales de cosas cotidianas” Anna nos da lecciones de cómo conseguir a partir de nuestros propios medios cosas originales, como por ejemplo un jacuzzi anticrisis en una bañera con agujeritos, o la manera de preparar un batido prescindiendo de la licuadora.

“La Amelia”, madre de Pablo Motos, se incorporó al programa en la octava temporada. Al igual que todo los colaboradores tiene su propio sueldo y su contrato legal. Una vez por semana, la madre del presentador entra en plató por teléfono. Pablo Motos fue quién le pidió a su madre que participara para distraer su mente de la enfermedad de larga duración por la que está pasando el padre de Motos, según declaró el presentador en la revista “XL semanal”.

Miguel Bosé y Alejandro Sanz, dos cantantes conocidos tanto a nivel nacional como a nivel internacional y con una amplia trayectoria musical a su espalda, son las dos últimas incorporaciones del programa. Ambos se encargan de la sección “Music Box” en la que presentan en el programa a jóvenes talentos para que puedan triunfar en el mundo de la música.



### 2.3 Nominaciones a premios.

Con tan solo dos años de vida “El Hormiguero” consiguió su primer galardón en 2008. Se trataba del premio Ondas que le reconocía como el Mejor Programa de Entretenimiento “por su innovación y osadía de formato”.

En mayo de 2009, “El Hormiguero” obtuvo su segundo laurel, la Rose D’Or concedido en la ciudad de Lucerna por ser el Mejor Programa de Entretenimiento. Tras conseguir uno de los premios más importantes de la televisión, Pablo Motos y Jorge Salvador comenzaron a hacer historia ya que desde 1999 ningún programa español había conseguido hacerse con el triunfo. Al programa se le reconoció como el mejor programa de entretenimiento internacional por su originalidad a la hora de combinar monólogos, ciencia y noticias de actualidad con humor<sup>28</sup>.

Durante dos años consecutivos Pablo Motos y su equipo se hicieron con los galardones que otorga la revista Teleprograma, los TP de oro 2010 y 2011.

Su primera nominación a los Emmy Internacionales la obtuvo en 2011 en la categoría de Mejor Programa de Entretenimiento No Guionizado. Con un arranque de temporada del 17, 8% del share en su nueva cadena y con un 18,8% de share dos días después de su estreno, “El Hormiguero” se asentaba como el programa más visto en su franja horaria<sup>29</sup>. A pesar de las altas expectativas del programa, Pablo Motos y Jorge Salvador se volvieron con las manos vacías de la gala celebrada en Nueva York, tras ser derrotados por el programa emitido por “Twenty Twenty Television” “The World's Strictest Parents” de Reino Unido.

---

<sup>28</sup> 20minutos (2009): “ ‘El Hormiguero’ gana el premio Rose d’Or al Mejor Programa de Entretenimiento” en *20minutos*, mayo 6. Consultado en <http://www.20minutos.es/>

<sup>29</sup> FormulaTV (2011): “ ‘El Hormiguero’ y ‘Operación Jaque’, nominados en los Emmy Internacional 2011” en *FormulaTV*, octubre 3. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

Para finalizar el año, Carlos Jean consiguió el 11 de noviembre de 2011 el galardón al Mejor proyecto Dance Pop, otorgado por los 40 Principales<sup>30</sup>. La sección pilotada por Carlos Jean consistía en añadir letra por parte de un particular a la base musical que el dj había subido con anterioridad a su página web.

Un año más tarde, en el 2012, la sección de “El Plan B” fue nominada a la Rose D’Or. En la gala que se celebraría el 10 de mayo de 2012 en Lucerna (Suiza), se enfrentaría a “Minute by Minute” de Noruega y “Storming Juno Interactive” de Canadá<sup>31</sup>.

El 2012 fue un año de suerte para “El Hormiguero”. En agosto de 2012, recibió el premio Joan Ramón Mainat otorgado por la organización “FesTVAl”<sup>32</sup>.

La buena racha del programa no se quedó estancada, ya que al mes siguiente la sección de “El Plan B” la volvieron a nominar, esta vez a los premios “Prix Europa” en la categoría “TV Market Place Innovation”. Además de la nominación, Pablo Motos y Jorge Salvador vendieron los derechos de la sección a “Endemol Internacional” para que ésta produjera un programa exclusivo con la dinámica de “El Plan B”.

Para cerrar el año con buen sabor de boca “El Hormiguero” obtuvo su segunda nominación a los Emmy Internacional, sin embargo su felicidad se vio turbada tras la derrota por parte de “The Amazing Race Australia” en la categoría de Mejor Programa de Entretenimiento<sup>33</sup>. A pesar de la pérdida, los directores de “7 y acción” volvieron ilusionados de la gala ya que una nominación a los Emmy Awards de por sí es un éxito por ser el único programa español nominado.

---

<sup>30</sup> Los 40 principales (2011): “Enrique Iglesias, Maldita Nerea, Dani Martín, Carlos Jean y Juan Magán lideran las nominaciones a los Premios 40 principales 2011” en *Los40*, octubre 13. Consultado en <http://www.los40.com/>

<sup>31</sup> FormulaTV (2012): “La sección “Plan B” de ‘El Hormiguero’, nominada a la Rose D’Or” en *FormulaTV*, febrero 29. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

<sup>32</sup> FormulaTV (2012): “Mercedes Milá, Imanol Arias y ‘El Hormiguero’ reciben el premio Joan Ramón Mainat 2012” en *FormulaTV*, agosto 17. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

<sup>33</sup> FormulaTV(2012): “ ‘El Hormiguero’ se va de vacío por segundo año en los Emmy Internacional” en *FormulaTV*, noviembre 20. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

Después de la nominación a los Emmy Internacional, Marron anunció el día 3 de diciembre de 2013 que el programa había sido premiado por la Fundación García Cabrerizo con el Premio a la divulgación de la ciencia en los medios de comunicación. La citada fundación se la conoce por llevar más de 40 años galardonando a los entes que participan en la divulgación de la ciencia.

El último galardón se lo concedió la revista *Cineinforme*, con el patrocinio de la Federación de Cines de España, FECE<sup>34</sup>, que reconocía la labor que realiza el programa semana tras semana al llevar el cine español a sus programas para llegar a los hogares de los telespectadores.

#### 2.4 Ayuda social

Desde septiembre de 2008, cuando a Luis Piedrahita se le ocurrió la idea de subastar su vesícula con el fin de obtener beneficios destinados a la Fundación Sobre el Síndrome de West, “El hormiguero” forma parte de asociaciones con fines benéficos.

Luis Piedrahita estaba en la camilla del quirófano cuando se le ocurrió subastar su vesícula entre el público de “El Hormiguero”. Todo el dinero que consiguiera iría destinado a la Fundación Sobre el Síndrome de West, enfermedad que provoca ataques epilépticos y que afecta a los niños menores de un año. El día 6 de octubre de 2008 conocimos al ganador de la subasta, José Cacho, concejal del ayuntamiento de Tarazona (Zaragoza), quién consiguió la vesícula tras pujar un total de 2.000 euros por ella<sup>35</sup>.

Desde el año 2009, “El Hormiguero” colabora con la Asociación Científica Española de la Fibrosis Quística a través de la Beca Pablo Motos. Tras una entrevista que el presentador realizó a dos niños enfermos de fibrosis quística en la radio de Valencia, éste ha mostrado especial interés en ayudar a todos los afectados por esta enfermedad.

---

<sup>34</sup> Detalle Noticia (2013): “Entregados los premios cinematográficos del año” en *Cine&Tele*, diciembre 19. Consultado en <http://cineytele.com/index.php>.

<sup>35</sup> Verte1 (2008): “Luis Piedrahita consigue vender su vesícula por 2.000 euros” en *Vertele!*, octubre 8. Consultado en <http://www.vertele.com/>

Las recaudaciones del libro *Frases célebres de niños* van destinados a la Asociación Científica Española de la Fibrosis Quística. La publicación del libro es gracias a las frases graciosas que los niños dicen día a día y que los espectadores se encargan de compartirla con el programa a través de la página web.

La Beca Pablo Motos ha dado como fruto unos resultados muy positivos. Actualmente, más de treinta centros internacionales se interesan por la investigación del proyecto, de hecho la International Society of Heart and lung Transplantation concedió a la presidenta de la asociación, Amparo Sole, una beca en USA para que diferentes centros del Norte de América conozcan mejor el proyecto. La finalidad de dicho proyecto es la reducción del porcentaje de muertos y la mejora de la calidad de vida tras la operación<sup>36</sup>.

Con la ayuda de Vicente del Bosque, “El Hormiguero” consiguió la construcción de un jardín para los niños enfermos de cáncer en el Hospital de la Paz de Madrid. Al comienzo de la séptima temporada, Pablo Motos puso en marcha la iniciativa de “Jugaterapia” en la que los niños del Hospital de la Paz podrían jugar en un lugar seguro sin la necesidad de tener que abandonar el hospital. Para que el proyecto saliera adelante necesitaban como mínimo 55.000 mensajes para poder subvencionarlo.

Gracias a la colaboración de todos, el proyecto se pudo llevar a cabo con gran éxito. A mitad de la semana “El Hormiguero” ya había recibido 126.000 mensajes. Por ello, en el cénit del programa Pablo Motos anunciaba que el proyecto del jardín de infancia podría hacerse realidad<sup>37</sup>.

---

<sup>36</sup> FERNÁNDEZ, JUAN MANUEL (2013): “La Beca Pablo Motos de Fibrosis Quística convertida en PROYECTO INTERNACIONAL” en *Noticias de Cine y TV*, octubre 10. Consultado en <http://www.vanitatis.com/>

<sup>37</sup> FormulaTV (2012): “ ‘El Hormiguero’ consigue su objetivo: construirán un jardín para los niños enfermos del Hospital de La Paz” en *FormulaTV*, septiembre 4. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

Ese mismo año, El Hombre de Negro estrenó su propia exposición de fotografías benéficas en el Paseo de Artes de El Corte Inglés. La exposición estuvo compuesta de 40 fotografías, todas ellas de retratos de invitados del programa con expresiones faciales que no estamos acostumbrados a ver. Se trataba de una colección privada de Pablo Ibáñez que estuvo disponible al público desde el 15 de diciembre de 2012 hasta el 10 de enero de 2013. Los beneficios obtenidos con la exposición se destinaron a la Fundación Jugaterapia de la que Pablo Ibáñez es Presidente de Honor<sup>38</sup>.

## 2.5 Expansión internacional

En diciembre de 2009, “El Hormiguero” traspasó las fronteras para colarse en el país vecino: Portugal. En las navidades de ese mismo año, el programa de “7 y Acción” estrenó “O Formigueiro”, la versión lusa del programa.

“O Formigueiro” comenzó sus andaduras por la televisión lusitana en la cadena portuguesa SIC. Al igual que su hermano mayor, se emitió en horario de prime time.

Marco Horácio, famoso humorista y actor portugués conocido por ser monologuista en el programa “Levanta-te e Ri” y presentador de “Salve-se quem puder”, se encargó de llevar las riendas de las ‘formigas’ desde el principio<sup>39</sup>.

Pocos días después los medios de comunicación hicieron pública la noticia de la segunda versión internacional de “El Hormiguero” fuera de la península ibérica. En esta ocasión fue Chile quién decidió tener su propia adaptación del programa. A diferencia del español, contaría con una pareja de presentadores, Tonka Tomcic y Sergio Lagos, para pilotar el programa.

---

<sup>38</sup> Antena 3 (2012): “El Hombre de Negro inaugura su primera exposición de fotografías benéfica” en *Antena 3 TV*, diciembre 13. Consultado en <http://www.antena3.com/>

<sup>39</sup> FormulaTV (2009): “ ‘El Hormiguero’ tendrá su versión portuguesa a partir de esta Navidad: ‘O Formigueiro’ ” en *FormulaTV*, diciembre 15. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

El Canal 13 chileno fue el encargado de emitir la adaptación del exitoso formato de Cuatro en prime time de domingo a jueves.

El primer programa de “El Hormiguero” chileno se emitió el 3 de enero de 2010. De su producción se encargó “7 y Acción” junto con la colaboración de “Miami Pow Wow”<sup>40</sup>.

“El Hormiguero” chileno no alcanzó la gloria como lo había hecho su hermano mayor. Un mes después de su estreno el programa se canceló a pesar de que se había acordado que duraría hasta mediados de febrero. Su pésima audiencia sumada al elevado coste de cada programa fueron los dos factores que obligaron al Canal 13 a suspender el programa<sup>41</sup>.

A pesar del fracaso chileno, su expansión por América no se quedó inmóvil, pues el jueves 15 de julio de 2010 se estrenó “O Formiguero” la versión brasileña del programa.

La tercera adaptación del programa presentado por Pablo Motos la produjo “Cuatro Cabezas” junto con “7 y Acción”. El programa se emitió en la conocida cadena brasileña “Rede Bandeirantes” o “Band”. Marco Luque se encargó de presentar un programa de tira diaria y de dos horas de duración aproximadamente.<sup>42</sup>

China fue el cuarto país que se subió al tren tras su venta en el MIPCOM de Cannes 2011 a la productora “Idea Asia Media”, quién adquirió los derechos del programa.

---

<sup>40</sup> FormulaTV (2009): “El Canal 13 de Chile estrenará en enero una nueva versión de ‘El Hormiguero’” en *FormulaTV*, diciembre 21. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

<sup>41</sup> LATRACH.P; OLMOS,V (2010): “Estelar de Tomicic y Lagos termina a fin de mes por bajo rating” en *La Tercera*, enero 7. Consultado en <http://www.latercera.com/>

<sup>42</sup> FormulaTV (2010): “Brasil estrena ‘O Formigueiro’, su propia versión de ‘El Hormiguero’” en *FormulaTV*, junio 16. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

A diferencia de Chile, la adaptación china de “El Hormiguero” fue un rotundo éxito. El logro de conseguir 180 millones de espectadores y posicionarse como el programa más visto de la semana provocó una renovación de 24 programas más en 2012, emitidos en la cadena “Hunan TV” dentro del programa “Happy Camp”<sup>43</sup>.

En el MIPCOM de 2012, “7 y Acción” cerró la venta de “El Hormiguero” con Venezuela, Rumanía y Portugal<sup>44</sup>.

El 12 de enero de 2013, el canal lusitano SIC estrenó la segunda temporada de “O Formigueiro” tres años después de su primera edición. Su estreno fue más que satisfactorio ya que alcanzó un share superior al 23% con un programa de dos horas de duración. Marco Horacio repetía como presentador del programa producido por “Shine Iberia”<sup>45</sup>.

Will Smith, quién ha acudido en varias ocasiones al programa y que siempre se ha presentado como un gran fan de éste, llevará el formato a Estados Unidos. Desde el primer momento el actor quiso llevar el programa a su país de origen y en su segunda visita consiguió que la productora “7 y acción” firmara con su productora estadounidense. Aún no se ha concretado la cadena que emitirá “El Hormiguero” pero a Will Smith le llueven las ofertas de canales tan prestigiosos como la CBS y la NBC<sup>46</sup>.

---

<sup>43</sup> FormulaTV (2012): “ ‘ El Hormiguero’ renueva por una nueva temporada en China tras reunir a más de 180 millones de personas” en *FormulaTV*, mayo 29. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

<sup>44</sup> FormulaTV (2012): “ ‘El Hormiguero’ se verá también en Venezuela, Portugal y Rumanía” en *FormulaTV*, octubre 11. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

<sup>45</sup> FormulaTV (2013): “ ‘O Formigueiro’. ‘El Hormiguero’ portugués, todo un éxito de audiencia” en *FormulaTV*, enero 17. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

<sup>46</sup> EFE (2013): “Will Smith vende ‘El Hormiguero’ por Estados Unidos” en *ABC*, enero 31. Consultado en <http://www.abc.es/>

Tras la compra de Will Smith, “El Hormiguero” vendió sus derechos a Alemania, Colombia y Francia. Alemania dejará la producción del programa en manos de “Orage Productions” para su posterior emisión en “Prosieben”. Colombia emitirá la adaptación en “Caracol TV” y confiará su producción a “Mivic Media”. Por último, de la producción de “El Hormiguero” francés se va a encargar la productora británica e independiente “El Grupo Shine”, mientras que de su emisión se apoderará la “TF1”<sup>47</sup>.

Mauricio Mancera será el encargado de presentar la versión mexicana de “El Hormiguero”. Tras el acuerdo firmado por “7 y acción” y “Tv Azteca” en el MIPCOM 2013, el programa comenzará a producirse en breves momentos para poder estrenarlo en el 2014 en la televisión mexicana.

La cadena encargada de emitirlo es “Canal Azteca Siete” de lunes a jueves a las 21.00 horas ocupando el prime time.

A diferencia del resto de países, México ha optado por cambiar el nombre a “Trancas” y “Barrancas” para bautizarlos con el nombre de “Pichas” y “Cachas”<sup>48</sup>.

---

<sup>47</sup> FormulaTV (2013): “Francia, Alemania y Colombia se hacen con los derechos de ‘El Hormiguero’” en *FormulaTV*, febrero 22. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

<sup>48</sup> Ecoteuve (2013): “‘El Hormiguero’ tendrá una versión en la televisión mexicana” en *Ecoteuve.es*, octubre 9. Consultado en <http://www.economista.es/>



### 3. INVESTIGACIÓN DE AUDIENCIAS.

Lo que aparece en pantalla es el resultado del sistema de trabajo de los profesionales del medio audiovisual, que buscan captar la atención del público a través de los contenidos. La producción y la programación están intrínsecamente conectados. Por ello, antes de realizar el estudio de audiencias del programa, conviene hacer referencia a las características de género del mismo.

#### 3.1 Producción de “El Hormiguero 3.0”

El mundo de la producción se rige básicamente por tres grandes áreas de producción: contenidos de producción propia; contenidos de producción externa o independiente; y contenidos de producción ajena. Los contenidos de producción externa son aquellos que son elaborados por compañías dedicadas a esto exclusivamente. En el caso de “El Hormiguero” la compañía encargada de su elaboración es la productora “7 y acción” quien realiza los programas que previamente le encarga Antena 3 y que están supervisados por la cadena que delega a un sujeto de su equipo para que controle el trabajo.

La principal fuente de financiación de Antena 3 es la publicidad. La cadena vende tiempo a los anunciantes. Antena 3 es la cadena privada favorita de los anunciantes y “El Hormiguero” es uno de los programas que más gustan para incluir publicidad. De hecho, el 50% de la inversión publicitaria va destinado a la franja horaria comprendida entre las 21:45 hasta las 23:45. La noche de los lunes y los martes es la hora más cara para los anunciantes con una cifra de 22 mil euros cada una. Muy de cerca le siguen la noche del miércoles y el jueves, la primera con un coste de 19 mil euros y la segunda con una cifra de 19,5 mil, situándola como la tercera y segunda noche que más inversión publicitaria reciben<sup>49</sup>.

---

<sup>49</sup> Atresmedia Publicidad (2013): “Periodo de Tarifas de Publicidad: Desde el 09 de Septiembre de 2013 al 6 de enero de 2014” en *ATRESMEDIA Cobertura 4º trimestre*, julio 11. Consultado en <http://www.atresmediapublicidad.com/television/tarifas/>

Las compañías que deseen incluir un patrocinio de su marca en “El Hormiguero” tendrán que abonar una cantidad de 23 mil euros aproximadamente por cada careta que dure como máximo 10 segundos, mientras que si desean promocionar su producto a través de las telepromociones la cifra ascenderá a 90 mil euros, pero su duración será de 45 segundos<sup>49</sup>.

Por último, el valor del product placement de forma pasiva es de 13 mil euros y de 16.250 euros si lo hace de forma activa<sup>49</sup>.

En lo que a tamaños y objetivos se refiere, “El Hormiguero” presume de ser un programa que se produce de forma continuada. Por otra parte, los programas de entretenimiento como “El Hormiguero” se caracterizan por tener una producción simultánea en su organización. En este caso la producción es diaria y se emite en directo de lunes a jueves.

Se trata de un programa en directo que incluye contenidos de actualidad, de hecho los invitados acuden al programa con la finalidad de promocionar trabajos que lanzarán al mercado próximamente.

Según La Unión Europea de Radiodifusión, “El Hormiguero” es un programa de variedades fácil de producir tras una planificación rigurosa y cuya emisión se está prolongando en el tiempo. Más concretamente, es un talk-show producido en directo, cuya duración no supera los 60 minutos, y que alberga entrevistas, charlas y todo tipo de actividades que buscan persuadir al público.

### 3.2 Análisis de las audiencias de “El Hormiguero 3.0” del mes de diciembre.

Para realizar la investigación de audiencias de “El Hormiguero 3.0” me he basado en el estudio del comportamiento de la audiencia con respecto al programa en el mes de diciembre de 2013.

El Grupo Atresmedia despidió el mes de Noviembre de 2013 con los mejores resultados conseguidos hasta el momento desde la fusión de las cadenas en octubre de 2012. Antena 3 cerró el mes con un 14,1% de cuota de pantalla, que desbancó al mes de agosto de 2009, su mejor resultado hasta entonces, y LaSexta despidió noviembre con un 6,3%, mientras que el Grupo Atresmedia Televisión obtuvo una media de 29,6%<sup>50</sup>.

Gracias a la programación variada y estable que ofrece la cadena, Antena 3 ha conseguido un share medio que se sitúa 2,8 puntos por encima de Telecinco en el Prime Time. Además, su apuesta por el entretenimiento y la ficción con programas como “El tiempo entre costuras” y “Top Chef” ha ayudado al éxito, pues la serie basada en el libro de María Dueñas ha conseguido durante sus emisiones de los lunes un share medio del 25,2% y el programa presentado por el Chef Alberto Chicote ha obtenido una media del 21%. Por su parte, “El Hormiguero” cerró mes con un share medio del 12,5 %<sup>51</sup>.

Tras el buen sabor de boca que nos dejaba noviembre, el domingo fue el día de la semana encargado de estrenar el mes de diciembre. Antena 3 comenzó el último mes del año con buen pie al obtener una media del 14,8% del share y posicionarse como la cadena más vista del día, 2,4 puntos por encima de su eterno rival, Telecinco<sup>52</sup>.

El Grupo Atresmedia Televisión comenzó el mes arañando el 30,5% de cuota de pantalla y liderando el share de los grupos de cadenas<sup>52</sup>.

---

<sup>50</sup> Objetivo TV (2013): “Atresmedia Televisión logra en noviembre un triplete histórico de audiencias” en *Antena 3 TV*, diciembre 3. Consultado en <http://www.antena3.com/objetivotv/>

<sup>51</sup> Atresmedia (2013): “Atresmedia Televisión anota en Noviembre el hat trick de las audiencias” en *Atresmedia Publicidad*, diciembre 1. Consultado en <http://www.atresmediapublicidad.com/>

<sup>52</sup> FormulaTV (2013): “ ‘Aída’ sube con la exitosa llegada (18,6%) de Dani Martínez a Esperanza Sur” en *FormulaTV*, diciembre 2. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

El 2 de diciembre de 2013, “El Hormiguero” comenzó el mes como el sexto programa más visto del día con un share del 13,6%. Una media de 2.850.000 espectadores gozaron de la visita de “Los Morancos”. Muy de cerca le siguió su cadena aliada, LaSexta, con “El intermedio” al conseguir un total de 2.545.000 espectadores y un 12,4% del share<sup>53</sup>. El programa pilotado por Wyoming obtuvo mejores resultados en las comunidades autónomas de Madrid, Aragón y País Vasco, mientras que “las hormigas” calaron más en la comunidad andaluza, posiblemente por la visita de los monologuistas de la tierra<sup>54</sup>.

Los datos de audiencia de Prime Time podrían haber sido mejores para la cadena de no ser por el estreno de la séptima temporada de “La que se avecina” en Telecinco, que se alzó con un share del 23,6%, 0,3 puntos por encima de “El Tiempo entre costuras”<sup>54</sup>.

El 3 de diciembre los resultados de audiencia fueron similares a los del día anterior: 2.627.000 de espectadores y un 13,1% del share<sup>55</sup>. Esta vez vino a visitar el plató el rostro más conocido del periodismo deportivo de La 1, María Escario, que ha recibido el Premio Ondas a la Mejor Presentadora 2013. La presentadora supo como ganarse al público mostrando su rostro más natural.

“El Hormiguero 3.0” fue líder en su franja horaria y superó en 2,8 puntos a “Se enciende la noche” de Telecinco. Su rival más fuerte de nuevo fue “El Intermedio” que superó el 12% del share<sup>55</sup>.

---

<sup>53</sup> FormulaTV (2013): “Regreso triunfal de ‘La que se avecina’ (23,6%) que gana a ‘El tiempo entre costuras’ (23,35)” en *FormulaTV*, diciembre 3. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

<sup>54</sup> Objetivo TV (2013): “ ‘El Tiempo entre Costuras’ continúa su éxito con 4,5 millones de espectadores (23,3%)” en *Antena 3 TV*, diciembre 3. Consultado en <http://www.antena3.com/objetivotv/>

<sup>55</sup> FormulaTV (2013): “Magníficos datos para ‘La guerra de los mundos’ (12,3%) y ‘En el aire’ que anota un 11,1%” en *FormulaTV*, diciembre 4. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

Antena 3 lideró la cuota de pantalla del martes 3 de diciembre con un 14,3%. Los resultados de la cadena podrían haber sido nefastos por culpa del timo que circuló por las redes sociales y por “Whatsapp”. La cadena pedía a la audiencia lo siguiente: “Esta noche Antena 3 emite la entrevista con el asesino de las niñas de Alcássert. Creo que deberíamos hacer un boicot y no ver nadie Antena 3 para demostrarles que España está unida. Por favor, pásalo y que dejen de reírse de todos los españoles. Te recuerdo que asesinó a tres niñas inocentes. Gracias”. Antena 3 salió a su defensa publicando un “tweet” en su cuenta oficial de *Twitter*: “Campana sucia en redes contra Antena 3. Es falso que Antena 3 vaya a entrevistar esta noche a Miguel Ricart”.

La cadena reconoció en 20 minutos que iban a emitir un especial sobre el asesinato de las tres niñas de Alcássert en “Espejo público” pero que en ningún momento contaron con la participación del asesino en plató. Además quitaron las imágenes grabadas del culpable al salir de prisión para desvincularse de toda polémica<sup>56</sup>.

Antena 3 puso el asusto en manos de sus abogados y el Ministerio del Interior, puesto que las consecuencias de la falsa noticia podrían haber sido verdaderamente perjudiciales para la cadena<sup>57</sup>.

A pesar de la polémica, Antena 3 se mantuvo como la cadena más vista del día y “Vive cantando” lideró la noche con un 15,5 % del share. Aunque estuvo una décima por encima con respecto a la semana anterior, la serie perdió 119.000 espectadores<sup>58</sup>.

El Grupo Atresmedia TV siguió líder en el mes de diciembre con cuota de pantalla del 32,2%, 3,8 puntos por encima de Mediaset España<sup>58</sup>.

---

<sup>56</sup> A.S (2013): “Antena 3 retira un reportaje y un vídeo sobre Miguel Ricart por motivos de ‘estilo editorial’ en *20 minutos*, diciembre 2. Consultado en <http://www.20minutos.es/>

<sup>57</sup> La voz libre (2013): “Antena 3 pide a Interior que investigue el boicot por una falsa entrevista a Miguel Ricart” en *La voz libre*, diciembre 4. Consultado en <http://www.lavozlibre.com>

<sup>58</sup> FormulaTV (2013): “Magníficos datos para ‘La guerra de los mundos’ (12,3%) y ‘En el aire’ que anota un 11,1%” en *FormulaTV*, diciembre 4. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

El 4 de diciembre, “El Hormiguero 3.0” lideró en su franja horaria con un 13,4% del share y 2,6 millones de espectadores, además de posicionarse como el quinto programa más visto del miércoles. Sin embargo, el Prime Time estuvo dominado por Telecinco que consiguió una media del 17,2% del share gracias al 22,8% de “La Voz”<sup>59</sup>. Buenos datos para el talent show musical, que tuvo que abandonar la parrilla del lunes y dejar vía libre a Sira Quiroga.

Inma Cuesta y Laura Sánchez visitaron el plató del programa con la finalidad de promocionar su nueva película “Tres bodas de más” dirigida por Javier Ruiz Caldera, director de “Promoción fantasma” o “Spanish movie”, y producida por Apaches Entertainment, Think Studio, Ciskul y Atresmedia Cine. El film narra la historia de Ruth, invitada a tres bodas en el mismo mes, cada una de ellas de un ex novio. La joven no es capaz de negarse a ir a los enlaces y se ve obligada a llevar a su becario como acompañante.

LaSexta volvió a registrar buenos datos y consiguió 2.234.000 espectadores y un share del 11,5%, muy por encima de los 681.00 espectadores que vieron “Lo sabe, no lo sabe” en Cuatro. Por su parte, las cadenas del grupo TVE se conformaron con un 9,3% del share La 1 con “Comando actualidad” y un 1,9% del share La 2 con “Docufilia”<sup>59</sup>.

Antena 3 terminó el día con una cuota de pantalla del 14,9%, 0,4 décimas más que el día anterior, pero no lideró jornada. Telecinco dominó el primer miércoles del mes con un estupendo 17,2% de cuota de pantalla. Los buenos resultados de la cadena líder de Mediaset España la situaron en primer lugar en el ranking de audiencias del mes de diciembre.

---

<sup>59</sup> FormulaTV (2013): “ ‘La Voz’ (22,8%) sube 2,1 puntos y consigue superar los 3 millones frente a ‘Top Chef’” en *FormulaTV*, diciembre 5. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

El programa más visto fue el concurso de cocina “TopChef” presentado por Alberto Chicote. No pudo superar la oferta de Telecinco, pero se coló en el televisor de 3,2 millones de españoles y superó el 20% del share, segunda mejor cifra del talent culinario desde que comenzó<sup>60</sup>.

El Grupo Atresmedia TV tan solo superó en una décima el 30,6% de cuota de pantalla de Mediaset España. El Grupo Atresmedia Tv continuaba líder con el 31,1% del share, por encima del 29,9% de Mediaset España y el 15,4% del grupo TVE<sup>60</sup>.

El jueves 5 de diciembre, víspera del puente de la Constitución Española, Imanol Arias fue a visitar a “las hormigas” y contar las anécdotas del viaje que realizó a la India para colaborar con la Fundación Vicente Ferrer en las regiones más pobres del país<sup>61</sup>. Con una cuota de pantalla del 13,6%, el espacio presentado por Pablo Motos fue el más visto de su franja horaria, seguido del 11,6% del share de “El Intermedio” y tres puntos por encima de su principal competidor Telecinco y “Hay una cosa que te quiero decir: historia de ocho hermanos”<sup>62</sup>.

“El Hormiguero 3.0” fue galardonado con la medalla de plata en el ranking de programas más vistos del día. La medalla de oro se la arrebató “Tu cara me suena mix”, quién lideró el segundo Prime Time y el Late Night con una cuota de pantalla media del 23,5%<sup>62</sup>, una décima por debajo del récord de temporada.

El triunfo de la cadena en las franjas de Tarde, Prime Time y Late Night posicionaron a Antena 3 como la cadena más vista del día con una audiencia media del 16,3%<sup>62</sup>.

Atresmedia Televisión, con el 32,10%, volvió a conseguir el liderazgo por quinto día consecutivo, dejando en segundo lugar el 30,0% de Mediaset España y el 13,9% de TVE<sup>62</sup>.

---

<sup>60</sup> Objetivo TV (2013): “Top Chef fue la emisión más vista del día con más de 3,2 millones” en *Antena 3 TV*, diciembre 5. Consultado en <http://www.antena3.com/objetivotv/>

<sup>61</sup> El Hormiguero (2013): “Imanol Arias: “En la India con muy poco uno puede ser feliz”” en *Antena 3 TV*, diciembre 6. Consultado en <http://www.antena3.com/programas/el-hormiguero/>

<sup>62</sup> FormulaTV (2013): “‘Tu cara me suena Mix’ (23,5%) lidera con comodidad la noche del jueves” en *FormulaTV*, diciembre 7. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

En la noche del viernes, Antena 3 televisó el encuentro de la Copa del rey entre Barcelona-Cartagena en la hora de coincidencia con “El Hormiguero 3.0”. Más de 2,5 millones de aficionados disfrutaron del partido y el canal consiguió mantener el share medio del Prime Time registrado durante la semana por “El Hormiguero 3.0”.

Los malos datos registrados por la tercera entrega de “Me resbala” galardonaron a Telecinco con el liderazgo del Prime Time tras imponerse con el 14,2% del share frente al 12,7% de Antena 3<sup>63</sup>.

Durante el sábado, Antena 3 y Telecinco empataron en Prime Time pero la cadena de San Sebastián de los Reyes lideró el día con el 13,4% de cuota de pantalla. Sin embargo, el 30,4% del share de Mediaset España arrebató por primera vez en el mes de diciembre el liderazgo a Atresmedia Televisión que registró un 28,1%<sup>64</sup>.

En la noche del domingo, Antena 3 decidió homenajear al recién fallecido Nelson Mandela, presidente de la República de Sudáfrica desde 1994 a 1999, emitiendo en el “El Peliculón” el film de “Invictus”, que mantuvo líder a la cadena durante un domingo más y alzó su cuota de pantalla del Prime Time 0,7 décimas más con respecto a la semana pasada al registrar el 24,7%<sup>65</sup>.

Gracias a los buenos resultados conseguidos el último día de la semana, el grupo Atresmedia Televisión consiguió acomodarse de nuevo en primer lugar con un 30,9% del share, por encima del 28,1% de Mediaset España y del 15,9% de TVE<sup>65</sup>.

---

<sup>63</sup> FormulaTV (2013): “ ‘Super 8’ (10,8%) otorga a LaSexta una de sus mejores noches de viernes” en *FormulaTV*, diciembre 7. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

<sup>64</sup> FormulaTV (2013): “ ‘Abre los ojos... y mira’ anota récord con la entrevista a Rosa Benito” en *FormulaTV*, diciembre 9. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

<sup>65</sup> FormulaTV (2013): “ ‘Invictus’ arrasa en Antena 3 con un 24,7% y 4,3 millones de espectadores” en *FormulaTV*, diciembre 9. Consultado en <http://www.formulatv.com/>



El día 9 de diciembre estrenó la segunda semana del mes. “El Hormiguero 3.0” la comenzó con la compañía de los actores españoles Belén Rueda y Mario Casas. Juntos consiguieron alcanzar un share del 14,2%, 2.959.000 millones de espectadores y colocarse como el espacio más visto en su hora de emisión, además de posicionarse como el programa más visto de “El Hormiguero 3.0” en lo que se llevaba de mes<sup>66</sup>.

El motivo de su visita fue la promoción de la película “Ismael” dirigida por el director argentino Marcelo Piñeyro y que se estrenó el 25 de diciembre de 2013. El film trata sobre la búsqueda que comienza Ismael tras fugarse de su casa de Madrid para encontrar a su padre desconocido. En su aventura conoce a Nora, su abuela materna, que ayudará a su recién conocido nieto a encontrar a Félix, padre de Ismael e hijo de Nora.

Mario Casas es uno de los actores españoles más valorados por las adolescentes en la actualidad y posiblemente una de las dos razones por las que Pablo Motos consiguió subir su share 0,6 décimas con respecto a su anterior programa. El segundo motivo, era la emisión del octavo capítulo de la exitosa serie de “El tiempo entre costuras”. La oferta de Antena 3 para la noche del lunes fue el programa más visto del día. Se alzó con un 24,3% del share y más de 4,6 millones de espectadores, sin embargo, el minuto de oro se lo arrebató “La que se avecina”, su mayor rival, que a las 23:09 horas alcanzó 5.049.000 millones de espectadores e igualó el share medio de “El tiempo entre costuras”<sup>66</sup>.

---

<sup>66</sup> Objetivo TV (2013): “ ‘El Tiempo entre Costuras’, líder absoluto del día con más de 4,6 millones (24,3%)” en *Antena 3 TV*, diciembre 10. <http://www.antena3.com/objetivotv/>

En cuanto a la audiencia media de Prime Time de otras cadenas, Telecinco consiguió ser la más vista en dicha franja horaria, 4 décimas por encima del 17,3% del share de Antena 3. Muy de lejos les seguía La 1 que se hizo con el 11% de cuota de pantalla. Tras de ésta, LaSexta que continúa ganando décimas en el mes de diciembre gracias a “El Intermedio”. El programa lidera entre los espectadores de 45 y 64 años, quiénes fueron los culpables del 11,9% de cuota de pantalla. Por debajo de la cadena aliada de Antena 3 están Cuatro con 3,1% del share y su conocido programa “Lo sabe, no lo sabe” y La 2 que se tuvo que conformar con el 2,3% de cuota<sup>67</sup>.

Antena 3 consiguió comenzar la semana como la cadena más vista del día (15,9%) y mejorar sus resultados del Puente de la Constitución.

El Grupo Atresmedia TV también comenzó con buen sabor de boca la segunda semana del mes al mantenerse por segundo día consecutivo por encima de Mediaset España con el 31,1% de cuota de pantalla<sup>67</sup>.

Marc Márquez visitó el plató del programa el 10 de diciembre. El motociclista de 20 años y último campeón del mundial de Moto GP, el mismo año que debutó en esta categoría, era una de las apuestas fuertes de la semana de Pablo Motos, pero tuvieron que conformarse con 11,5% del share<sup>68</sup>.

---

<sup>67</sup> FormulaTV (2013): “ ‘La que se avecina’ se mantiene en su fuerte 23,6% pero pierde su segundo asalto contra ‘El Tiempo entre Costuras’ (24,3%)” en *FormulaTV*, diciembre 10. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

<sup>68</sup> Objetivo Tv (2013): “ ‘Vive cantando’ despide temporada como líder absoluto de su franja (16,7%)” en *Antena 3 TV*, diciembre 11. Consultado en <http://www.antena3.com/objetivotv/>

“La bicicleta vertical”, “El cuentarrevoluciones pirotécnico” y “Flotar contra la gravedad” no pudieron hacer frente a “Desafío Champions” emitido en La 1. El programa incluía el “Previo fútbol: Champions League”, “Fútbol: Champions League: Copenhague-Real Madrid” y “Post Fútbol: Champions League”. El partido coincidía justo con la hora de emisión de “El Hormiguero 3.0”, de ahí que los resultados del programa fueran dos puntos de share por debajo de lo habitual puesto que el fútbol reunió una media de 5.304.000 espectadores y un 27,4% del share, una cuota de pantalla muy inusual para La 1<sup>69</sup>.

El partido de la Champions League no sólo consiguió ser lo más visto de la franja y del día, sino que se también se hizo con el minuto de oro a las 22:32 horas con la asombrosa cifra de 6.692.000 espectadores y el 31,4% del share.

A pesar del éxito del La 1 con el fútbol, “El Hormiguero 3.0” fue de los programas que mejores cifras consiguieron ya que ocupó el cuarto lugar en el ranking de programas más vistos del día, por debajo de “Fútbol: Champions League”, “Desafío Champions” y “Vive cantando” que cerró temporada con un 16,7% del share, tercer mejor resultado de su temporada y 1,2 puntos por encima del martes anterior<sup>70</sup>.

Antena 3 y Telecinco fueron las cadenas privadas más vistas del día con un 14% de cuota de pantalla cada una, pero en la décima jornada del mes, la cadena del grupo Atresmedia Televisión estaba tres décimas por encima del 14,5% del share de la cadena líder del Grupo Mediaset España<sup>70</sup>.

El grupo TVE consiguió subir en la jornada del 10 de diciembre su cuota de pantalla al 18%, pero todavía seguía muy lejos y no llegó a alcanzar el 30,9% del Grupo Atresmedia Televisión y el 28,2 % de Mediaset España<sup>70</sup>.

---

<sup>69</sup> FormulaTV (2013): “ ‘Vive cantando’ cierra su primera temporada con una cuota del 16,7%” en *FormulaTV*, diciembre 11. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

<sup>70</sup> FormulaTV (2013): “ ‘Vive cantando’ cierra su primera temporada con una cuota del 16,7%” en *FormulaTV*, diciembre 11. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

El 11 del 12 del 13 Alejandro Sanz, que fue recientemente nombrado Doctor Honoris Causa por la Universidad de Berklee y consiguió el décimo sexto Grammy de su carrera musical, acudió al programa de “7 y acción” a presentar su nuevo trabajo “La música no se toca” y dar a conocer al rapero sevillano Junior.

El famoso cantautor no fue el único invitado de la noche. Pablo Motos comenzaba el programa con la visita de Sarah, una joven de 29 años que hace poco tiempo pudo escuchar su voz por primera vez gracias a la implantación del un implante coclear. La chica asistió al programa para contar su propia experiencia y cómo la intervención le había cambiado la vida. Además, Guadalupe, una mujer con sordera total debido a una enfermedad degenerativa, escuchó por primera vez la voz de su hija Claudia gracias a la activación de su implante auditivo.

Pablo Motos recuperó los dos puntos del share perdidos durante su jornada anterior y volvió a ser el programa más visto de su franja horaria con un 13,5% y más de 2,7 millones de espectadores. Seis décimas por debajo estaba Telecinco con “La voz previo directo” y tras de ésta “El Intermedio” que un día más mejoró su cuota de pantalla y se alzó con el 12,2% con tan sólo 238.000 espectadores menos que Telecinco<sup>71</sup>.

El programa más visto del día de Antena 3 fue TopChef, al igual que el miércoles pasado. Su cuota de pantalla rondó el 22,1%, por debajo del 24% de “La voz directos”.

Aunque Telecinco ganó a Antena 3 en cuota de pantalla en la franja de Prime Time, la semifinal del programa presentado por Alberto Chicote ganó al programa de Jesús Vázquez en espectadores medios, puesto que el talent show culinario logró su récord histórico con más de 3,5 millones de espectadores, mientras que el talent show de cantantes reunió una media de 3.420.000 espectadores.

---

<sup>71</sup> FormulaTV (2013): “La semifinal de ‘La Voz’ sube hasta el 24% pero no impide un nuevo récord de ‘TopChef’ con 3,6 millones” en *FormulaTV*, diciembre 12. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

El motivo por el que “La voz directos” ganó en cuota de pantalla tuvo que ver con la extensión del programa que se alargó hasta las 1:50 horas de la madrugada, liderando así el Late Night con un 25,6% medio del share<sup>72</sup>.

El éxito de “La Voz” repercutió en que Telecinco obtuviera el liderazgo de la cadena con un 17,0% del share y que Antena3 se tuviera que conformar con un 14,7%<sup>71</sup>.

La cuota de pantalla referente al grupo de cadenas fue similar a la jornada anterior: Atresmedia Televisión 30,7%; Mediset España 30,0%; y TVE 14,8%. Ningún grupo ha conseguido arrebatarse el liderazgo a Atresmedia TV gracias, en parte, a sus cadenas temáticas que lideraron con un 9,3% frente al 8,9% de Mediaset España, a pesar de contar con una canal menos<sup>71</sup>.

El 12 de diciembre, “El Hormiguero 3.0” despidió la segunda semana del mes como líder de su franja horaria con la visita de José y Juan Salazar, “Los Chunguitos”. Los hermanos extremeños actualmente concursan en el talent show musical de Antena 3 “Tu cara me suena” y fueron a divertirse al programa con la finalidad de contar las anécdotas más graciosas de su paso por el concurso.

Más de 2,7 millones disfrutaron de la visita de uno de los grupos míticos de la música española y registraron un 13,8% del share, tres décimas más por encima del día anterior. Su rival más fuerte fue “El Intermedio” que volvió a registrar por segundo día consecutivo el 12,2% de cuota de pantalla<sup>73</sup>.

---

<sup>72</sup> FormulaTV (2013): “Telecinco lidera el Prime Time y el Late Night gracias a ‘La Voz’” en *FormulaTV*, diciembre 12. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

<sup>73</sup>FormulaTV (2013): “Nuevos máximos de temporada para ‘Tu cara me suena’ (24,3%) y ‘Hay una cosa que te quiero decir’ (18,3%)” en *FormulaTV*, diciembre 13. Consultado en <http://www.antena3.com/objetivotv/>

“El Hormiguero 3.0” fue el segundo programa más visto del día después de “Tu cara me suena” que batió su récord de temporada con 3.411.000 espectadores y el 24,3% del share, además de coronarse con el minuto de oro a las 23:15 de la noche con 4.341.000 espectadores<sup>74</sup>.

Los buenos resultados obtenidos por las dos ofertas de Prime Times de Antena 3 convirtieron a la cadena en líder de la franja tras registrar una cuota de pantalla media del 15,7%. Por debajo de ella quedó Telecinco con un punto menos de share<sup>74</sup>.

Antena 3 lideró también la franja de la Mañana con un 17,1% y el Late Night con un 25,9%. Gracias a ello la cadena fue la más vista del día con un 16,5% de media y se colocó una décima por delante de Telecinco en el ranking del share medio del mes<sup>75</sup>.

Atresmedia TV lideraba por cuarto día consecutivo con un 32,4% del share, mientras que Mediaset España registró un 30,9% y TVE un 13,5%<sup>76</sup>.

Durante el segundo fin de semana completo del mes de diciembre, Antena 3 lideró el sábado 14 al conseguir el share más alto de todas las franjas a excepción del Late Night que lo ganó LaSexta. El Prime Time lo dominó con el 17,7% de la cuota de pantalla con la emisión de “El pelicolón: Acero puro” que a las 24:04 horas reunía 3.705.000 espectadores y registraba el minuto de oro del día<sup>77</sup>.

---

<sup>74</sup> FormulaTV (2013): “Nuevos máximos de temporada para ‘Tu cara me suena’ (24,3%) y ‘Hay una cosa que te quiero decir’ (18,3%)” en *FormulaTV*, diciembre 13. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

<sup>75</sup>FormulaTV (2013): “Telecinco lidera la tarde impulsada por los buenos datos de ‘Sálvame’” en *FormulaTV*, diciembre 13. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

<sup>76</sup> Objetivo TV (2013): “ ‘Tu cara me suena’ arrasa y bate récord con un 24,3% y 3,4 millones de espectadores” en *Antena 3 TV*, diciembre 13.

<sup>77</sup> FormulaTV (2013): “ ‘Abre los ojos... y mira’ (15%) baja pero mantiene su tercera mejor marca” en *FormulaTV*, diciembre 16. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

El viernes 13, Telecinco superó a Antena 3 en el share medio del día. El viernes la cadena de San Sebastián de los Reyes solo lideró la franja matinal gracias a “La Ruleta de la Suerte”. En Prime Time “Me resbala” anotaba su peor marca de la temporada y “Sálvame Deluxe” le superaba con creces al estar 7,9 puntos por encima del share medio del programa<sup>78</sup>.

El Domingo 15, Antena 3 volvió a liderar el día con un 12,5% del share, pero en la franja de Prime Time Telecinco estuvo 3 décimas por encima del 13,1% del share de Antena 3. A pesar de que Telecinco liderara dicha franja, LaSexta consiguió registrar el minuto de oro del día a las 22.07 con “Salvados/ Desmontando las preferentes” tras encandilar a 3.925.000 espectadores<sup>79</sup>.

Tras los resultados del fin de semana, Antena 3 seguía como la cadena líder del mes de diciembre con un share del 14,5%.

El 16 de diciembre dio comienzo a la tercera semana de diciembre. El primer invitado de “El Hormiguero 3.0” fue Ben Stiller, actor cómico, director y productor americano, conocido por películas como “Los padres de él” o “Algo pasa con Mery”. Ben Stiller se estrenó en el programa de Pablo Motos para presentar su película “La vida secreta de Walter Mitty” que también se estrenó el 25 de diciembre en España.

“El Hormiguero 3.0” registró junto con Ben Stiller el 14,3% del share y 2.963.000 de espectadores, sus datos más altos registrados durante las 16 jornadas de diciembre. El programa se benefició del último capítulo antes de las Navidades de “El tiempo entre costuras” que registró su mejor marca de la temporada al reunir una cuota de pantalla media del 26,4% y posicionarse como el programa más visto del día<sup>80</sup>.

---

<sup>78</sup> FormulaTV (2013): “ ‘Sálvame deluxe’ (21,5%) barre un viernes más tras congregarse a 2,8 millones de espectadores” en *FormulaTV*, diciembre 14. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

<sup>79</sup> FormulaTV (2013): “ El estreno de ‘Lab: Tal como somos’ (9,5%) en laSexta se impone a la novena temporada de ‘Mentes criminales’ en Cuatro” en *FormulaTV*, diciembre 16. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

<sup>80</sup> FormulaTV (2013): “ ‘El tiempo entre costuras’ (26,5%) amplía su ventaja con respecto a ‘La que se avecina’ (21,5%) en Cuatro” en *FormulaTV*, diciembre 16. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

“El Hormiguero 3.0” fue el arranque del Prime Time y lideró el target comercial y entre los espectadores de entre 13 y 44 años, mientras que “El tiempo entre costuras”, segunda apuesta del Prime Time, lideró entre las personas mayores de 35 años, por lo que se produjo un escalonamiento de edades entre ambos programas que originó el envejecimiento de los grupos demográficos sin perder audiencia<sup>81</sup>.

“El Intermedio” fue un día más el segundo programa más visto del Prime Time tras “El Hormiguero 3.0”, sin embargo, El Gran Wyoming lideró entre un público más longevo cuya franja de edad se establece entre los 45 y 64 años<sup>82</sup>.

Antena 3 fue la cadena más vista del día al conseguir el 16,8% de cuota de pantalla, además de continuar líder en el mes de diciembre con el 14,7% del share, una décima por encima de Telecinco que ese mismo lunes registró tres décimas menos que Antena 3, lo que le sirvió para posicionarse como la segunda cadena más vista del día<sup>81</sup>.

En cuanto a los grupos de cadenas, Atresmedia TV volvió a arrebatarse el primer puesto a Mediaset España al conseguir el 32,6% del share, frente al 29,9% de su mayor rival. TVE volvió a bajar su cuota de pantalla y registró el 14,5%<sup>81</sup>.

La segunda jornada de la tercera semana de diciembre se desarrolló de la siguiente manera: “El Hormiguero 3.0” fue el tercer programa más visto del día y el segundo más visto de Antena 3, por debajo de “Bajo Amenaza” película que emitió la cadena en Prime Time para sustituir el vacío que dejó “Vive cantando”.

El invitado del martes de Pablo Motos fue el cantante de “Bailar pegados”, Sergio Dalma, o como lo denominó Motos “El George Cloney español”. El cantante catalán acudió al plató con la finalidad de promocionar su último disco “Cadore 33”, que ya es número uno en ventas en España y en Argentina.

---

<sup>81</sup> Objetivo TV (2013): “‘El Tiempo entre costuras’ lidera el día con más de 4,8 millones (26,5% share)” en *Antena 3 TV*, diciembre 17. Consultado en <http://www.antena3.com/objetivotv/>

<sup>82</sup> Objetivo TV (2013): “LaSexta (6,9%) gana a Cuatro (5,3%)” en *Antena 3 TV*, diciembre 17. Consultado en <http://www.antena3.com/objetivotv/>



2.689.000 espectadores, 6.1 puntos del rating y 13,3%<sup>83</sup> del share fue el resultado del programa. El share bajó un punto con respecto al día anterior, pero aún así, volvió a ser el programa más visto de su franja horaria. Tras de él estaba “El Intermedio” que registró su mejor marca del mes con más de 2,1 millones de espectadores y el 12% del share. El programa lideró entre los espectadores de 25 a 64 años, que fueron los que siguieron a continuación el encuentro de la Copa del Rey: FC Barcelona – Cartagena, que mejoró la cuota del programa anterior en 0,7 décimas<sup>84</sup>.

Las dos ofertas de Prime Time de LaSexta posicionaron a la cadena 7 puntos por encima de su rival potencial, Cuatro, en la franja horaria.

El minuto de oro en esta ocasión fue para “Pasapalabra” que a las 21:00 horas invadía los televisores de 3.892.000 personas.

Otro día más, Antena 3, con su 14,3% de cuota de pantalla, lideró la jornada del tercer martes del mes, pero muy de cerca le seguía Telecinco que tan solo registró dos décimas menos que la cadena de Atresmedia TV<sup>85</sup>.

La diferencia fue más abismal entre los grupos, puesto que un martes más, Atresmedia TV se mantenía por encima del 30% de la cuota de pantalla (31,9%) mientras que Mediaset España se quedaba en el 29,3% y TVE en el 14,2%<sup>85</sup>.

---

<sup>83</sup> FormulaTV (2013): “¿Quién quiere casarse con mi madre? sube en su final pero no pasa el 7,7% en Cuatro” en *FormulaTV*, diciembre 18. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

<sup>84</sup> Objetivo TV (2013): “La Copa del Rey fue vista por más de 2,5 millones en laSexta” en *Antena 3 TV*, diciembre 18. Consultado en <http://www.antena3.com/objetivotv/>

<sup>85</sup> Objetivo TV (2013): “Antena 3, líder absoluto del día con un 14,3% de share” en *Antena 3 TV*, diciembre 18. Consultado en <http://www.antena3.com/objetivotv/>

El miércoles 18 de diciembre tuvo lugar la final de la primera edición de “TopChef” y los finalistas del talent show culinario asistieron a “El Hormiguero 3.0” como invitados. El share registrado de ese día fue del 13% y 2.625.000 espectadores y otro miércoles más lideró su franja de emisión<sup>86</sup>.

Por otra parte, “El Hormiguero 3.0” se encargó de iniciar la segunda fase de la campaña navideña del 2013 del Grupo Atresmedia TV “ELIGE TU FIESTA”. En el minuto 38 del programa y antes del corte publicitario, Pablo Motos daba paso a la publicidad de la siguiente manera: “Una pausa y regresamos. Este año, desde Atresmedia te invitamos a nuestra fiesta de Navidad, una innovadora superproducción en la que serás tú el protagonista, serás tú quién elija, haciendo zapping a través de qué canales del grupo y de la mano de qué presentador quieres llegar a la fiesta. Esta Navidad en Atresmedia, tú eliges.”

Otro día más, “El Intermedio” fue el segundo programa más seguido de la franja de emisión de “El Hormiguero”. La oferta de Antena 3 lideraba en los espectadores de entre 13 y 44 años, mientras que la oferta de LaSexta lideró entre el público de 45 a 64 años<sup>87</sup>.

El programa de Motos terminó siendo el quinto programa más visto del día. La lista la encabezaban las finales del talent show musical “La voz” y del talent show culinario “Top Chef”.

“Top Chef” alcanzó su récord de temporada el día que decía adiós a la primera edición del concurso. Consiguió registrar el 23,9% de la cuota de pantalla y reunir una media de más de 3,8 millones de espectadores, pero no lideró el día, ya que “La voz” impidió que Chicote alcanzara el éxito rotundo<sup>87</sup>.

---

<sup>86</sup> FormulaTV (2013): “ ‘La final de ‘La Voz’ (28,4%) bate récord con 4 millones y gana a ‘Top Chef’ (23,9%)” en *FormulaTV*, diciembre 19. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

<sup>87</sup> Objetivo TV (2013): “ ‘Top Chef’ cierra temporada con récord de audiencia: más de 3,8 millones y 23,9% del share” en *Antena 3 TV*, diciembre 19. Consultado en <http://www.antena3.com/objetivotv/>

El programa de Prime Time de Telecinco también estaba de despedida. En la final de su segunda edición, Jesús Vázquez y los ‘coaches’ encandilaron a una media de 4.044.000 espectadores y el 28,4% del share. Con estos magníficos datos el talent show batió su récord de temporada, pero se quedó muy lejos del share que consiguió en la final de su primera edición que fue el 37,3%<sup>88</sup>.

Telecinco registraba un 18,4% del share durante todo el día, muy por encima del 15,8% de Antena 3 que fue la segunda cadena más vista del miércoles 18. Estos datos hicieron que en el ranking del mes de diciembre las cadenas líderes de Mediaset España y Atresmedia TV estuvieran empatadas en la primera posición con el 14,8% del share<sup>88</sup>.

Con respecto a la jornada anterior los grupos de cadenas daban un giro: Mediaset España registraba el 32,3% del share, su cifra más alta en el mes de diciembre, y Atresmedia TV bajaba 1,2 puntos (30,7%), mientras que el grupo TVE se mantenía en el 14,1%<sup>88</sup>.

El jueves 19 de diciembre, “El Hormiguero” cerró la primera mitad de la octava temporada. Con la visita de Iker Casillas el programa se despidió con fuerza para volver con más ganas tras las vacaciones de Navidad el 7 de enero de 2014. Los datos registrados gracias a la visita del portero del equipo merengue fueron las mejores cifras de la temporada tras reunir a 3,2 millones de espectadores y superar el 16% del share<sup>89</sup>.

Los espectadores conocieron la noticia de la visita del portero de la selección española al programa de Pablo Motos casi quince días antes de la emisión gracias a la difusión en los distintos medios digitales, que lo anunciaban con titulares como: “El Hormiguero logra a Iker Casillas, su invitado más buscado” de “Diario de Navarra”; “Motos convence por fin a Iker Casillas” de “La verdad”; “Visto y oído: Iker Casillas se deja seducir por Pablo Motos” de “Ideal.es”.

---

<sup>88</sup> FormulaTV (2013): “La final de ‘La Voz’ (28,4%) bate récord con 4 millones y gana a ‘Top Chef’ (23,9%)” en *FormulaTV*, diciembre 19. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

<sup>89</sup> FormulaTV (2013): “‘Tu cara me suena’ (24,7%) sigue sin alcanzar su techo de audiencia tras registrar un nuevo récord de temporada” en *FormulaTV*, diciembre 20. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

“El Hormiguero 3.0” superó con creces a la oferta de su principal competidor que registró 10,1% con “Hay una cosa que te quiero decir: historia de una ilusión”<sup>90</sup>.

El segundo lugar recayó en manos de “El Intermedio”. Esta vez Wyoming llevó al programa como invitado especial al expresidente del Gobierno José Luis Rodríguez Zapatero. El exlíder socialista acudió al programa con la finalidad de promocionar sus memorias.

Al igual que “El Hormiguero 3.0” “El Intermedio” despidió el año con su máximo de temporada al registrar 13,3% del share y 2.561.000 espectadores<sup>90</sup>.

Por otra parte, Mediaset España puso fin a “Lo sabe, no lo sabe” tras un año y medio de emisión. Su último programa registró el 3,1% del share y 600.000 espectadores<sup>90</sup>. A partir del lunes 23 de diciembre, Cuatro comenzó a emitir en Prime Time “Natural Frank” como sustituto del programa presentado por Juanra Bonet de manera temporal.

Según informaba “Vertele!” el motivo de la cancelación fue la pérdida paulatina que había sufrido el programa a lo largo de la temporada, ya que no podía hacer frente a las cuotas de pantalla registradas por “El Hormiguero 3.0” y “El Intermedio”. Además, “Lo sabe , no lo sabe” no conseguía alcanzar la mayoría de los días ni la mitad del share medio con respecto a la temporada anterior<sup>91</sup>.

---

<sup>90</sup> FormulaTV (2013): “ ‘Tu cara me suena’ (24,7%) sigue sin alcanzar su techo de audiencia tras registrar un nuevo récord de temporada” en *FormulaTV*, diciembre 20. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

<sup>91</sup> Vertele! (2013): “Cuatro cancela ‘Lo sabe, no lo sabe’ tras año y medio de emisión” en *Vertele!*, diciembre 16. Consultado en <http://www.vertele.com/>

El programa más visto del jueves fue, una vez más, “Tu cara me suena” que registró la mejor marca de la temporada tras obtener el 24,7% de la cuota de pantalla, muy por encima de la oferta de Telecinco. El programa que mezcla música, humor e imitación lideró el target comercial y registró el minuto de oro de la jornada a las 23:20 horas con 4.573.000 espectadores y el 24,6% de cuota de pantalla<sup>92</sup>.

Antena 3 fue otra jornada más la cadena más vista con un 16,1% del share, seis décimas por encima de Telecinco, la segunda cadena más vista del día<sup>92</sup>.

Atresmedia registró el 32,2% de cuota de pantalla, mientras que Mediaset registró el 30,2% y TVE el 13,5%<sup>92</sup>.

La jornada del 20 de diciembre trascurrió como un viernes normal en lo que al share se refiere. “Los mayores gamberros” y “Me resbala”, presentado por Arturo Valls, registraron un pésimo 11,6%<sup>93</sup> de la cuota de pantalla en Prime Time casi 5 puntos por debajo con respecto a la jornada anterior.

“Sálvame deluxe” con el especial sobre Kiko Rivera registró un 19,2%<sup>93</sup> de la cuota de pantalla y lideró el Prime Time del último día laborable.

Telecinco no solo fue líder en Prime Time, sino que también fue la cadena más vista del viernes con un 16,2% del share, muy por encima del 13,2% registrado por Antena 3<sup>93</sup>.

Los grupos de cadenas dieron un vuelco con respecto a la jornada anterior. En esta ocasión Mediaset fue el grupo líder con el 31,4% del share y Atresmedia TV ocupó el segundo lugar al registrar el 29,4%. La única que se mantuvo fue TVE que seguía en tercera posición con un 14,5%, un punto por encima de la jornada anterior<sup>93</sup>.

---

<sup>92</sup> FormulaTV (2013): “ ‘Tu cara me suena’ (24,7%) sigue sin alcanzar su techo de audiencia tras registrar un nuevo récord de temporada” en *FormulaTV*, diciembre 20. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

<sup>93</sup> FormulaTV (2013): “ ‘Sálvame Deluxe’ baja pero mantiene el liderazgo de la noche con Kiko Rivera (19,4%)” en *FormulaTV*, diciembre 20. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

El tercer sábado de diciembre día 21 transcurrió con normalidad. “El pelicolón: Un golpe de altura” se impuso ante “El Blockbuster. Señales del futuro” de Cuatro y “Todo los días de mi vida” de Telecinco tras registrar el 16,5% del share en Prime Time. Cabe destacar que, aunque Antena 3 bajara 1,2 décimas con respecto al sábado anterior y que Telecinco cambiara su oferta de Prime Time de fin de semana al sustituir “Cierra los ojos” por el cine, la cadena líder de Mediaset no consiguió liderar la franja<sup>94</sup>.

Otra jornada más Antena 3 era la cadena líder con el 14,5% del share al igual que el Grupo Atresmedia que lideró el sábado con un 29,1% de la cuota de pantalla<sup>94</sup>.

El día 22 de diciembre fue cuando las Navidades comenzaron a hacer mella en lo que a las audiencias televisivas se refiere.

Hasta el momento Antena 3 y Telecinco habían liderado la cuota de pantalla del día, sin embargo el tercer domingo de diciembre La 1 ocupó el primer lugar gracias al sorteo especial de la “Lotería de la Navidad”. La cadena registró su mejor cuota de pantalla del mes al marcar el 17,5%<sup>95</sup>.

Por primera vez en todo el mes de diciembre el minuto de oro lo registró una oferta de La 1 y en horario fuera de la franja de Prime Time ya que a las 11:06 de la mañana la “Lotería de Navidad” reunió 4.922.000 de espectadores y registró un asombroso 57,6% de la cuota de pantalla<sup>96</sup>.

---

<sup>94</sup> FormulaTV (2013): “ El cine de Telecinco no puede con Antena 3 y no mejora a ‘Cierra los ojos’” en *FormulaTV*, diciembre 22. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

<sup>95</sup> FormulaTV (2013): “ ‘Sin identidad’ (20,5%) domina la noche con claridad y no deja opción a Aída” en *FormulaTV*, diciembre 23. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

<sup>96</sup> Vertel! (2013): “ ‘Sin identidad’ (20%) de noche y la Lotería (50%) de mañana, ‘Los Gordos’ del domingo” en *Vertele!*, diciembre 23. Consultado en <http://www.vertele.com/>

Sin embargo, la emisión especial del sorteo navideño no fue el programa más visto de la jornada pues Antena 3 con su película “Sin Identidad” lideró la franja de Prime Time con el 20,5% del share y una media 3.753.000, 688 mil espectadores más que la “Lotería de Navidad”<sup>97</sup>.

Antena 3 no salió tan mal parada en el ranking de cadenas más vistas del día, pues se quedó en segundo lugar como tantas otras veces, pero con un 12,7% del share. Telecinco bajó bastante más su cuota de pantalla media con respecto a jornadas anteriores y se tuvo que conformar con un pésimo 9,9%<sup>97</sup>.

El grupo TVE por primera vez “pisaba los talones” a los otros dos grupos. Mediaset España registró un 25% del share, el Grupo Atresmedia TV el 24,5% y TVE el 23,7%<sup>97</sup>, unos datos muy igualados que no dejaron al grupo TVE con una cuota de pantalla tan baja como el resto de los días.

Las navidades trajeron consigo cambios en las parrillas de todas las cadenas. Los primeros síntomas de las vacaciones los comenzamos a notar en la jornada del 23 de diciembre.

Era el primer lunes de vacaciones de Navidad y Antena 3 decidió no emitir las dos últimas entregas de su serie revelación del año “El tiempo entre costuras” hasta el próximo mes y sustituirlo por una oferta cinematográfica “Historias de San Valentín”. Gracias a las estrategias de programación la cadena volvió a liderar otro lunes más la franja de Prime Time con el 17,3%<sup>98</sup> del share. Bajó 9,2 puntos con respecto al lunes anterior, pero teniendo en cuenta que el consumo televisivo en navidades desciende bruscamente, se consideran los resultados obtenidos por la película más que satisfactorios.

---

<sup>97</sup> FormulaTV (2013): “ ‘Sin identidad’ (20,5%) domina la noche con claridad y no deja opción a Aída” en *FormulaTV*, diciembre 23. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

<sup>98</sup> FormulaTV (2013): “ ‘MasterChef Junior’ se estrena con un buen 15,9%, pero no puede con ‘Historias de San Valentín’ en Antena 3” en *FormulaTV*, diciembre 24. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

Tras la decisión de los programadores de Antena 3 de no emitir los dos últimos capítulos del Best Seller de María Dueñas, La 1 decidió estrenar la edición junior del talent show culinario “MasterChef”<sup>99</sup>. Gracias a que la audiencia ya estaba familiarizada con el formato del talent show por la edición de los “mayores” el estreno de “MasterChef Junior” registró el 15,9% del share, y se situó como el segundo programa más visto del Prime Time después de la película de Antena 3<sup>100</sup>.

Antena 3 tras liderar en la franjas de Sobremesa, Prime Time y Late Night fue la cadena más vista del día con 14,4% de la cuota de pantalla. Tras de ella Telecinco que recuperó 3,1 puntos con respecto a la jornada anterior<sup>100</sup>.

El share de los grupos de audiencia registró los datos que venían siendo habituales durante el mes de diciembre: el Grupo Atresmedia TV encabezó el ranking con el 30,1% del share, seguido de Mediaset España con el 29,3%, y en último lugar TVE con el 16%<sup>100</sup>.

El martes 24 de diciembre oficialmente comenzaron las Navidades. Como viene siendo habitual desde hace muchos años, el Rey Don Juan Carlos I felicitó las Navidades con su conocido discurso.

A excepción de Cuatro que optó por ofrecer la película de Pixar “Buscando a Nemo”, el resto de las cadenas emitieron el “Mensaje de S.M el Rey”. Una audiencia media de 6.588.000 espectadores siguieron el discurso del Rey y registró un 60,4% del share. La 1 fue la cadena preferida por los espectadores para seguir el discurso y la cadena pública se impuso a las privadas con un 16,6% del share<sup>101</sup>.

---

<sup>99</sup> D. J (2013): “La Navidad menos tranquila para las cadenas: se lo juegan todo en diciembre” en *Noticias de Cine TV*, diciembre 9. Consultado en <http://www.vanitatis.com/>

<sup>100</sup> FormulaTV (2013): “ ‘MasterChef Junior’ se estrena con un buen 15,9%, pero no puede con ‘Historias de San Valentín’ en Antena 3” en *FormulaTV*, diciembre 24. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

<sup>101</sup> FormulaTV (2013): “La 1 lidera con la emisión menos vista de los últimos quince años” consultado en *FormulaTV*, diciembre 26. Consultado en <http://www.formulatv.com/>



El último discurso del Rey ha sido el menos visto en 15 años, pero según un informe elaborada por Barlovento Comunicación, incluso podría haber sido el menos visto de la historia. Objetivo TV publicó que Javier López barajaba la posibilidad de que la llegada de la TDT es la principal causa de la caída de la audiencia al multiplicarse el número de canales. En 2010, que fue cuando se produjo el apagón analógico, la cuota de pantalla bajó 6,4 puntos con respecto al año anterior y desde entonces la audiencia ha ido cayendo empicado año tras año<sup>102</sup>.

Dejando a un lado el “Mensaje de S.M el Rey”, el estreno de “Se hace saber”, programa de humor presentado por Goyo Jiménez, lideró la franja de Prime Time con el 18,9% de la cuota de pantalla, una victoria muy ajustada que la seguía de cerca el 18,5% de Antena 3 con la emisión de “Tu cara me suena: Grandes éxitos”<sup>103</sup>.

La 1 consiguió liderar la franja de Prime Time pero en la cuota de pantalla diaria se tuvo que conformar con la medalla de bronce pues por delante de ella quedaron Telecinco con el 13,5% del share y Antena 3 con el 14,3% del share. Antena 3 tras 24 días encabezaba el ranking del mes de diciembre con una media de 14,6% de cuota de pantalla<sup>103</sup>.

La noche del 25 de diciembre estuvo absolutamente liderada por Antena 3 y su cine “Prince of Persia”. Los más de cuatro millones de espectadores que siguieron la película basada en el videojuego regalaron un magnífico 21,1% del share a la cadena privada dándole el liderazgo de la franja de Prime Time. La segunda oferta más vista de la noche fue “MasterChef Junior” que en su segunda entrega registró el 14,8% del share. Perdió puntos con respecto al programa de estreno, pero pudo quedarse por encima de la oferta ofrecida por la cadena líder del grupo Mediaset que registró el 11,1% con la película “Cómo entrenar a un dragón”<sup>104</sup>.

---

<sup>102</sup> Objetivo TV (2013): “El mensaje del Rey fue el menos visto de los últimos 15 años” en *Antena 3 TV*, diciembre 26. Consultado en <http://www.antena3.com/objetivotv/>

<sup>103</sup> FormulaTV (2013): “ ‘Se hace saber’ (18,9%) y ‘Tu cara me suena’ (18,5%), lo más fuerte de Nochebuena” en *FormulaTV*, diciembre 26. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

<sup>104</sup> FormulaTV (2013): “ ‘El estreno de ‘Prince of Persia’ en Antena 3 arrasa con más de 4 millones de espectadores” en *FormulaTV*, diciembre 26. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

Otra jornada más Antena 3 lideró el día con el 14,8% y se alejó con creces de Telecinco que no conseguía levantar sus datos y se quedó en segundo lugar con el 10,3%<sup>105</sup>. La cadena de San Sebastián de los Reyes lideró por primera vez en todo el mes de diciembre todas las franjas de emisión.

Durante los últimos seis días del mes y del año 2013, los programadores de Antena 3 decidieron cambiar los pilares de su rejilla y sustituir sus programas diarios por el cine de calidad.

El jueves 26 de diciembre “Up” se coló en la parrilla de Prime Time de Antena 3 y fue una decisión acertada por parte del equipo. A pesar de que el filme de Disney Pixar registrara un share del 19,8%, casi cinco puntos por debajo de la cuota de pantalla media registrada por “Tu cara me suena” el jueves de la semana anterior, fue el programa más visto del día con una media de 3.874.000 espectadores<sup>106</sup>.

Las aventuras de Carl y Russell no dieron tregua a las otras cadenas. Telecinco con “Hay una cosa que te quiero decir” fue quien le siguió más de cerca con 2.144.000 espectadores, mientras que la uno fue la que peor parada salió pues “Espartaco” no alcanzó ni el millón de espectadores y descendió bruscamente con respecto al share del jueves anterior<sup>107</sup>.

Antena 3 lideró el Prime Time pero las franjas de la Mañana, Tarde y Late Night regalaron a Telecinco la medalla de oro en el ranking de cadenas más vistas de la jornada del 26 de diciembre tras incrementar su audiencia media en 4,5 puntos, aunque no fue suficiente para arrebatarse el primer puesto en el ranking del mes a la cadena líder del Grupo Atresmedia TV, el que si que consiguió ser líder del día con el 30,2% de cuota de pantalla<sup>107</sup>.

---

<sup>105</sup> FormulaTV (2013): “El estreno de ‘Prince of Persia’ en Antena 3 arrasa con más de 4 millones de espectadores” en *FormulaTV*, diciembre 26. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

<sup>106</sup> Objetivo TV (2013): “‘Up’ vuela alto: líder absoluto del día con más de 3,8 millones (19,8%)” en *Antena 3 TV*, diciembre 27. Consultado en <http://www.antena3.com/objetivotv/>

<sup>107</sup> FormulaTV (2013): “‘Up’ lidera la noche con un fuerte 19,8% superando al 16,4% de ‘Hay una cosa que te quiero decir’” en *Formula TV*, diciembre 27. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

El 27 de diciembre Antena 3 cambió su oferta de cine infantil por “Fuego de la venganza”. Subió el share medio de los viernes del mes de diciembre al mejorar la cuota de pantalla de “Los mayores gamberros” y “Me resbala”. La película fue la opción más seguida por los espectadores, pero “Sálvame Deluxe” superó 7 décimas el share medio del Prime Time de Antena 3 gracias al Late Night.

La “Gala Inocente Inocente” emitida por La 1 se tuvo que conformar con un 11,1% del share, el más bajo registrado en la última década<sup>108</sup>.

Fue la segunda jornada consecutiva que lideró Telecinco esta vez con el 15,1% de la cuota de pantalla, pero aún así Antena 3 mantenía su liderazgo en un mes muy peleado por ambas cadenas privadas.

La jornada del 28 de diciembre transcurrió con normalidad y las Navidades no hicieron mella en la rejilla de Antena 3. La cadena emitió en Prime Time “Colombiana”. “El pelicolón” fue lo más visto del día tras registrar una audiencia media de más de 2,8 millones de espectadores.

La 1 cerró la primera edición de “Uno de los nuestros” con el 8,2% del share, un dato bastante bajo para ser el final de un talent show si lo comparamos con el último programa de “La Voz” o “TopChef”<sup>109</sup>.

Telecinco y Cuatro fueron las otras dos cadenas que apostaron por emitir en la noche del sábado cine. Ninguna de las dos consiguió superar a la cadena privada de San Sebastián de los Reyes. Telecinco con “Las Crónicas de Narnia” registró el 12,1% mientras que Cuatro con “El mito Bourne” anotó un 6,9% de la cuota de pantalla, por debajo de LaSexta<sup>109</sup>.

---

<sup>108</sup> FormulaTV (2013): “La ‘Gala Inocente’ baja más de tres puntos y sucumbe antes ‘Sálvame Deluxe’” en *FormulaTV*, diciembre 28. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

<sup>109</sup> FormulaTV (2013): “ ‘Uno de los nuestros’ sube en su final pero se queda en un pobre 8,2%” en *FormulaTV*, diciembre 29. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

Antena 3 fue la triunfadora del día con un magnífico 14,8%<sup>110</sup> del share que le situaba 4,9 puntos por encima de Telecinco. No hubo rival para Antena 3 en el cuarto sábado del mes pues lideró todas las franjas de emisión a excepción de la madrugada.

El domingo “El pelicolón” de Antena 3 dejó paso a una película infantil y “Enredados” lideró el día como la emisión más vista después de reunir más de 4 millones de espectadores delante de la pantalla, regalando a Antena 3 el minuto de oro a las 23:54 con 4.645.000 espectadores y el 26,1% del share<sup>111</sup>.

Los mejores momentos de Mauricio en Telecinco no gustaron entre la audiencia y Telecinco se tuvo que conformar con un discreto 12,3% por debajo del 13% que registró “La Momia” en La 1<sup>112</sup>.

Antena 3 obtuvo el liderazgo que despojó a La 1 ya que la cadena pública perdió los 7,5 puntos que había ganado con la emisión de “La Lotería” y se tuvo que conformar con el tercer puesto del ranking.

El último lunes del mes el Prime Times estuvo peleado por Telecinco con “La que se avecina” y La 1 con la semifinal de “MasterChef Junior”. Finalmente los vecinos de Montepinar coronaron la cima con el 19,8% del share, mientras que los pequeños cocineros se quedaron en segundo lugar con el 19,2%. Ambas ofertas no dejaron cabida a Antena 3 y “Jane Eyre” pues tan solo una media de 2. 513.000 espectadores disfrutaron de la última entrega cinéfila del mes y del año por parte de la cadena<sup>113</sup>.

---

<sup>110</sup> FormulaTV (2013): “ ‘Uno de los nuestros’ sube en su final pero se queda en un pobre 8,2%” en *FormulaTV*, diciembre 29. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

<sup>111</sup> FormulaTV (2013): “ ‘Enredados’ Anota un fuerte 20% en su estreno en Antena 3 y supera a ‘La Momia 3’ en La 1” en *FormulaTV*, diciembre 30. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

<sup>112</sup> FormulaTV (2013): “ ‘Enredados’ Anota un fuerte 20% en su estreno en Antena 3 y supera a ‘La Momia 3’ en La 1” en *FormulaTV*, diciembre 30. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

<sup>113</sup> FormulaTV (2013): “ ‘MasterChef Junior’ sube hasta el 19,2% pero no puede con el regreso de ‘La que se avecina’ ” en *FormulaTV*, diciembre 31. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

Los datos fueron más satisfactorios para LaSexta que con el 6,9% de “Transformers” consiguió quedar por encima del 5,8% de “Monstruos contra alienígenas” de Cuatro<sup>114</sup>.

Durante todo el mes de diciembre Antena 3 había sido la cadena líder de los lunes gracias a la emisión de la exitosa serie “El tiempo entre costuras”, sin embargo el último lunes del mes Telecinco le arrebató el liderazgo y se impuso sobre la cadena líder del Grupo Atresmedia con 15,4% de cuota de pantalla media. A pesar de todo, Antena 3 no se dejó saquear el pódium del mes un día antes de terminarlo y todavía sacaba a Telecinco una ventaja de 6 décimas<sup>115</sup>.

Martes 31 de diciembre de 2013. Como cada Nochevieja las cadenas se preparan para la última pelea por la audiencia del mes y del año. Cada casa busca a su mejor presa para pescar espectadores y registrar la mejor cuota posible mientras los demás nos comemos las uvas.

Como cada año La 1 fue la cadena elegida por la mayoría de los españoles. En esta ocasión registró un share medio del 37,9%, mientras que en el minuto 00:00 la cuota fue del 42,9%<sup>116</sup>. Son buenas cifras si la comparamos con el resto de cadenas, pero si miramos a atrás vemos como la cadena pública ha ido perdiendo audiencia en Nochevieja desde el apogón analógico.

Anne Igartiburu, Pepe Rodríguez y Jordi Cruz reunieron 2,5 millones de espectadores menos que en las Campanadas de 2010, pues a partir de entonces la cadena comenzó a perder audiencia paulatinamente<sup>117</sup>.

---

<sup>114</sup> FormulaTV (2013): “ ‘MasterChef Junior’ sube hasta el 19,2% pero no puede con el regreso de ‘La que se avecina’ ” en *FormulaTV*, diciembre 31. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

<sup>115</sup> FormulaTV (2013): “ ‘MasterChef Junior’ sube hasta el 19,2% pero no puede con el regreso de ‘La que se avecina’ ” en *FormulaTV*, diciembre 31. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

<sup>116</sup> FormulaTV (2014): “ ‘La 1 barre un años más a la competencia con las campanadas menos vistas de su historia (6.095.000)’ ” en *FormulaTV*, enero 2. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

<sup>117</sup> 20minutos (2014): “Las campanadas de TVE vuelven a ser las más vistas, pero pierden terreno respecto al año pasado” en *20minutos*, enero 2. Consultado en <http://www.20minutos.com/>

A excepción de Canarias y Cataluña, La 1 fue la cadena más vista en todas las comunidades autónomas.

Antena 3 fue la primera cadena en decir quién serían los representantes de sus campanadas. En este caso la cadena líder de Atresmedia TV optó por innovar y poner al mando de la noche a dos mujeres: Anna Simón y Paula Vázquez. La primera de ellas, colaboradora de “El Hormiguero 3.0”, debutaba como presentadora de las campanadas en Antena 3, mientras que Paula Vázquez repetía experiencia por segundo año consecutivo<sup>118</sup>.

“Las rubias de Antena 3”, como ellas mismas se denominaban, fueron la tercera opción de la audiencia con un 8,9% del share, nueve décimas por debajo del 9,8% que registraron Paula Vázquez y Carlos Sobera en las campanadas de 2012/2013<sup>119</sup>.

Las “Campanadas de Esperanza (Sur)” con los personajes de “Aída” se colocaron como las segundas campanadas más vistas de la noche con el 18,3% del share<sup>120</sup>.

La 1 lideró la jornada gracias a las “Campanadas de fin de año” y registró tres décima más que Telecinco que quedó en segundo lugar con el 14,6% de cuota de pantalla<sup>121</sup>.

---

<sup>118</sup> ¡Hola! (2013): “Paula Vázquez y Anna Simón, ilusionadas por dar las campanadas: Que lo presenten dos mujeres es una idea arriesgada y divertida” en *¡HOLA!*, diciembre 27. Consultado en <http://www.hola.com/>

<sup>119</sup> FormulaTV (2014): “La 1 baja en Nochevieja pero arrasa con ‘La puerta del tiempo’ (24,9%) y ‘Feliz 2014’ (30,3%)” en *FormulaTV*, enero 2. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

<sup>120</sup> FormulaTV (2014): “La 1 baja en Nochevieja pero arrasa con ‘La puerta del tiempo’ (24,9%) y ‘Feliz 2014’ (30,3%)” en *FormulaTV*, enero 2. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

<sup>121</sup> FormulaTV (2014): “La 1 baja en Nochevieja pero arrasa con ‘La puerta del tiempo’ (24,9%) y ‘Feliz 2014’ (30,3%)” en *FormulaTV*, enero 2. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

### 3.3 Análisis de minutado (19/12/13)

El 19 de diciembre de 2013 acudió a divertirse a “El Hormiguero 3.0” Iker Casillas.

Presentado como el invitado más buscado por parte de “El Hormiguero 3.0”, el portero del equipo merengue se estrenó en el plató de Pablo Motos en el último programa del año.

El presentador reconoció en directo que llevaban más de cuatro años detrás de él y que estaban felices porque el capitán del equipo blanco por fin había acudido a visitarlos.

Iker Casillas supo cómo ganarse a la audiencia contestando con total naturalidad a todas las preguntas sobre su carrera profesional, su situación actual en el Real Madrid y sobre temas más personales como su relación con Sara Carbonero y su futura paternidad.

“El Hormiguero 3.0” lo siguió una media de 3.200.000 espectadores y registró un share del 16,1%<sup>122</sup>. Lo situaron como el programa más visto del mes y de la temporada y le regalaron el liderazgo del primer Prime Time a Antena 3.

El primer minuto del programa Pablo Motos entró con su habitual baile y aprovechó para hacer un avance de la presentación del invitado. Comenzó con un discreto 9,1% del share, que le colocaba como la cuarta opción de la audiencia por debajo de LaSexta, Telecinco y Cuatro.

LaSexta, con la entrevista a José Luis Rodríguez Zapatero en “El Intermedio”, fue líder de audiencia desde las 21:42 hasta las 22:02, minuto en que cedió el testigo a “El Hormiguero 3.0” que supo mantenerlo hasta las 22:26, justo un minuto después de su pausa publicitaria.

Con una duración de 51 segundos y con un valor de 90.000 euros<sup>123</sup>, la empresa japonesa Nintendo coló a las 21:47 una telepromoción de “Let’s sing 6” el karaoke español para la “wii” con la ayuda de Trancas y Barrancas.

---

<sup>122</sup> FormulaTV (2013): “ ‘Tu cara me suena’ (24,7%) sigue sin alcanzar su techo de audiencias tras registrar un nuevo récord de temporada” en *FormulaTV*, diciembre 20. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

Y por fin Pablo Motos dijo las palabras mágicas: “Hoy ha venido a divertirse a “El Hormiguero” el portero, el capitán del Real Madrid, de la selección española, ¡Iker Casillas!”, que comenzaron a ganar terreno en las audiencias y que poco a poco consiguieron arrebatar a LaSexta el pódium.

Desde la entrada de Iker Casillas en plató a las 21:48 el programa fue incrementado su share. Después de 13 minutos de entrevista “El Hormiguero” aumentó su share en 4,7 puntos y se posicionó como la cadena líder.

Durante esos trece minutos las demás cadenas (Cuatro, La 1, LaSexta y Neox) mantuvieron más o menos su share, a excepción de Telecinco que a las 21:53 incluyó una pausa publicitaria de 6 minutos que le hizo perder 2,4 puntos de cuota de pantalla desde el inicio de “El Hormiguero 3.0”.

Durante 16 minutos Pablo Motos y su invitado fueron incrementando paulatinamente la audiencia hasta conseguir su máximo dato a las 22:18 de la noche tras registrar el 21,3% del share, momento en el que Anna Simón nos enseñaba como se podría abrir una botella de cava con una copa en su sección “Formas originales de cosas cotidianas”.

El resto de cadenas aprovecharon para hacer una pausa publicitaria, mientras que Antena 3 se mantuvo y decidió retrasarla lo máximo posible para no perder espectadores. Telecinco incluyó su segunda pausa publicitaria a las 22:03 hasta las 22:08, Cuatro se fue a publicidad a las 22:09 al igual que LaSexta y Neox, sin embargo la cadena de Mediaset España regresó a las 22:15 mientras que las otras dos cadenas del Grupo Atresmedia volvieron de publicidad a las 22:21. A las 22:17 Telecinco aprovechó para su tercera pausa publicitaria que se extendió hasta las 22:23. Durante ese periodo de tiempo Antena 3 aprovechó el zapping de las otras cadenas y no hizo el corte hasta que tuvo la audiencia retenida.

---

<sup>123</sup> Atresmedia Publicidad (2013): “Periodo de Tarifas de Publicidad: Desde el 09 de Septiembre de 2013 al 6 de enero de 2014” en *ATRESMEDIA Cobertura 4º trimestre*, julio 11. Consultado en <http://www.atresmediapublicidad.com/television/tarifas/>



A partir de las 21:20 la cuota de pantalla de “El Hormiguero” comenzó a descender discretamente, pero la mayor bajada se produjo a las 22:26 cuando “las hormigas” hicieron su primera pausa publicitaria. En los cuatro minutos de anuncios Antena 3 perdió 4,2 puntos de share que se repartieron en el resto de cadenas. La 1 ganó 1,6 puntos, Cuatro 1,4, Telecinco 1,1 y LaSexta fue la que más se benefició al subir su share 2 puntos y recuperar de nuevo el primer puesto.

A las 22:31 Pablo Motos volvió de la pausa publicitaria y aprovechó para despedir al invitado y al programa bajo la mirada de 2.909 mil espectadores.

### **3.4 Mecanismos de contraprogramación.**

Una vez analizado el comportamiento de la audiencia con respecto a “El Hormiguero 3.0” durante el mes de diciembre voy a dedicar este apartado al estudio de las estrategias de programación por parte de las cadenas. Cuáles son las técnicas de los programadores para captar a un público heterogéneo y dinámico y qué hacer cuando la oferta de tu oponente funciona mejor que la tuya.

Antena 3 apuesta por una programación en *stripping*. La mayoría de sus programas son de tira diaria, de tal manera que el espectador se familiariza con los contenidos y fideliza su cita con los mismos programas todos los días a la misma hora.

Esta estrategia de programación la encontramos desde la franja matinal con “Espejo público”. La cadena apuesta por un programa que cabalga entre el género de información y de magazine. A excepción de la Sexta, que emite “Crímenes imperfectos”, y Cuatro, que tiene programado para las mañanas un repertorio de series policíacas, el resto de cadenas compiten por el mismo target en la misma franja horaria.

Mediante la confrontación directa, los programadores de Telecinco con “El programa de Ana rosa”, de La 1 con “Desayunos de TVE” y “La mañana de La 1” y de Antena 3 luchan por un público femenino que oscila entre los 45 y los 54 años en la franja de la mañana.

La mayoría de los días Telecinco es quien gana la batalla. Posiblemente se deba a que Telecinco opta por una fidelización de la audiencia tanto verticalmente mediante el *stripping* como horizontalmente. La cadena líder Mediaset España busca integrar programas de targets similares para crear un flujo de audiencia homogéneo y compacto mediante el *Blocking*.

Antena 3, en cambio, apuesta por una rejilla caracterizada en el trasvase de público. Después del programa presentado por Susana Griso la cadena oferta dos programas destinados a toda la familia: “Karlos Arguiñano en tu cocina” y “La Ruleta de la suerte”. Y llega el turno de “Los Simpson” donde la cadena mediante el *Clipping* busca la sinergia entre los programas. Acorta los títulos de crédito de tal manera que no “aburra” a la audiencia y poder arrastrarlos hasta los informativos.

Los informativos de Antena 3, La 1 y Telecinco comienzan a las 15:00 y cada uno se busca su propia estrategia para retener a la audiencia. En el caso de Antena 3 buscan la fidelización de la audiencia ofreciendo un informativo más dinámico que el resto de cadenas. La Sexta y Cuatro vuelven a optar la búsqueda de alternativas y recurren al *Bridging* comenzando los informativos una hora antes que el resto de cadenas.

Nos situamos ya en la sobremesa. En esta franja horaria la mayoría de las cadenas han optado por la coexistencia complementaria. En esta técnica de programación, que quizá sea la más extendida, los resultado suelen ser más eficaces y se basan en la búsqueda de huecos de sustento.

Antena 3 deja paso a las telenovelas. “Amar es para siempre” y “El Secreto de Puente Viejo” acompañan la sobremesa de Antena 3. Lidera entre un público potencial que oscila entre los 13-24 años y los espectadores mayores de 35<sup>124</sup>.

---

<sup>124</sup> Objetivo TV (2014): “Antena 3 lidera el día (15,1%) con ‘Tu cara me suena’ como líder de su franja (20,5%)” en *Antena 3 TV*, enero 24. Consultado en <http://www.antena3.com/objetivotv/>

En el paso de la sobremesa a la tarde vemos como los programadores recurren otra vez a la elaboración de una rejilla basada en el trasvase de públicos. “El Secreto de Puente Viejo” deja paso a los concursos. En primer lugar nos topamos con “¡Ahora caigo!”. El programa presentado por Arturo Valls. Es un concurso de tira diaria que lleva más de dos años en emisión con un 15,3% del share y una media de 1.474.000 espectadores<sup>125</sup>. Los programadores buscan la fidelización de la audiencia verticalmente y que se vaya produciendo un envejecimiento de los grupos demográficos paulatinamente. En segundo lugar recurren a “Atrapa un millón”.

Toda rejilla tiene sus puntos de referencia y las cadenas recurren a los informativos para la colocación de los cimientos. Es la segunda edición del telediario del día y Antena 3 recurre al *Bridging*: comienza el programa unos minutos antes que Telecinco, su rival potencial. De ese modo, deja paso a “El Hormiguero 3.0” que abre la franja horaria del Prime Time.

“El Hormiguero 3.0” es un programa de infoentretenimiento de tira diaria que busca la fidelización de la audiencia horizontalmente. Antena 3 ha convertido al espacio presentado por Pablo Motos en una cita inexcusable para la audiencia.

Se trata de un programa familiar que permite el escalonamiento de edades, de tal manera que no pasamos de un programa infantil a un programa para adultos. De hecho, cuando “El Hormiguero” todavía se emitía en Cuatro, los colaboradores del programa despedían a la audiencia infantil con su conocida canción “vete a dormir”. Se trataba de un recurso que ya habían utilizado con anterioridad “Los lunnis” y “La familia telerín” cuya finalidad era mandar a la cama a una hora prudente a los niños.

A “El Hormiguero 3.0” se le ha encomendado la apertura del Prime Time. Se le conoce como “programa de punta de lanza” y los programadores buscan mediante la estrategia *lead-in* conseguir un mayor número de espectadores para que puedan unirse al programa que viene a continuación.

---

<sup>125</sup> Formula Tv (2013): “ ¡Ahora Caigo! celebra sus 500 programas con una edición musical” en *Formula TV*, diciembre 11. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

Siempre que Antena 3 va a estrenar un nuevo proyecto en prime time “El Hormiguero” lleva como invitado a uno de los personajes del programa. Es lo que se conoce como un *Crossover*. El invitado es la primera toma de contacto de la audiencia con el programa. La finalidad de su visita es la búsqueda del “Efecto arrastre” y que se herede el mayor número de audiencia posible.

“El Hormiguero” es la primera opción de la audiencia y le sigue “El Intermedio”. Estas dos ofertas se han repartido la mayor parte de la audiencia y no han dejado hueco a una tercera opción: “Lo sabe, no lo sabe”. Cuatro se vio obligada a cancelar el pasado 19 de diciembre el concurso de preguntas y respuestas. El programa presentado por Juanra Bonet no era capaz de subir el 4% medio de share y de hacer frente a las dos ofertas del Grupo Atresmedia que registran una cuota de pantalla media del 13%<sup>126</sup>.

“El Hormiguero 3.0” retrasa la publicidad para aprovechar el zapping de otros canales y dejar la audiencia retenida. En el momento que se va a publicidad se produce un efecto lazo entre “El Hormiguero” y “El Intermedio” como hemos podido observar en el análisis de minutado. Un porcentaje de la audiencia de Antena 3 decide zapear y mudarse a LaSexta.

Debido a que durante las vacaciones de verano el número de espectadores desciende bruscamente, Antena 3 decide sustituir el vacío que deja “El Hormiguero” por programas de bajo presupuesto como “El club del chiste”.

---

<sup>126</sup> Vertele! (2013): “Cuatro echa el cierre a ‘Lo sabe, no lo sabe’” en *Vertele!*, diciembre 16. Consultado en <http://www.vertele.com/>

#### 4. CONCLUSIONES.

El mes de diciembre cerró un año muy reñido en audiencia por las dos cadenas líderes: Telecinco y Antena 3. La cadena de Fuencarral y la de San Sebastián de los Reyes habían liderado 5 meses cada una de ellas y empatado en audiencia en el mes de marzo, por tanto diciembre era un mes decisivo en la lucha de audiencias de 2013<sup>127</sup>.

Diciembre era el segundo mes en el que el Grupo Atresmedia TV estaba por encima de Mediaset España y el grupo de la cadena de Telecinco sacó sus mejores armas para conseguir vencer la batalla. Durante las Navidades el consumo televisivo baja bruscamente y las cadenas suelen dejar sus mejores bazas para las vueltas de las vacaciones, sin embargo en las Navidades de 2013 Mediaset España optó por seguir emitiendo un doble capítulo de “Aída” y sustituir “Abre los ojos y mira” por el cine comercial en la noche de los sábados<sup>128</sup>.

La estrategia de Antena 3 fue similar a la de Telecinco. La cadena del Grupo Atresmedia también recurrió al cine para ganar audiencia y decidió guardar las dos últimas entregas de su serie revelación, “El Tiempo entre Costuras”, para después de las Navidades<sup>129</sup>. Ante la decisión de los programadores de Antena 3, la cadena pública decidió estrenar la versión infantil del talent-show culinario “MasterChef Junior” en la noche de los lunes.

Finalmente, Antena 3 se proclamó ganador del mes de diciembre y superó en medio punto al 14% del share medio de Telecinco.

---

<sup>127</sup> Jabonero, D. (2013): “La Navidad menos tranquila para las cadenas: se lo juegan todo en diciembre” en *Noticias de Cine y TV*, diciembre 9. Consultado en <http://www.vanitatis.com/>

<sup>128</sup> Jabonero, D. (2013): “La estrategia de Mediaset España para hacerse con diciembre” en *Noticias de cine y TV*, diciembre 20. Consultado en <http://www.vanitatis.com/>

<sup>129</sup> J.M.F (2013): “Antena 2 recurre a su catálogo de cine para asegurarse de la victoria en diciembre” en *Noticias de Cine y TV*, diciembre 18. Consultado en <http://www.vanitatis.com/>

Con el mes de diciembre Antena 3 cumple 16 meses de crecimiento consecutivo y LaSexta 15, que desde la fusión con Antena 3 ha crecido en audiencia rápidamente, incluso más de lo esperado según declaraciones de Carlos Fernández<sup>130</sup>.

El liderazgo de la cadena se debe gracias a su apuesta por la ficción y el entretenimiento. Desde su campaña de navidad de 2010, Antena 3 ha querido dejar claro que busca una televisión de calidad y un modelo familiar, basado en hacer “entretenimiento que no humille a nadie” y una cadena en la “cualquiera sale pero no todo vale”<sup>131</sup>, a diferencia de la competencia.

Antena 3 se ha preocupado por ofrecer una televisión familiar que le ha dado los mejores años del grupo. Se trata de una televisión familiar porque apuesta por el entretenimiento con series de calidad en Prime Time que se puedan “comentar en la calle”<sup>132</sup> y se abstiene de tocar los géneros que traten de la vida de los demás. Sin embargo, se ha acusado recientemente a la cadena de “Maquillar su regreso al “corazón” y de vender como sucesos en “Espejo Público” lo que las demás cadenas catalogan como asuntos del corazón”<sup>133</sup>.

Dejando a un lado la polémica de Antena 3 y su regreso al corazón, la cadena líder del Grupo Atresmedia TV es líder entre los hombres de 13 a 64 años, según un estudio publicado por Barlovento Comunicación y “El Hormiguero 3.0” es un programa destinado al mismo target comercial, por lo que la cadena no podría encontrar mejor oferta para su acces prime time semanal.

---

<sup>130</sup> Gallardo, Francisco A. (2013): “En Antena 3 siempre hemos creído en una televisión para todos” en *Diario de Almería*, diciembre 20. Consultado en <http://www.vanitatis.com/>

<sup>131</sup> Verte! (2010): “Antena 3 ya ‘PONE’ su lema para 2011: “Aquí no todo vale” en *Vertele!*, diciembre 29. Consultado en <http://www.vertele.com/>

<sup>132</sup> Gallardo, Francisco A. (2013): “En Antena 3 siempre hemos creído en una televisión para todos” en *Diario de Almería*, diciembre 20. Consultado en <http://www.vanitatis.com/>

<sup>133</sup> Jabonero, D. (2013): Antena 3 ‘maquilla’ su regreso al ‘corazón’ en *Noticias de Cine y TV*, diciembre 22. Consultado en <http://www.vanitatis.com/>

El espacio presentado por Pablo Motos es el programa más ambicioso de nuestra televisión y algunos autores lo han definido como “un soporte publicitario de primera”, se trata un programa escaparate donde estrellas nacionales e internacionales promocionan sus productos<sup>134</sup>. Los invitados utilizan a “El Hormiguero 3.0” como herramienta de promoción y el programa se nutre de ellos para encandilar a la audiencia y crear sus contenidos. Cada una de las partes se aprovecha de la otra de distinta manera.

El programa funciona muy bien en el acces prime time de Antena 3 porque no tiene ningún rival que le haga frente y le desbanque de la primera posición. Con un share medio del 13,6% durante el mes de diciembre, “El Hormiguero 3.0” fue la oferta más vista durante su franja de coincidencia.

El share de cada día varía según el invitado y según la programación de las otras cadenas. Por ejemplo, el programa menos visto del mes de diciembre fue el día 10 que coincidió con el partido de Champions League: Copenhague – Real Madrid, televisado por La 1 que además fue la emisión más vista de la cadena y del mes<sup>135</sup>. Por otro lado, el programa más visto fue el del 19 de diciembre cuando les visitó Iker Casillas, el invitado más buscado.

La 1 no puede competir con Antena 3 y Telecinco, pero en los eventos especiales supera con creces a las televisiones privadas. Durante el mes de diciembre la cadena pública registró sus mejores marcas los días 22, 24 y 31 de diciembre, es decir, Lotería de Navidad, Nochebuena y Nochevieja.

Cuatro y LaSexta tampoco con rivales para Antena 3. Las segundas cadenas de Mediaset España y el Grupo Atresmedia son rivales entre ellas. LaSexta desde su fusión con Antena 3 ha ido subiendo su share medio del mes paulatinamente y en diciembre registró un 6,4%, su mejor marca desde noviembre de 2010<sup>135</sup>. Cuatro en cambio bajó una décima con respecto al mes anterior.

---

<sup>134</sup> Carbonell, Joaquín (2013): “Hormigas mundiales” en *El periódico de Aragón*, noviembre 14. Consultado en <http://www.elperiodicodearagon.com/>

<sup>135</sup> Formula TV (2014): “Antena 3 (14,5%) gana diciembre tras superar a Telecinco (14%) en medio punto” en *FormulaTV*, enero 2. Consultado en <http://www.formulatv.com/>

## 5. BIBLIOGRAFÍA.

*7yacción: producciones audiovisuales*: <http://www.7yaccion.com/>

CARBONELL, JOAQUÍN (2013): “Hormigas mundiales”. En *El periódico de Aragón*, noviembre 14. Consultado en <http://www.elperiodicodearagon.com/>

*Cine&Tele*: <http://cineytele.com/>

CORTÉS, REBECA (2013): “Visto y oído: Iker Casillas se deja seducir por Pablo Motos”. *Diario digital Ideal.es*, diciembre 6. Consultado en <http://www.ideal.es/>

D.N (2013): “ ‘El Hormiguero’ logra a Iker Casillas, su invitado más buscado”. En *Diario de Noticias de Navarra*, diciembre 6. Consultado en <http://www.noticiasdenavarra.com/>

*El portal de comunicación y televisión de elEconomista.es*: <http://ecoteuve.economista.es/>

*FormulaTV – Todo sobre televisión*: <http://www.formulatv.com/>

GALLARDO, FRANCISCO A. (2013): “En Antena 3 siempre hemos creído en una televisión para todos”. En *Diario de Almería*, diciembre 20. Consultado en <http://www.elalmeria.es/>

Guerrero Serón, Carlos A. (2002): *Los medios y sus audiencias: métodos y técnicas de investigación*. Sevilla: Mergablum. Edición y Comunicación S.L.

*HoyCinema&TV. Noticias. Celebrities. QueVer*: <http://www.hoycinema.com/>

Jouset, Jordi A. (2000): *La investigación de audiencias en TV: fundamentos estadísticos*. Barcelona: Paidós Ibérica



MORALES, FERNANDO (2013): “ ‘El Hormiguero’ cierra por vacaciones con Iker Casillas como último invitado”. En *El País*, diciembre 19. Consultado en <http://cultura.elpais.com/>

*Noticias de actualidad y tendencias*: <http://www.vanitatis.com/>

OBJETIVO TV – AUDIENCIAS TV – AUDIENCIAS TDT:  
<http://www.antena3.com/objetivotv/analisis/index2.html>

*Publicidad en Medios y Publicidad Exterior. Oblicua, Agencia de Medios*: <http://www.oblicua.es/>

RUIZ DE HIERRO, ADRIÁN (2013): “ ‘Isabel’, ‘Galerías Velvet’ y ‘El Hormiguero’ se venden en el MIPCOM”. En *Diario digital de Tenerife Eldia.es*, octubre 13. Consultado en <http://www.eldia.es/>

Simpson, Robert S. (1999): *Manual práctico para la producción audiovisual*. Barcelona: Gedisa  
*Telelocura: televisión y series*: <http://www.telelocura.com/>

*Todo sobre televisión*: <http://www.vemostv.com/>

*Últimas noticias, lainformación.com*: <http://www.lainformacion.com/>

VELGA, YOLANDA (2013): “Pablo e Iker”. En *Diario de León*, diciembre 22. Consultado en <http://www.diariodeleon.es/noticias/cultura/>

*VerTele!*: <http://www.vertele.com/>

ZARRANZ, COQUI (2008): “ ‘El Hormiguero’, Carmen Machi y Coldplay, premios Ondas 2008” en *Diario de León*, Octubre 30. Consultado en <http://www.diariodeleon.es/>

## 6. ANEXOS.

### 6.1 Ficha técnica.

<b>Nombre</b>	“El Hormiguero 3.0”
<b>Presentador</b>	Pablo Motos
<b>Cadena</b>	Antena 3
<b>Productora</b>	“7 y acción”
<b>Género</b>	Infoentretenimiento
<b>Inicio</b>	24 de septiembre de 2006
<b>Duración</b>	40 minutos
<b>Frecuencia</b>	Tira diaria
<b>Franja horaria</b>	Prime Time
<b>Sinopsis</b>	
Programa de infoentretenimiento presentado por Pablo Motos que mezcla la magia y la música con el humor. “Trancas” y “Barrancas”, hormigas del programa, se encargan de traernos la actualidad programa a programa desde un punto de vista sarcástico.	

## 6.2 Gráficos del Share de diciembre 2013.

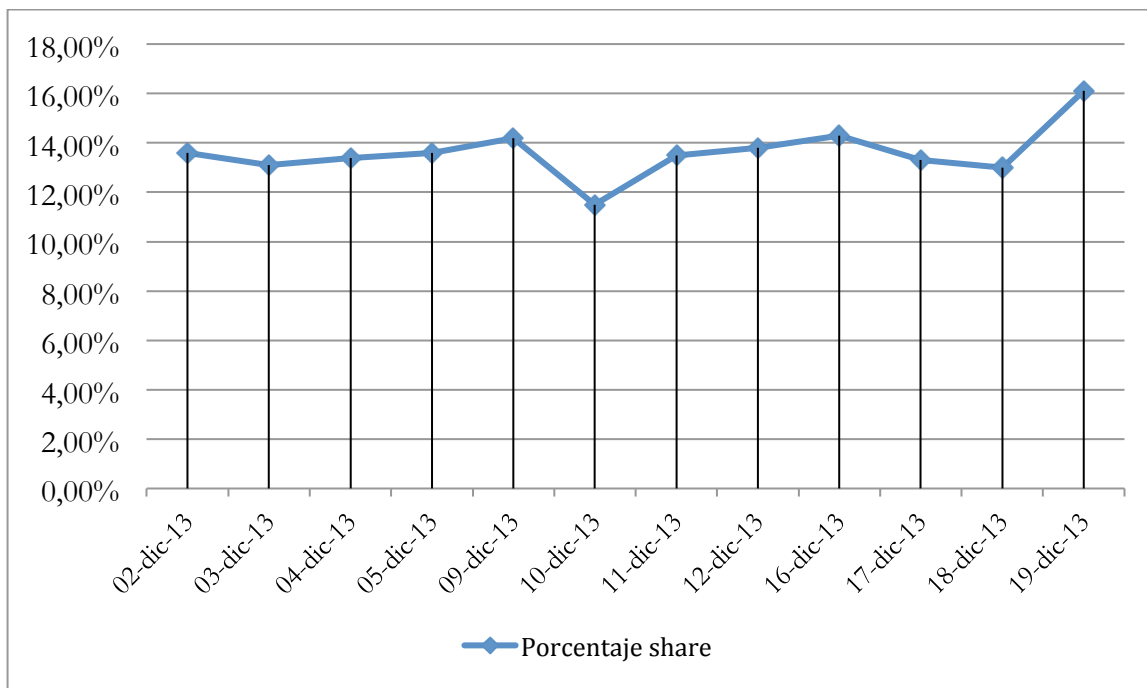


Gráfico 6.2.1: Share de "El Hormiguero 3.0" de diciembre 2013. Fuente: elaboración propia.

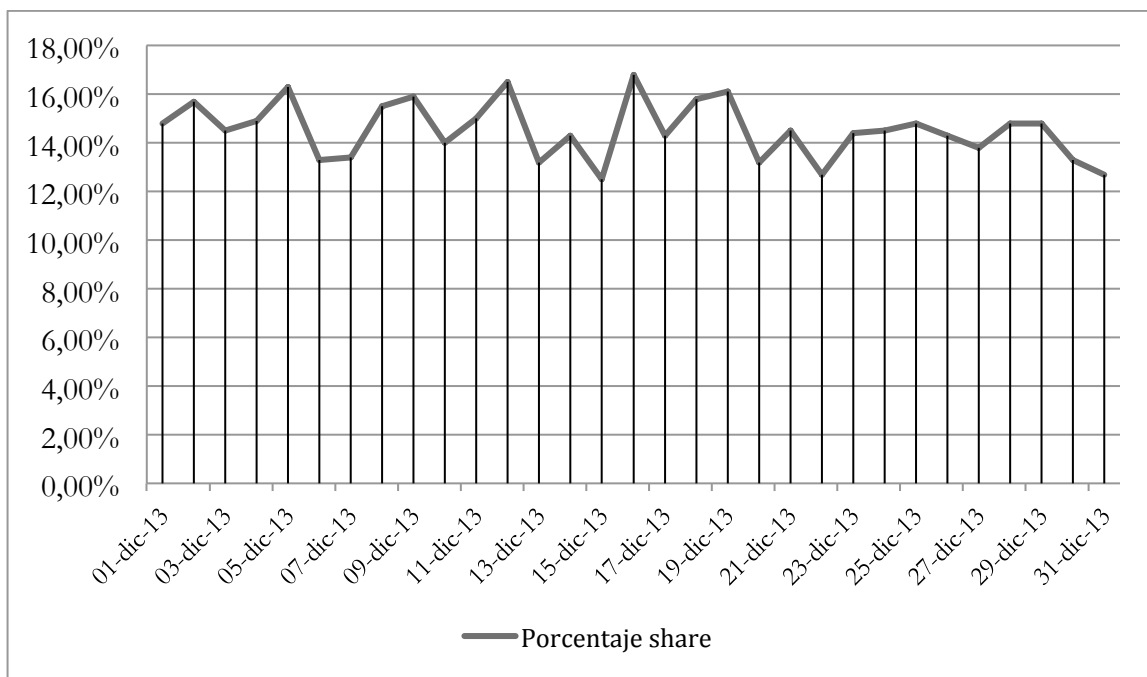


Gráfico 6.2.2: Share del prime time de Antena 3 de diciembre 2013. Fuente: elaboración propia.

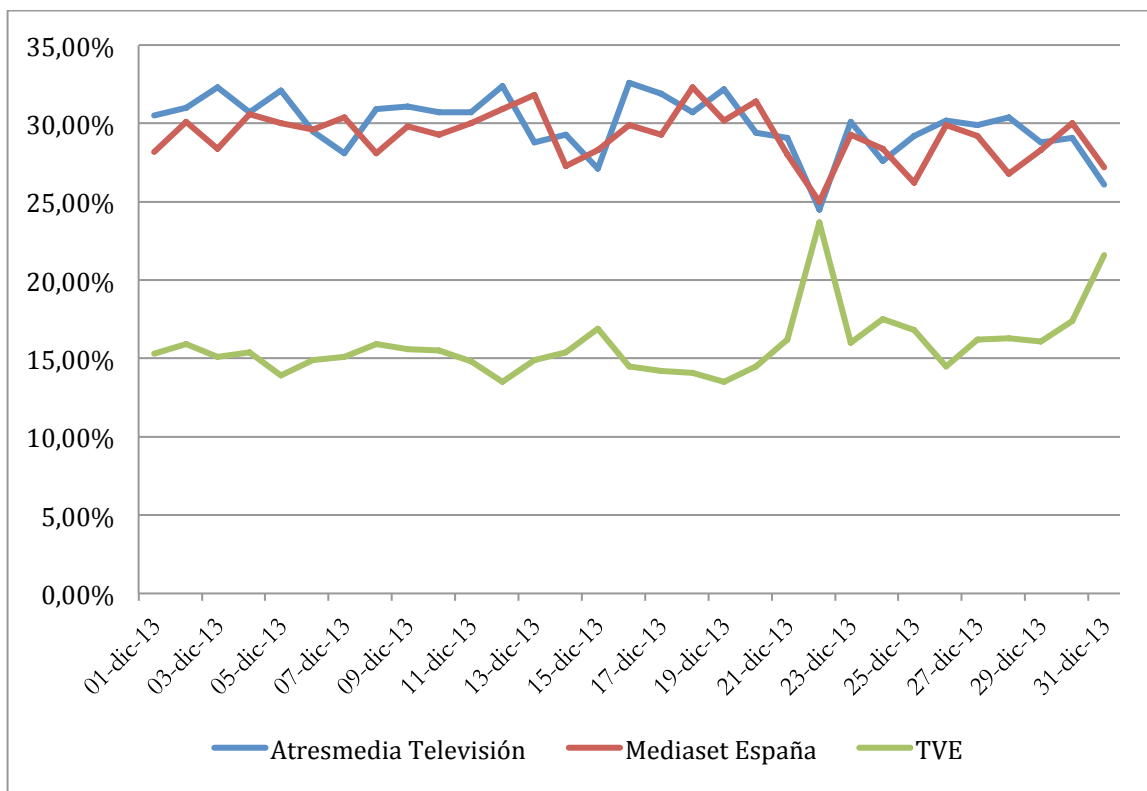


Gráfico 6.2.3: Share de grupos de cadenas de TV de diciembre 2013. Fuente: elaboración propia.

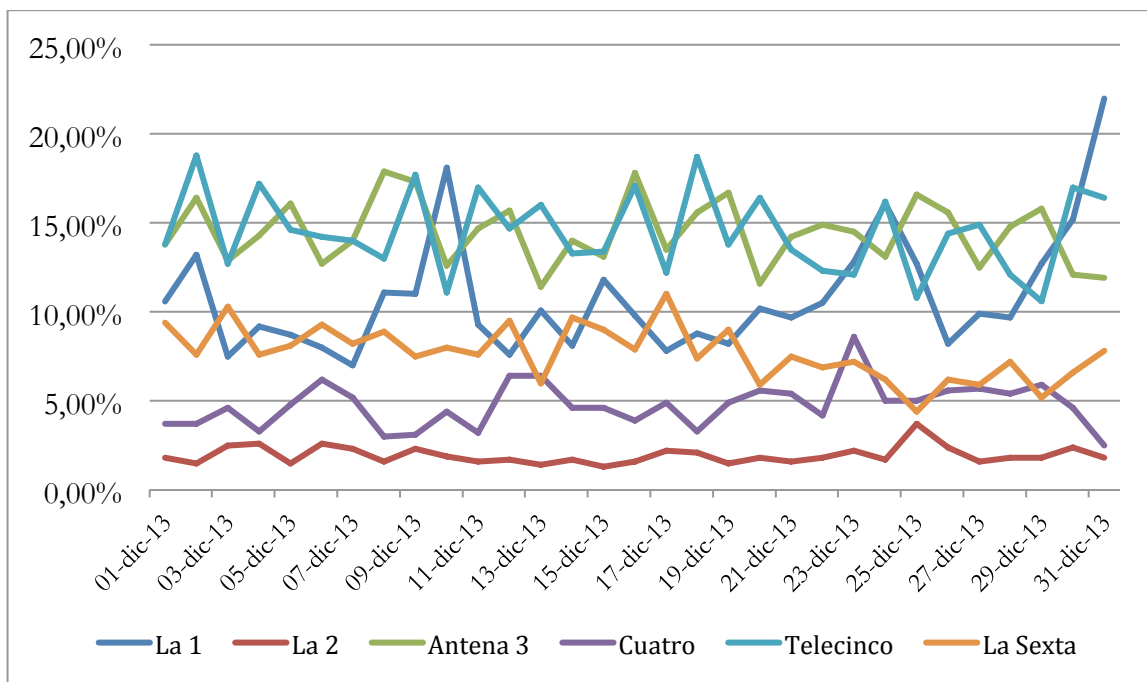


Gráfico 6.2.4: Share de cadenas de TV de diciembre 2013. Fuente: elaboración propia.

### 6.3 Tablas del share de diciembre 2013.

Día	Porcentaje share
02 de diciembre de 2013	13,60%
03 de diciembre de 2013	13,10%
04 de diciembre de 2013	13,40%
05 de diciembre de 2013	13,60%
09 de diciembre de 2013	14,20%
10 de diciembre de 2013	11,50%
11 de diciembre de 2013	13,50%
12 de diciembre de 2013	13,80%
16 de diciembre de 2013	14,30%
17 de diciembre de 2013	13,30%
18 de diciembre de 2013	13%
19 de diciembre de 2013	16,10%

Tabla 6.3.1: Share de “El Hormiguero 3.0” de diciembre de 2013. Fuente: elaboración propia.

Día	Porcentaje share
01 de diciembre de 2013	14,80%
02 de diciembre de 2013	15,70%
03 de diciembre de 2013	14,50%
04 de diciembre de 2013	14,90%
05 de diciembre de 2013	16,30%
06 de diciembre de 2013	13,30%
07 de diciembre de 2013	13,40%
08 de diciembre de 2013	15,50%
09 de diciembre de 2013	15,90%
10 de diciembre de 2013	14%
11 de diciembre de 2013	15%
12 de diciembre de 2013	16,50%
13 de diciembre de 2013	13,20%
14 de diciembre de 2013	14,30%
15 de diciembre de 2013	12,50%
16 de diciembre de 2013	16,80%
17 de diciembre de 2013	14,30%
18 de diciembre de 2013	15,80%
19 de diciembre de 2013	16,10%
20 de diciembre de 2013	13,20%
21 de diciembre de 2013	14,50%
22 de diciembre de 2013	12,70%

23 de diciembre de 2013	14,40%
24 de diciembre de 2013	14,50%
25 de diciembre de 2013	14,80%
26 de diciembre de 2013	14,30%
27 de diciembre de 2013	13,80%
28 de diciembre de 2013	14,80%
29 de diciembre de 2013	14,80%
30 de diciembre de 2013	13,30%
31 de diciembre de 2013	12,70%

Tabla 6.3.2: Share del prime time de Antena 3 de diciembre 2013. Fuente: elaboración propia.

Día	Atresmedia Televisión	Mediaset España	TVE
01 de diciembre de 2013	30,50%	28,20%	15,30%
02 de diciembre de 2013	31,00%	30,10%	15,90%
03 de diciembre de 2013	32,30%	28,40%	15,10%
04 de diciembre de 2013	30,70%	30,60%	15,40%
05 de diciembre de 2013	32,10%	30,00%	13,90%
06 de diciembre de 2013	29,50%	29,60%	14,90%
07 de diciembre de 2013	28,10%	30,40%	15,10%
08 de diciembre de 2013	30,90%	28,10%	15,90%
09 de diciembre de 2013	31,10%	29,80%	15,60%
10 de diciembre de 2013	30,70%	29,30%	15,50%
11 de diciembre de 2013	30,70%	30,00%	14,80%
12 de diciembre de 2013	32,40%	30,90%	13,50%
13 de diciembre de 2013	28,80%	31,80%	14,90%
14 de diciembre de 2013	29,30%	27,30%	15,40%
15 de diciembre de 2013	27,10%	28,30%	16,90%
16 de diciembre de 2013	32,60%	29,90%	14,50%
17 de diciembre de 2013	31,90%	29,30%	14,20%
18 de diciembre de 2013	30,70%	32,30%	14,10%
19 de diciembre de 2013	32,20%	30,20%	13,50%
20 de diciembre de 2013	29,40%	31,40%	14,50%
21 de diciembre de 2013	29,10%	28,00%	16,20%
22 de diciembre de 2013	24,50%	25,00%	23,70%
23 de diciembre de 2013	30,10%	29,30%	16,00%
24 de diciembre de 2013	27,60%	28,40%	17,50%
25 de diciembre de 2013	29,20%	26,20%	16,80%
26 de diciembre de 2013	30%	29,90%	14,50%
27 de diciembre de 2013	29,90%	29,20%	16,20%
28 de diciembre de 2013	30,40%	26,80%	16,30%






29 de diciembre de 2013	28,80%	28,30%	16,10%
30 de diciembre de 2013	29,10%	30,00%	17,40%
31 de diciembre de 2013	26,10%	27,20%	21,60%

Tabla 6.3.3: Share de grupos de cadenas de TV de diciembre 2013. Fuente: elaboración propia.

Día	La 1	La 2	Antena 3	Cuatro	Telecinco	La Sexta
01/12/13	10,60%	1,80%	13,80%	3,70%	13,80%	9,40%
02/12/13	13,20%	1,50%	16,40%	3,70%	18,80%	7,60%
03/12/13	7,50%	2,50%	12,90%	4,60%	12,70%	10,30%
04/12/13	9,20%	2,60%	14,30%	3,30%	17,20%	7,60%
05/12/13	8,70%	1,50%	16,10%	4,80%	14,60%	8,10%
06/12/13	8,00%	2,60%	12,70%	6,20%	14,20%	9,30%
07/12/13	7,00%	2,30%	14,00%	5,20%	14,00%	8,20%
08/12/13	11,10%	1,60%	17,90%	3,00%	13,00%	8,90%
09/12/13	11%	2,30%	17,30%	3,10%	17,70%	7,50%
10/12/13	18,10%	1,90%	12,60%	4,40%	11,10%	8,00%
11/12/13	9,30%	1,60%	14,70%	3,20%	17,00%	7,60%
12/12/13	7,60%	1,70%	15,70%	6,40%	14,70%	9,50%
13/12/13	10,10%	1,40%	11,40%	6,40%	16,00%	6,00%
14/12/13	8,10%	1,70%	14,00%	4,60%	13,30%	9,70%
15/12/13	11,80%	1,30%	13,10%	4,60%	13,40%	9,00%
16/12/13	9,80%	1,60%	17,80%	3,90%	17,10%	7,90%
17/12/13	7,80%	2,20%	13,50%	4,90%	12,20%	11,00%
18/12/13	8,80%	2,10%	15,60%	3,30%	18,70%	7,40%
19/12/13	8,20%	1,50%	16,70%	4,90%	13,80%	9,00%
20/12/13	10,20%	1,80%	11,60%	5,60%	16,40%	5,90%
21/12/13	9,70%	1,60%	14,20%	5,40%	13,50%	7,50%
22/12/13	10,50%	1,80%	14,90%	4,20%	12,30%	6,90%
23/12/13	12,80%	2,20%	14,50%	8,60%	12,10%	7,20%
24/12/13	16,10%	1,70%	13,10%	5,00%	16,20%	6,20%
25/12/13	12,70%	3,70%	16,60%	5,00%	10,80%	4,40%
26/12/13	8,20%	2,40%	15,60%	5,60%	14,40%	6,20%
27/12/13	9,90%	1,60%	12,50%	5,70%	14,90%	5,90%
28/12/13	9,70%	1,80%	14,80%	5,40%	12,10%	7,20%
29/12/13	12,70%	1,80%	15,80%	5,90%	10,60%	5,20%
30/12/13	15,20%	2,40%	12,10%	4,60%	17,00%	6,60%
31/12/13	22,00%	1,80%	11,90%	2,50%	16,40%	7,80%

Tabla 6.3.4: Share de cadenas de TV de diciembre 2013. Fuente: elaboración propia.






#### 6.4 Análisis de minutado (19/12/13)

Hora	TTV	Miles	Share		Share resto cadenas				
					tve1				
21:46	18.697	1.702	9,1	PATRO. INICIO: “EL HORMIGUERO 3.0”. Presenta Pablo Motos. PLATÓ. Avance invitado	12,8	2,9	10,6	14,5	3,6
21:47	16.720	1.832	9,8	TELEPROMOCIÓN. Trancas y Barrancas promocionan la paquetería de Lets Sing 6.	12,7	2,9	10,1	14,4	3,5
21:48	18.766	1.879	10,0	ENTREVISTA. Pablo Motos presenta a Iker Casillas, portero del Real Madrid.	13,3	2,9	9,9	14,6	3,3
21:49	18.790	2.016	10,7	VTR. Repetición de la caída de Iker Casillas en el último partido con O. Xátiva.	13,2	2,8	9,9	14,6	3,2
21:50	18.895	2.230	11,8	PLATÓ. Pablo Motos cita todos los premios y copas conseguidos por I. Casillas.	13,1	2,8	9,7	15,1	3,1
21:51	18.924	2.251	11,9	Iker Casillas reconoce que la copa Mundial de fútbol pesa demasiado.	12,7	3,1	9,9	15,0	3,3
21:52	19.048	2.204	11,6	Iker Casillas comenta el sorteo para emparejar los equipos del Mundial.	12,5	3,0	9,9	15,4	3,2
21:53	19.136	2.316	12,1	Iker Casillas asegura que no sabe si va a ser el portero titular de la selección.	12,9	3,0	9,2	15,3	3,3
21:54	19.230	2.407	12,5	VTR. Repetición de una gran parada en uno de los partidos del Mundial.	12,7	3,0	8,8	15,5	3,2
21:55	19.316	2.462	12,7	PLATÓ. Iker Casillas explica qué siente cuando consigue frenar los remates.	12,9	3,1	8,6	15,3	3,2
21:56	19.284	2.561	13,3	Iker Casillas dice que en un partido del Mundial no te da tiempo a asimilar nada.	12,9	3,0	8,6	15,1	3,0



21:57	19.390	2.614	13,5	Iker Casillas comenta la falta de reconocimiento que tiene en el Real Madrid.	12,7	3,2	8,2	15,1	3,1
21:58	19.486	2.708	13,9	Iker Casillas asegura que en un futuro muy lejano no se ve jugando en el Real Madrid.	12,7	3,2	8,1	15,2	3,0
21:59	19.541	2.738	14,0	Iker Casillas dice que las especulaciones de su renovación no son reales.	12,2	3,3	8,7	15,0	3,1
22:00	19.631	2.768	14,1	Pablo Motos reconoce que no tiene ningún conocimiento futbolístico.	12,1	3,4	8,4	15,1	3,1
22:01	19.729	2.957	15,0	TRANCAS Y BARRANCAS. Trancas y Barrancas piden a Motos que explica un término.	12,1	3,8	8,5	15,0	2,4
22:02	19.800	3.002	15,2	Pablo Motos cuenta una anécdota en la que confundió a Sergio Ramos con Guti.	11,8	4,0	8,3	15,1	2,1
22:03	19.864	3.076	15,5	Iker Casillas explica por qué inició el proyecto de su Fundación Solidaria.	12,0	3,9	7,9	15,1	2,1
22:04	19.956	9.091	15,5	Iker Casillas piensa que está preparado para ser padre de su primer hijo.	12,0	3,8	7,9	15,1	2,0
22:05	20.009	3.136	15,7	Iker Casillas reconoce que tiene miedo de no saber coger en brazos a su hijo.	12,0	4,0	8,0	15,2	2,1
22:06	20.0423	3.162	15,8	Iker Casillas recuerda el beso que le dio a Sara Carbonero en pleno directo.	12,0	3,9	7,8	15,3	2,0
22:07	20.005	3.205	16,0	VTR. Iker Casillas besa a Sara Carbonero en directo tras ganar la Copa de Europa.	11,9	4,0	7,7	15,3	1,8
22:08	20.002	3.285	16,4	PLATÓ. Iker Casillas reconoce que el Rey Juan Carlos le da collejas al verle.	11,8	4,1	7,6	15,6	2,0
22:09	20.1543	3.529	17,5	Trancas y Barrancas presentan su juego	12,0	4,0	8,2	12,6	1,5

				“Supertest Supercomprometido”.	
22:10	20.155	3.697	18,3	Iker Casillas comenta qué le dice a su novia para excusar algunas mentiras.	12,3 3,0 8,1 11,4 1,4
22:11	20.225	3.760	18,6	Iker Casillas dice que Cristiano Ronaldo no luce su cuerpo en el vestuario.	12,5 2,8 8,4 11,3 1,4
22:12	20.303	3.787	18,7	PRUEBA INVITADO. P. Motos explicación de las propiedades del almidón de maíz.	12,3 2,7 8,6 11,3 1,4
22:13	20.323	3.861	19,0	Pablo Motos demuestra que el almidón de maíz es líquido y sólido a la vez.	12,2 2,7 8,8 11,0 1,6
22:14	20.341	3.978	19,6	Backstage. P. Motos propone a I. Casillas cruzar una piscina de almidón de maíz.	12,2 2,7 8,9 10,7 1,5
22:15	20.358	4.027	19,8	I. Casillas cruza la piscina de almidón de maíz detrás de P. Motos. No se hunden.	12,0 2,5 9,1 10,6 1,4
22:16	20.414	4.063	19,9	I. Casillas y P. Motos regresan al otro lado de la piscina de la mano.	12,0 2,4 9,3 10,7 1,3
22:17	20.380	4.140	20,3	LAS FORMAS MÁS ORIGINALES DE. PLATÓ. Anna Simón saluda a Iker Casillas.	11,4 2,7 8,5 10,9 1,4
22:18	20.392	4.342	21,3	Anna Simón demuestra que se puede abrir una botella de cava con una copa.	10,6 3,1 8,2 10,9 1,4
22:19	20.379	4.322	21,2	Iker Casillas abre una botella de cava con una bota de fútbol. VTR. Repetición.	9,7 3,4 8,0 11,1 1,4
22:20	20.422	4.293	21,0	PROMOCIÓN CADENA. El Hombre de Negro inicia la felicitación de Atresmedia.	9,3 3,8 8,1 11,1 1,5
22:21	20.477	4.346	21,2	VTR. Todos los presentadores y colaboradores de Antena	8,9 4,0 8,2 11,3 1,5

				3 felicitan la Navidad.						
22:22	20.535	4.281	20,8	Las Hormigas del Hormiguero 3.0 finalizan la felicitación navideña de Atresmedia.	8,5	4,2	8,4	12,1	1,6	
22:23	20.539	4.261	20,7	Backstage. Un grupo de personas forman la silueta del año 2014 son su cuerpo.	7,9	4,3	8,5	12,9	1,8	
22:24	20.588	4.312	20,9	Pablo Motos despide el programa dando un discurso navideño con consejos.	7,7	3,7	8,7	13,4	1,8	
22:25	20.592	4.333	21,0	TELEPROMOCIÓN. Promoción el Tonifit de Domyos. EMISIÓN EN VENTANA. PUBLICIDAD.	7,8	2,7	9,0	13,8	1,8	
22:26	20.561	3.730	18,1		8,5	2,9	9,8	14,8	2,0	
22:27	20.569	2.989	14,5		9,0	3,2	11,1	15,8	1,9	
22:28	20.596	2.885	14,0		8,6	3,1	11,2	16,3	2,1	
22:29	20.616	2.895	14,0		9,1	3,0	10,8	16,8	2,1	
22:30	20.570	2.866	13,9		9,1	3,3	10,9	16,8	2,0	
22:31	20.622	2.909	14,1	PATRO. VUELVE PROGRAMA. FIN EMISIÓN EN VENTANA. Despedida. FIN PROGRAMA. PATRO.	9,4	3,3	10,8	17,0	2,2	
<b>Hora</b>	<b>TTV</b>	<b>Miles</b>	<b>Share</b>						<b>Share resto de cadenas</b>	

Se toma como referencia el minutado de Madrid para todos los ámbitos.


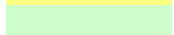

-  Bloque publicitario, promocional y/o continuidad.
-  Inicio programa.
-  Cadena líder.
- Cifra roja** Pierde con respecto al minuto anterior.

Tabla 6.4.1: Minuto a minuto en Share del jueves (21:30 – 22:59) – Total Individuos. Fuente: Elaboración GECA a partir de datos de Kantar Media.