



ANÁLISIS DE
FORMATOS
TELEVISIVOS



Trabajo de Fin de Grado

Autor:
Pedro Bonachera Ruiz

Tutora:
Gloria Jiménez Marín

Junio 2017

PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

ÍNDICE

1. Introducción P. 3
2. Marco teórico y revisión de la literatura P. 4
3. Objetivos P. 38
4. Hipótesis P. 38
5. Metodología P. 38
6. Resultados P. 46
7. Contrastación de hipótesis P. 47
8. Conclusiones P. 47
9. Documentación P. 58
10. Anexo P. 72

1. Introducción.

Este Trabajo de Fin de Grado está planteado hacia un análisis de los diferentes formatos televisivos. Puesto que el objetivo del trabajo es proponer un programa de televisión con el que consigamos atraer al espectador y, por consiguiente, obtener el deseado éxito de audiencias que persiguen las cadenas de televisión. Analizamos solamente los programas de televisión, y no las series de ficción, realizando un análisis e investigación de diferentes programas de televisión que han conseguido un éxito de audiencia durante varias temporadas o que, por el contrario, no han tenido una trayectoria demasiado larga en parrilla.

A continuación haremos un repaso por diferentes productoras televisivas. Entre sus formatos vamos a analizar tanto formatos

que se encuentran en emisión como aquellos que ya no se emiten pero que nos resultan interesantes.

También vamos a analizar formatos de televisión tanto pasados como futuros. Formatos que han supuesto un antes y un después en la televisión en España como puede ser el 'Un, dos, tres, responde otra vez' y formatos que suponen una evolución en los géneros televisivos como es el caso de los *dating shows* como 'Desnúdame'.

Además, en este recorrido estarán formatos de televisión que han sido importados a otros países como es el caso de 'El Hormiguero' y aquellos que se han importado a España con mayor o menor acierto como puede ser 'The Voice'.

2. Marco teórico y revisión de la literatura.

2.1. Principales productoras de entretenimiento y sus productos con más éxito.

En el ámbito español existen numerosas productoras encargadas de programas y series de televisión. En este caso nos centraremos en 4 productoras principalmente para llevar a cabo esta investigación ya que abarcan a un público que consideramos interesante para proponer, posteriormente, un nuevo programa de televisión. Las 4 productoras que vamos a analizar son las siguientes (ordenadas según el año en el que fueron fundadas): Gestmusic Endemol (1985), Globomedia (1993), La Fábrica de la Tele (2006) y 7yacción (2007). Dentro de ellas analizaremos aquellos formatos que se han emitido, o que se están emitiendo, en canales generalistas.

El motivo por el que hemos seleccionado estas 4 productoras es debido a que tienen programas de televisión que han destacado por distintos motivos. Los diversos motivos son los siguientes:

- A. Programas que han logrado un respaldo por parte de la audiencia, como es el caso de **‘Operación Triunfo’**, que, según indica Onieva (2011): “Cerró su primera edición con un brutal 68% y más de 12 millones de espectadores”.
- B. Programas que han sido pioneros a la hora de introducir un determinado contenido por primera vez en un programa de televisión como es el caso de **‘Sé lo que hicisteis’** que, según *Vertele* (Anónimo, 2011), “se caracterizó por ser el primer programa que parodiaba el periodismo de corazón”.
- C. Programas cuya fórmula sigue siendo un éxito en la actualidad como es el caso de **‘El Hormiguero’**.

El programa consiguió una audiencia récord tanto en cuota de pantalla como en espectadores con la visita de Isabel Pantoja, obteniendo un “23,8% de audiencia y una media de casi 5 millones de telespectadores”. (Anónimo, 2017a)

Pasamos, pues, a analizar cada uno de los casos.

GESTMUSIC ENDEMOL.

En primer lugar analizamos la productora **Gestmusic Endemol**. Fue fundada en 1985 por Josep María Mainat, Toni Cruz y Miquel Ángel Pascual, que pertenecían al grupo musical ‘La Trinca’. (Anónimo, 2017b).

En el año 1995 Gestmusic, tal y como se afirma en el apartado “Nosotros” de la propia web de *Gestmusic* (anónimo, 2017b), se incorpora a la productora Internacional Endemol pasando a llamarse por el nombre que la conocemos actualmente, Gestmusic Endemol.

Hasta el año 2011 Josep María Mainat y Toni Cruz dirigieron la empresa, después fue Tinet Rubira quien se convirtió en director general.

Como indica la web el Periódico Tele (2015), dentro del grupo Endemol Shine se encuentran las siguientes productoras: *Shine Iberia, Zeppelin Tv, Diagonal TV y Endemol Portugal*.

Según afirma Jabonero (2015), Gestmusic es una productora con mucha historia y recorrido en el mundo de los *talents show*. Todo ello teniendo en cuenta que lleva en funcionamiento desde el año 1985.

La productora destaca sobre todo por formatos de talentos como es el caso de ‘Operación Triunfo’ (TVE) o ‘Tu Cara Me Suena’ (Antena3) y por concursos como ‘¡Ahora Caigo!’ (Antena 3) o ‘¡Allá Tú!’ (Telecinco y Cuatro).

Además, la productora cuenta con cursos de formación y un master para profesionales del mundo de la comunicación que quieran centrarse en el mundo de las productoras.

A continuación vamos a analizar algunos formatos de la productora.

1) ¡Ahora caigo! (2011-actualidad).

Según palabras de la propia web de Gestmusic: “Es un concurso tan impredecible que la tierra se abrirá bajo tus pies. Un formato revolucionario que une el suspense de una batalla de preguntas con un elemento sorpresa: el puro azar” (Anónimo, 2017b).

Es un concurso que cuenta con una peculiaridad: cada concursante tiene una trampa bajo sus pies. Con esto se genera cierta tensión en ellos ya que una vez que pierden, la trampa se abre sin previo aviso. Este toque de tensión y emoción son clave para el éxito del formato.

La mecánica del concurso es sencilla. Un concursante central tiene que escoger uno a uno entre diez oponentes. Se enfrenta a cada uno de ellos de manera individual. Si el oponente falla, la trampa se abrirá y este perderá automáticamente. Si es el concursante central quien pierde, el oponente ocupará su puesto y seguirá jugando con la cifra que lleve el concursante central. De esta manera todos los concursantes pueden aspirar a conseguir el gran premio final de 100.000€.

Cada oponente dispone de una cantidad distinta de dinero. Esta cantidad se descubrirá una vez acabe el duelo entre el concursante central y su oponente.

El programa consiguió entregar su gran premio final de 100.000€ el 16 de noviembre de 2016 (Terán, 2016).

El programa se estrenó en el año 2011 y actualmente sigue en emisión. La cadena encargada de su emisión es Antena3.

Se emite en la franja de tarde de manera diaria de lunes a viernes de 18:45 a 20:00.

Según la web de televisión Objetivo TV (2011), el máximo de audiencia cosechado fue de un 19,4% con 2 millones de espectadores.

2) Tu cara me suena (2011-actualidad).

Se trata de un programa de entretenimiento en el que 8 concursantes famosos aceptan el reto de imitar a un conocido icono musical.

Se trata de un programa que se emite de manera semanal en la franja de *prime time*. En él los concursantes, con la ayuda de

profesionales, estudian los gestos, las coreografías y la voz de los artistas originales.

Además, para conseguir aún más parecido el programa cuenta con un equipo de caracterización. Gracias a ellos cada participante transforma su imagen para parecerse físicamente al artista que va a imitar.

Después de cada actuación, un jurado de expertos valora y comenta la actuación con el objetivo de mejorar determinados aspectos con respecto a próximas actuaciones.

La mecánica del programa es la siguiente. Ocho concursantes compiten entre ellos para conseguir la mejor puntuación cada gala. En cada gala, a través de un pulsador, se les asigna un famoso cantante a imitar en la siguiente gala.

Tienen una semana para prepararse cada actuación para después demostrar todo lo que han enseñado durante esa semana.

El ganador de cada gala recibe un premio monetario que destina a la ONG que haya seleccionado.

Gala tras gala los concursantes van sumando puntos. Los cuatro famosos que consiguen situarse entre los primeros cuatro puestos son quienes compiten en la gala final del programa.

El ganador del programa recibirá un premio monetario superior al que recibe el ganador de cada gala. Este premio irá igualmente destinado a una ONG que el ganador decida.

Gracias al éxito del programa, además de la versión original con famosos, cuenta con dos versiones más. Una edición de niños bajo el título de 'Tu cara me suena Mini' y una edición con

personajes anónimos bajo el título de 'Tu cara no me suena todavía'.

El programa se estrenó en el año 2011 y actualmente continúa en emisión. Según afirma Navarro (2017): "el programa más visto fue la final emitida el 3 de marzo, que anotó un 28,8% y con 4.012.000 de personas".

3) Tú sí que sí (2017).

Es un formato para buscar talentos o también conocido como *talent show*. La premisa central del programa es descubrir los mejores talentos del panorama español.

Para ello el programa cuenta con un jurado formado por 3 personalidades conocidas.

Pertenece al mundo del baile, la canción y de la comedia.

Según afirma la web de *Gestmusic* dentro del apartado del programa (anónimo, 2017c), el programa se estructura de la siguiente manera: cinco galas de clasificación, dos semifinales y una gala final.

En cada gala el encargado de decidir que concursantes pasan a las semifinales será el jurado.

Si el concursante consigue los 3 síes del jurado pasará directamente a la semifinal. Si algún miembro del jurado dice que no, el concursante quedará automáticamente eliminado y perderá su pase a la semifinal. Existe también la opción de la duda y se produce cuando uno de los miembros del jurado no tiene clara su votación. Este comodín de la duda solamente se puede utilizar una vez por actuación.

En este caso, al final del programa el jurado elegirá a los dos mejores que están en duda y finalmente el público decidirá quién de los dos pasa a la semifinal (Anónimo, 2017c).

Por último, en la gala final participarán aquellos 12 concursantes que el jurado haya considerado oportuno. En este momento no existe la opción de la duda, tan solo pueden votar las actuaciones con un sí o con un no (Anónimo, 2017c).

Al final, entre todos los clasificados, el jurado elegirá a sus dos favoritos y será el público, en este caso, el encargado de elegir cuál de los dos se convierte en el ganador del *talent show*. El premio final para el ganador de la edición será de 30.000 euros (Anónimo, 2017c).

El programa se emitió con una periodicidad semanal en la franja de *prime time* de la Sexta.

Según afirma Sánchez (2017) logró conseguir en su estreno una audiencia del 5,7%.

GLOBOMEDIA

En segundo lugar estaría la productora **Globomedia**. Destaca por su gran trayectoria desde 1993.

“Globomedia es la productora con un mayor número de producciones en las principales cadenas nacionales” (Jabonero, 2015).

Como veremos a continuación, actualmente destacan los formatos emitidos en laSexta ya que Globomedia pertenece al grupo Imagina Media Audiovisual que es accionista del grupo Atresmedia y que según Atresmedia Corporación (2017) “su participación en el accionariado de Atresmedia Corporación es de un 3,637%”

También ha producido programas para otras cadenas como ‘El Informal’ (TeleCinco) o ‘Splunge’ (TVE).

Según indica la propia web de *Globomedia* en el apartado de “Nosotros” (anónimo, 2017d): se considera como uno de los grandes grupos audiovisuales más importantes de Europa con presencia en 4 continentes. En el ámbito de los contenidos, Globomedia participa en Newen Network. Es la plataforma internacional europea más importante dedicada a importación y exportación de productos audiovisuales.

En el año 2016 la productora *Globomedia* ocupó el segundo puesto entre las productoras que más horas produjeron de televisión durante el pasado año. Esta productora ocupó el 12,3% de horas de emisión (Anónimo, 2017e).

La productora se caracteriza por ese toque de humor con `Sé lo que hicisteis`, tratando la información en clave de humor con `El Intermedio` o simplemente centrándose en la actualidad del momento con `El objetivo`.

1) **Sé lo que hicisteis (2006-2011).**

El programa empezó como formato semanal. Se emitía los miércoles en horario de *prime time* y bajo el título de `Sé lo que hicisteis la última semana`.

Sin embargo, su éxito le llevó a convertirse en un espacio diario y a emitirse en la franja de la tarde con el nombre de `Sé lo que hicisteis...`.

El programa se centraba en criticar los grandes fallos de los programas del corazón, así como a sus presentadores y a sus

colaboradores. Todo ello de manera satírica y con humor ácido (Anónimo, S.f).

Esa forma de tratar a los programas del corazón le llevó a protagonizar una serie de problemas con el programa `Aquí Hay Tomate` de la productora *La Fábrica de la Tele* y a su vez con Telecinco. Tras estos problemas Telecinco le prohibió la emisión de imágenes de su cadena. Con ello según avanzaban las temporadas, el contenido del espacio se iba alejando de ese contenido inicial (Anónimo, 2011a).

`Sé lo que hicisteis` se llegó a considerar como uno de los programas más emblemáticos de la Sexta y a su vez uno de sus buque insignia gracias al éxito que cosechó.

Su paso por la parrilla televisiva lo convirtió en un referente para otros programas que lo tomaron de inspiración.

Parte del éxito del programa se debió a los profesionales que trabajaron en él como los presentadores Patricia Conde¹ y Ángel Martín².

El programa se mantuvo en emisión durante más de cinco años y acumulando un total de 1.010 programas.

Según el portal televisivo Vertele (2011) el formato consiguió un récord de espectadores con casi un millón y medio (1.444.000 espectadores) en una de sus emisiones más vistas. Mientras que consiguió una cuota máxima de pantalla del 11,6% de share.

2) El intermedio (2006-actualidad).

El programa surge a la vez que 'Sé lo que hicisteis' en el año 2006. Ambos aparecen en la parrilla televisiva durante los

primeros años de existencia de la cadena de televisión la Sexta. Al igual que el anterior, a este también se le considera buque insignia de una cadena que acaba de aparecer.

El formato aborda con ciertas dosis de humor crítico las noticias de actualidad más importantes que han aparecido en los medios de comunicación.

El programa está presentado por El Gran Wyoming³ y junto a él lo co-presenta Sandra Sabatés⁴. Sandra es la encargada de repasar los acontecimientos más significativos del día y junto a ella, El Gran Wyoming hace pequeñas intervenciones con humor sobre dichos acontecimientos (Anónimo, S.F.).

¹ Patricia Conde es modelo, presentadora y colaboradora de televisión.

² Ángel Martín es guionista, cómico y presentador de televisión.

³ José Miguel Monzón es humorista, escritor, músico y presentador de televisión.

⁴ Sandra Sabatés es periodista y presentadora de televisión.

Ambos están acompañados por los siguientes colaboradores: Gonzo⁵, Thais Villas⁶ y Dani Mateo⁷.

Gonzo se encarga de entrevistar a personajes relacionados con temas políticos. Estos pueden ser tanto personajes conocidos de la esfera política como personajes menos conocidos pero que tienen relación con alguna noticia de actualidad.

Destaca por hacer preguntas que incomodan a quienes responden ya que tienen que ver con algún acontecimiento significativo del pasado del que los entrevistados prefieren no hablar.

Thais Villas es quien se encarga de entrevistar a personajes relacionados con temas sociales que se encuentran de actualidad.

⁵ Fernando González González es periodista, presentador y reportero de televisión.

⁶ Thais Villas es periodista y colaboradora de televisión.

⁷ Dani Mateo es periodista, cómico, actor, presentador de radio y colaborador de televisión.

Por último, Dani Mateo se caracteriza por tratar los temas, desde plató, con un toque humorístico. Analiza en profundidad temas que van desde el asunto más serio y actual hasta las noticias más peculiares.

El programa tras 10 años de existencia, sigue actualmente en emisión en la misma franja de *access prime time* en laSexta y emitiéndose de lunes a jueves. Su horario de emisión es de 21:30 a 22:30.

Según el portal web Objetivo TV (2015) el programa marcó una audiencia máxima del 17,6% con 3,2 millones de espectadores.

3) El Objetivo (2013-actualidad).

Se trata de una apuesta informativa de emisión semanal. Se busca tratar la información de manera clara para que sea fácilmente entendible por los espectadores. Los temas del programa están

relacionados con los problemas sociales y políticos que están de actualidad. El programa quiere explicar todo lo que ocurre pero de la manera más neutral posible.

Con afán de divulgación, el programa quiere conocer los hechos objetivamente más allá de las opiniones. Además, busca aportar unos datos claros sobre las polémicas, así como saber qué es cierto y qué es falso de lo que nos cuentan (Anónimo, 2013a).

El formato hace uso del *Fack Check*, o verificación de hechos, que se basa en determinar quién dice la verdad y quién miente apoyándose en una serie de datos (Anónimo, 2013a).

Según 20minutos (2014), 'El Objetivo' batió su record histórico con la entrevista a Pablo Iglesias, en el que logró registrar un 14,6% con más de 3.000.000 de espectadores.

LA FÁBRICA DE LA TELE.

En tercer lugar nos encontraríamos con la productora **La Fábrica de la Tele**.

Según indica la web de La Fábrica de la Tele, la productora surge a raíz del éxito cosechado con el formato 'Aquí Hay Tomate'. Consiguió convertirse en líder de su franja y arrasar durante 5 años con una media del 24%. Además tras llevar a cabo el reportaje sobre la vida de Lola Flores, bajo el nombre de 'La Pasión de Lola', Óscar Cornejo y Adrián Madrid deciden fundar la productora en el año 2006 (Anónimo, 2017f).

La Fábrica de la Tele dispone de equipo que se encarga de estudiar, investigar y analizar nuevas maneras de contar historias. Todo ello con el objetivo de crear nuevas fórmulas que consigan captar la atención de los espectadores y conseguir que sus productos tengan audiencia (Anónimo, 2017f).

La productora destaca por tener formatos pegados a la actualidad del corazón como vemos en los casos de los programas `Sálvame` o `Hable con ellas`, ambos dirigidos a un público predominantemente femenino. Además, han dado un paso más allá a la hora de crear nuevos formatos al encargarse de la producción de su primer *makeover* con el programa `Cámbiame`. Todos estos programas producidos para Telecinco.

En el año 2016 la productora *La Fábrica de la Tele* ocupó el primer puesto entre las productoras que más horas produjeron de televisión durante el pasado año.

“La fábrica de la tele, filial del grupo Mediaset, produjo el 17,3% de todas las emisiones a las que se hacen referencia” (Anónimo, 2017e).

1) **Sálvame (2009-actualidad).**

Según afirma Jabonero (2014), `Sálvame` comienza su andadura el 19 de mayo de 2009 bajo el nombre de `Sálvame Golfo` y en la franja de *late night*. En sus comienzos se trataba de un debate de Supervivientes. Su éxito de audiencia lo llevo a convertirse en programa diario el 27 de abril del mismo año. En ese momento surge `Sálvame` tal y como lo conocemos a día de hoy.

Actualmente se podría considerar al programa como un híbrido entre un *magazine* y un *reality show* (Anónimo, 2017g).

Tiene una duración de 4 horas diarias, de lunes a viernes, y es conducido por tres presentadores que se van turnando a lo largo de la semana. Su horario de emisión es de 16:00 a 20:00.

Los presentadores del espacio son: Jorge Javier Vázquez⁸, Paz Padilla⁹ y Carlota Corredera¹⁰. Estos están acompañados cada tarde por una gran lista de expertos colaboradores en el mundo de la actualidad del corazón.

Además el espacio cuenta con varios reporteros que son los encargados de recoger las exclusivas del mundo del corazón y entrevistar a los famosos a pie de calle.

Según indica Jabonero (2014) el programa se podría considerar como una revolución en cuanto a los programas del corazón. Ha

⁸ Jorge Javier Vázquez es presentador de televisión.

⁹ Paz Padilla es humorista, actriz y presentadora de televisión.

¹⁰ Carlota Corredera es directora de programas de televisión, periodista y presentadora de televisión.

reinventado la crónica rosa con nuevos protagonistas: sus propios colaboradores. Son ellos los que atraen la atención de los espectadores. Sus máximos de audiencia están protagonizados por sus propios colaboradores ya que el programa se encarga de crear personajes mediáticos a través de ellos. En este punto de novedad es donde radica su éxito.

La versión diaria cuenta con dos partes: 'Sálvame Limón' y 'Sálvame Naranja'. 'Sálvame Limón' que se emite de 16:00 a 17:00 con unos contenidos más controvertidos puesto que no se encuentra en horario infantil. 'Sálvame Naranja' se emite de 17:00 a 20:00 con un contenido más suave y bajo la calificación de 'no apto para menores de 7 años'.

Además de esta versión diaria, el programa cuenta con una versión nocturna que se emite en horario de máxima audiencia como es la franja de *prime time*.

En esta franja se emite bajo el título de `Sálvame Deluxe`. En el programa se entrevista cada semana a varios personajes de la crónica social.

El programa lleva en emisión desde 2009. Según afirma Milagro (2015), `Sálvame naranja` consiguió marcar un máximo en espectadores con 2,6 millones y una cuota de pantalla del 21,7% de share.

2) Hable con ellas (2014-2016).

Fue un formato semanal creado para la franja de *late night*. Es un programa en el que las presentadoras son 5 mujeres de diferentes ámbitos televisivos y con diferentes personalidades. El espacio de *late night* incluyó entrevistas a conocidos personajes, debates y actuaciones.

Según indica la web televisiva Telemanía (2014), el programa cuenta con distintas secciones en las que cada presentadora aporta una cualidad personal y la suma de toda ella dará como resultado un programa original dirigido a un amplio público de espectadores que buscan información y entretenimiento durante la franja de *late night*. Cada entrega del programa contará con la presencia de uno o dos personajes del momento que despiertan interés entre los espectadores.

Durante el programa se incluirán dos debates: uno ligado a la actualidad social del momento y otro sobre la última hora del *reality* `Supervivientes` (Telemanía, 2014).

El formato se emitió durante sus dos primeras temporadas en la franja de *late night* y en su tercera temporada Telecinco decidió estrenarla en la franja de *prime time*.

Como indica Oreja (2016), la audiencia media de su primera temporada (31 programas) estuvo en el 15% de *share*, la segunda temporada (10 programas) obtuvo un 13,4% y la tercera temporada (7 programas) consiguió un 12,3%.

3) **Cámbiame (2015-actualidad).**

‘Cámbiame’ es el primer programa de cambio o *makeover* que realiza esta productora.

El programa empezó presentado por Marta Torné¹¹ pero actualmente la encargada de presentar es Carlota Corredera. Junto a ella se encuentran expertos en el mundo de los estilismos como son Pelayo Díaz¹², Cristina Rodríguez¹³ y Natalia Ferviu¹⁴.

¹¹ Marta Torné es actriz y presentadora de televisión.

¹² Pelayo Díaz es estilista, bloguero y colaborador de televisión.

¹³ Cristina Rodríguez es estilista, actriz y colaboradora de televisión.

¹⁴ Natalia Ferviu es estilista y colaboradora de televisión.

Los estilistas tienen 60 segundos para decidir si cambian estéticamente al participante en cuestión. Los participantes deben contar su caso, dentro de esos 60 segundos y mientras van en una cinta transportadora, para argumentar a los estilistas de por qué necesita el cambio y que no lo rechacen. Una vez aceptado el cambio, uno de los estilistas se encarga de darle un giro radical a la estética del participante. Una vez que tiene el cambio listo, se lo presenta tanto al público como a sus compañeros estilistas. Estos se encargan de dar su punto de vista respecto al cambio.

También, aunque ninguno de los estilistas haya aceptado el cambio, pueden ofrecer un cambio instantáneo si finalmente consideran que el concursante necesita verdaderamente un cambio. Con este cambio tan solo modifican algún aspecto del concursante.

El formato se emite a diario en la franja de *access* sobremesa de lunes a viernes. Su horario de emisión es de 14:15 a 15:00.

Además, el programa emitió una versión para *prime time*, bajo el título `Cámbiame Premium`. Este espacio estuvo presentado por Jorge Javier Vázquez y los estilistas del programa fueron los mismo que en su emisión diaria.

El programa se estrenó con una audiencia del 13,8% de *share* y con más 1,6 millones de espectadores (Anónimo, 2015a).

7 Y ACCIÓN

Por último, analizamos la productora **7yacción**.

Es una importante compañía de producción de formatos de entretenimiento en España. Fue creada en el año 2007 por Pablo Motos¹⁵ y Jorge Salvador¹⁶.

Su programa más exitoso es `El Hormiguero`. Pero además de este formato, también ha producido otros como son `Likes`, `Amazonas Clandestino`, `Adn Max`, `Peliculeros`, `Así Nos Va`, `Tonterías las Justas`, entre otros.

Según la web de 7yacción, en el 2014 la productora dio un paso más allá y se encargó de producir contenido factual. El primero de estos formatos de actualidad y realidad extrema fue estrenado en Discovery Max con el título `Yasuní, genocidio en la selva`.

¹⁵ Pablo Motos es humorista, presentador de televisión y locutor de radio.

¹⁶ Jorge Salvador es director de programas de televisión.

También trabaja en nuevos proyectos con la colaboración con 93 metros, productora del corresponsal de guerra David Beriain (Anónimo, 2017h).

1) El hormiguero (2006-actualidad).

‘El Hormiguero’ comenzó su andadura en Cuatro. Lo hizo de manera semanal y en la franja de sobremesa de 16:15 a 18:00.

El programa nació bajo la premisa de ser un programa para toda la familia. En este primer momento la productora encargada del programa era Gestmusic y el origen del programa viene a partir del programa radiofónico de Pablo Motos en M80, “No somos nadie”. En esta primera etapa hubo muchas secciones y contenidos desde donde se mezclan la ciencia, la música y la política con el humor (Anónimo, 2006).

En el año 2007 fue cuando el programa comenzó sus emisiones diarias en la franja de *access prime time* debido a su gran éxito en el anterior horario. Es en este momento donde comienza ‘El Hormiguero’ tal y como lo conocemos ahora, aunque con ciertas variaciones en cuanto a secciones y colaboradores (Anónimo, 2007).

Actualmente es un programa de entretenimiento presentado por Pablo Motos que se emite de lunes a jueves en el *access prime time* de Antena 3. Su horario de emisión es de 21:45 a 22:30.

Como eje central del programa están las entrevistas a estrellas nacionales e internacionales. Estas entrevistas las realizan Pablo Motos y sus dos hormigas Trancas y Barrancas.

Junto a Pablo Motos y sus hormigas, pasan cada noche una serie de colaboradores.

Al eje central de las entrevistas, el espacio cuenta con diferentes secciones como pruebas imposibles, experimentos científicos, humor, actuaciones musicales, concursos, noticias curiosas.

Actualmente emite su décima temporada en Antena 3 y cuenta con un gran éxito internacional en países como México, China, Portugal, Brasil, Venezuela o Chile (Anónimo, 2017h).

El formato consiguió un máximo de audiencia del 23,8% y casi 5 millones de espectadores (Anónimo, 2017i).

2) Tonterías las justas (2010-2011)

Fue un programa que trataba la actualidad social, televisiva y política de manera divertida con dosis de humor. El formato nació como un programa diario de entretenimiento y humor. Se emitió en la franja de *access* sobremesa.

El programa surgió como competencia de 'Se lo que hicisteis' y dicho programa le sirvió como referente para crear sus contenidos.

El programa estaba presentado por Florentino Fernández¹⁷, Anna Simón¹⁸ y Dani Martínez¹⁹.

En el espacio tuvieron cabida parodias, doblajes de vídeos, imitaciones, entrevistas. Además contó con visitas de personajes famosos de diferentes ámbitos culturales, sociales y deportivos. Todo ello permitió crear un programa ágil y fresco (Anónimo, 2017j).

Tan solo consiguió mantenerse en emisión durante dos temporadas y 300 emisiones ya que todo el equipo de 7yacción

¹⁷ Florentino Fernández es humorista, actor, presentador de televisión y actor de doblaje.

¹⁸ Anna Simón es periodista y presentadora de televisión.

¹⁹ Dani Martínez es actor, humorista y presentador de televisión.

fichó por Antena3. Esto hizo que el programa no siguiera más tiempo en la parrilla televisiva.

Según la web Vertele (2010), 'Tonterías las justas' consiguió un record histórico de audiencia del 8,1% el jueves 12 de agosto de 2010.

2.2. Tendencias pasadas en los formatos.

En este apartado vamos a tratar las tendencias pasadas que predominaban en los programas televisivos.

Nos centramos en las cadenas generalistas: en la cadena pública Televisión Española y en las cadenas privadas Antena 3 y Telecinco. Estas son las que tienen un mayor alcance en cuanto a audiencias se refiere. Dentro de estas, analizaremos aquellos formatos de entretenimiento que consideramos que tienen elementos que pueden funcionar en la actualidad.

Analizaremos los programas con mayor éxito de las cadenas de televisión por orden de nacimiento de la cadena empezando por Televisión Española (1956), seguida de Antena 3 (enero de 1990) y terminando con Telecinco (marzo de 1990).

El análisis comprenderá aquellos programas que se estrenaron antes del año 2006 que es cuando surgen las cadenas generalistas laSexta y Cuatro. Puesto que en ese momento se produce un cambio en la repartición de las audiencias al aumentar la competencia de nuevas cadenas de televisión.

TVE.

En primer lugar comenzamos con la cadena pública televisión española (TVE). Comienza sus emisiones en el año 1956.

Durante sus 60 años de existencia la cadena pública ha dado muchos formatos de éxito en audiencias.

A continuación haremos un repaso por los programas de entretenimiento más destacados como son los concursos y *talent show*.

1) Un, dos, tres...responda otra vez. (1972)

Como indica Íñigo en su libro “La tele que fuimos. Del Un, dos, tres a la telebasura” (2013) se estrenó en televisión un concurso que se convertiría en todo un éxito mundial, como es el caso de ‘Un, dos, tres...responda otra vez’.

El programa se estructuraba en tres partes entre las que se mezclaba el humor y el espectáculo para conseguir entretener.

Además, gracias a la sencillez de su mecánica permitía jugar desde casa. Esto le añadía más atractivo ya que los espectadores, desde casa, podían responder a la vez que los concursantes.

El programa estuvo presentado por Kiko Ledgard²⁰ y aparecía por primera vez un personaje que alegraba de los errores de los concursantes, Don Cicuta. También estaban acompañados por un grupo de azafatas.

Las fases con las que contó el programa fueron las siguientes:

A. Primera fase. Tres parejas competían por conseguir el mayor número de aciertos.

El presentador formulaba una determinada pregunta y la finalizaba con una palabra. Para que comenzará la prueba el presentador decía la coletilla: “un, dos, tres...responda otra vez”.

²⁰ Kiko Ledgard. Enrique Rodolfo Ledgard Jiménez fue un presentador de televisión y actor de cine peruano.

Después de esta coetilla, los concursantes tenían que decir primero la palabra del presentador y continuar añadiendo nuevas durante los 45 segundos que duraba la prueba.

“Los tacañones”, eran la parte “negativa” del programa. Se encargaban de dar por buena o no la prueba. Una vez dada por buena la prueba, una azafata multiplicaba las respuestas acertadas por el número de pesetas correspondiente. Esta fase tuvo pequeños cambios según avanzaban las temporadas, aunque esta es la mecánica básica (Vertele, 2013).

B. Segunda fase: la eliminatoria. Como indica Migelez (2012) esta fase era la parte divertida del concurso. Se ponía a prueba a los concursantes.

Las dos parejas que menos dinero habían obtenido tenían que hacer unas pruebas físicas y de habilidad para poder concursar en la subasta final.

Se premiaba la agilidad, la rapidez y la decisión de los concursantes.

C. Última fase: la subasta. En esta fase los concursantes entraban en posesión de un regalo misterioso y podían canjearlo por una cantidad de dinero que le ofrecía el presentador o quedarse con el regalo que estaba escondido en alguna de las tres cortinas que formaban parte del decorado del programa.

El premio final podía ser bueno como un viaje o malo como dos millones y medio de cerillas (Vertele, 2013).

Según Migelez (2012), el programa se convirtió en un gran éxito. Conseguía reunir semana tras semana millones de espectadores. Parte de ese éxito radica en que tan solo existía TVE que competía con La 2, por la que no era difícil que el programa tuviese éxito entre el público. Aunque, como indica Alonso (2009), si bien es cierto que el formato reunió diferentes aspectos que consiguieron conectar con las familias que se sentaban frente al televisor para ver el programa. Era una mezcla de concurso, espectáculo de variedades y programa con dosis de humor.

El programa se mantuvo durante diez temporadas en emisión y por el pasaron los distintos presentadores que se encargaron de la conducción del programa en diferentes etapas. Entre esos presentadores que pasaron por este espacio televisivo hay que hacer especial mención a Mayra Gómez

Kemp, que tal y como indica López (2017), fue la primera mujer en presentar un concurso en España.

Además de sus presentadores, las azafatas del concurso también desempeñaban una importante labor. Para ellas el hecho de haber participado en el programa les servía de plataforma para ser conocidas entre los espectadores. Convirtiéndose en personajes muy conocidos en el panorama nacional como puede ser el caso de la actriz Victoria Abril o la presentadora de televisión Paula Vázquez.

Las mascotas del programa también tuvieron un importante papel. Como afirma López (2017) la más recordada es Ruperta. Era una calabaza. Si te llevabas a Ruperta, significaba que no habías conseguido llevarte ningún premio final.

Además de Ruperta, pasaron otras mascotas:

- La vieja bota Botilde.
- Chollo, que ofrecía el mejor premio, y por Antichollo, que tenía el mismo significado que la calabaza Ruperta.
- Boom con un significado positivo y Crack con un significado negativo.

2) Grand Prix (1995).

‘El Grand Prix’ (1995) surge a raíz del programa ‘Juegos sin fronteras’. Este programa consistía en varios países compitiendo entre sí para convertirse en el mejor de la noche.

En su primera edición el programa se llamó ‘Cuando calienta el sol’, y en ese momento eran cuatro participantes los que se enfrentaban por programa.

Un año después fue cuando surgió el formato definitivo. En él competían dos equipos de dos localidades españolas con menos de 50.000 habitantes. Estos podían ir clasificándose para alcanzar el gran premio final (¡Vaya tele!, 2015).

Según afirma Íñigo (2013) la mecánica era sencilla. Dos pueblos se enfrentaban entre sí en una serie de pruebas de habilidad y estaban apadrinados por famosos que tenían que ayudarles en algunas pruebas.

El plató se convertía en un auténtico espectáculo en el que se desarrollaban las distintas pruebas.

Estas pruebas iban variando. Entre ellas se encontraban: los bolos, la cucaña, la patata caliente o los troncos locos. Una de las pruebas por las que es más recordado el programa es por la que estaba protagonizada por una vaquilla.

Cada equipo estaba compuesto por un pueblo de España y estaba representado por su respectivo alcalde.

La mecánica del programa no estaba cerrada. El factor de jugar con la imprevisibilidad de las pruebas que podíamos ver, hacía más atractivo el formato. Esto puede ser una de las claves para que se mantuviese durante 14 temporadas en TVE.

3) Operación Triunfo (2001).

Según indica Álvarez (2011), el programa se estrenó el 22 de octubre de 2001. El estreno del programa marcó un antes y un después en la forma de hacer programas de televisión.

TVE fue la encargada de estrenar este formato.

Aunque al principio no destacó por su audiencia en poco tiempo consiguió convertirse en un gran espectáculo que acabó destacando en audiencias. Finalmente la primera edición del programa fue todo un fenómeno social. De él han salido muchos artistas reconocidos.

‘Operación Triunfo’ mezcló una parte de concurso y otra de *reality*.

Esto provocó una revolución en los programas de entretenimiento musical del momento y sirvió de inspiración para muchos formatos de *talent show* que se estrenarían más tarde en la parrilla televisiva española.

Cada edición estaba formada por 16 participantes. Éstos aspiraban a convertirse en el ganador del concurso. Los participantes convivieron durante 4 meses juntos en la academia y recibieron una formación para convertirse en cantantes profesionales.

Según indica Álvarez (2011), la mecánica del programa era sencilla.

Cada semana, unos expertos proponían a los concursantes un tema musical que cantaban individualmente o con sus compañeros.

Durante la semana, practicaban el tema propuesto y lo exponían cada lunes ante el jurado.

El jurado del programa argumentaba sus opiniones y nominaba a cuatro personas para abandonar la Academia.

El papel de Nina era relevante ya que salvaba al alumno que consideraba más apto. Los participantes, a su vez, salvaban a un compañero.

Finalmente, quedaban dos últimos entre los cuales el público era el encargado de decidir al ganador.

Aunque el formato se estrenó en Televisión Española en el año 2001, ésta decidió renunciar al formato por lo que Telecinco se hizo con los derechos de emisión. En Telecinco la primera, y última edición del programa, se estrenó en 2005.

La primera temporada del formato sirvió de plataforma para muchos artistas que se dieron a conocer en ese momento y siguen siendo conocidos hasta el día de hoy. Como es el caso de Rosa López, David Bisbal, Chenoa y David Bustamante, entre otros.

Además, tal fue el éxito que tuvo esa primera edición del formato que Rosa López fue la encargada de representar a España en Eurovisión en el año 2002 como indica Costas (2017). Junto a ella se encontraban en el escenario sus compañeros de edición David Bisbal, David Bustamante, Chenoa, Geno y Gisela.

Como indica Álvarez (2011), la primera edición tuvo una audiencia media del 43,30% de *share* y casi 7 millones de espectadores, llegando incluso hasta el “impensable 68% de la gran final”.

Sin embargo, su última gala, emitida en Telecinco, tan solo logró congregarse a una audiencia media del 14,7% y 2.576.000 espectadores (Anónimo, 2011b).

A pesar de que el formato en su paso a Telecinco no llegó a funcionar, hemos comprobado como aún siguen existiendo un recuerdo hacia esa primera edición.

Tal es ese recuerdo que TVE lanzó el pasado año 2016, tras cumplirse 15 años del estreno de su primera edición, ‘Operación Triunfo: el reencuentro’ y con muy buen resultado de audiencia. Como indica Oreja (2016) este reencuentro tuvo una media del 22,7% de share, destacando la emisión del concierto que logró obtener un fantástico 27,5%.

Estos buenos datos parecen haber alentado a TVE a lanzar una nueva edición del concurso, que tal y como indica Carro (2017) se convertiría en la novena edición del formato.

ANTENA 3.

A continuación vamos a analizar la primera cadena privada que aparece en España, Antena 3. Como en el anterior caso, vamos a analizar aquellos programas de entretenimiento más destacados.

1) El gran juego de la oca (1993).

Según Gómez, fue un concurso que se emitió en los años 90.

En su primera temporada el encargado de conducir el programa fue Emilio Aragón²¹, junto a Lydia Bosch²² y Patricia Pérez²³.

El mítico juego de mesa se convirtió en un concurso. El programa contaba con un espectacular plató en el que estaban las 63 casillas del juego de mesa. Fue todo un espectáculo de humor y variedad en forma de concurso de televisión.

Como indica Pastrana (2010), la mecánica del concurso era similar a la del juego de mesa.

Cuatro concursantes, cada uno de un color, iban avanzando por las casillas del juego hasta el final.

Cada casilla tenía asignada una prueba en la que podía ganar o perder dinero.

El concursante tiraba el dado y según el número sacado, el concursante sumaba una determinada cantidad de dinero y avanzaba el número de casillas correspondiente.

²¹ Emilio Aragón es humorista, actor, guionista y presentador de televisión.

²² Lydia Bosch es actriz y presentadora de televisión.

²³ Patricia Pérez es actriz, escritora y presentadora de televisión.

Una vez en la casilla, el concursante debía afrontar la prueba y apostar una cantidad de dinero. Si pasaba la prueba, lo apostado, se sumaba a su marcador.

En el caso de negarse a hacer la prueba, su marcador se quedaría vacío.

Cuando el concursante llegaba a la última casilla debía hacer frente a la prueba de La Reoca, si la superaba, se llevaba el dinero acumulado y además un coche.

2) Lluvia de estrellas (1995).

El programa fue un *talent show* adaptado del formato holandés 'Star in their Eyes', en línea con Gómez (2015).

Por su parte, Arriaza (2016) aporta la mecánica del concurso: cuatro fases que los concursantes debían ir superando para llegar a la final. Esa decisión de pasar cada fase estaba en manos de expertos.

Cada semana los concursantes debían imitar a un determinado cantante, para lo que debían imitar la puesta en escena.

La caracterización fue un punto importante en el programa para transformar a los concursantes en el cantante a imitar ya que permitió dar una mayor espectacularidad a las distintas actuaciones.

En cuanto a audiencias, el programa destacó entre la audiencia. En su segunda temporada, en el año 1996, logró un 37,6% de la audiencia y más de 5 millones de espectadores (Anónimo, 2017k).

3) Homo zapping (2003).

Fue un programa presentado y dirigido por José Corbacho²⁴.

El programa consistía en recrear los programas de televisión y personajes más populares a través de la parodia y la sátira a modo de *sketches*.

El programa contaba con unos actores capaces de imitar perfectamente y de llevar a la parodia los rasgos y manías más destacados de los personajes.

Como indica Alejandro Gómez (2015), tenían unos guiones bien realizados en el que se fijaban todos los detalles para

conseguir entretener a los espectadores. Entre esos actores se encontraban José Corbacho, Paco León²⁵ o Silvia Abril²⁶.

Estas imitaciones hicieron que el programa fuese recordado para bien por algunos y para mal por los personajes reales ya que se sentían molestos.

Aun así el programa sigue siendo muy recordado actualmente, tanto que el año pasado el formato volvió como especial de navidad en Neox y va a volver próximamente a Neox.

²⁴ José Corbacho es actor, guionista, humorista y presentador de televisión.

²⁵ Paco León es actor, productor y director de cine.

²⁶ Silvia Abril es actriz, humorista y presentadora de televisión.

TELECINCO.

En último lugar, analizaremos aquellos programas de entretenimiento más destacados en Telecinco.

1) Crónicas marcianas (1997)

El programa, en formato de *late night*, estuvo presentado por Javier Sardá²⁷. El formato en un principio empezó como un programa blanco, con entrevistas y humor. Esto cambió a medida que avanzaban las temporadas, su contenido dio un giro hacia la actualidad del corazón y los *reality shows*.

Según afirma Confuso (2016), se trataba de un espacio donde se mezclaba dosis de locura, espontaneidad e improvisación, todo ello en una esfera de espectáculo para entretener al espectador.

²⁷ Javier Sardá es periodista y presentador de radio y televisión.

Además de por su contenido irreverente, su éxito se debe a la gran variedad de colaboradores que pasaban cada noche por el programa (Anónimo, 2015b).

En cuanto al tema de audiencias, el programa consiguió destacar en su franja de emisión. Según indica el portal de audiencias Vertele (2005), en su temporada más vista logró obtener una media del 37,7% de share y casi 2 millones de espectadores.

2) El Informal (1998)

Fue un formato presentado por Javier Capitán²⁸ y Florentino Fernández. Fue un programa de humor diario que se emitió en la franja de *access prime time*. Estuvo en emisión hasta el año 2002.

²⁸ Javier Capitán es humorista y presentador de radio y televisión.

Como afirma Íñigo en su libro (2013) el programa trata de ofrecer una visión peculiar acerca de las noticias de actualidad más destacadas a lo se unió un humor a través de *sketches*. Esto provocó que el programa tuviese éxito.

El programa también contó con unos buenos colaboradores que permitieron que el programa quede en el recuerdo de muchos espectadores. Con ellos, se hizo un programa más fresco, divertido e irreverente.

2.3. Evolución de los formatos.

Actualmente vivimos en un momento de constantes cambios en el panorama televisivo. Esto se debe a la cada vez más competitiva parrilla televisiva. Existen multitud de canales y a su vez una gran variedad de formatos. Por ello las cadenas tienen que innovar en cuanto a los formatos.

Las cadenas de televisión tienden a hacer uso de géneros televisivos ya utilizados pero introduciendo pequeños cambios. Con pequeñas vueltas de tuerca consiguen de dotar de atractivo a formatos que están en peligro de aburrir como es el caso de los que vamos a comentar a continuación.

Los géneros que vamos a analizar van a ser: *dating show*, concursos y *docurrealities*. El motivo por el cual hemos seleccionado estos géneros es porque actualmente se encuentran de moda en las parrillas de los canales de televisión.

A continuación, pasamos a analizarlos.

DATING SHOW.

Para empezar vamos a definir que es un *dating show* o programa de citas. El *dating show* se trata de un programa cuya base se centra en encontrar una pareja.

Es un subgénero que se encuentra englobado dentro del concepto de *reality show*. Este tipo de programas se plantean como un concurso en el que el premio final es salir con pareja del concurso.

Parece que este género se ha puesto en alza en los últimos años y varias cadenas han decidido aprovecharlo y lanzar nuevos formatos de búsqueda de pareja. Dentro de este género hemos seleccionado **‘Desnúdame’** puesto que ha sido el último en llegar a la parrilla televisiva y consideramos interesante su contenido.

Se estrenó en DKiss este mismo año. Como todos los *dating show*, el programa plantea que dos desconocidos empiecen a entablar conversación para ver si al final son compatibles y se van juntos como pareja.

Como indica Castellanos (2017), el giro de tuerca es que estos dos desconocidos tendrán la cita en ropa interior. Esta actitud

provocativa es un punto central del programa con el objetivo de atraer al espectador.

Al empezar la cita ambos participantes van vestidos y una pantalla le indicará a cada uno que vaya quitando la ropa del otro. Una vez estén los dos en ropa interior, se acuestan en una cama y comienzan sus 30 minutos de cita para conocerse (Castellanos, 2017).

Durante esos 30 minutos la pantalla le irá dando una serie de órdenes con el objetivo de que rompan el hielo. Esas órdenes pueden ser susurros o caricias, entre otras. (Anónimo, 2017)

Una vez que ha transcurrido dicho tiempo cada participante debe tomar una decisión. Dicha decisión se toma a través de un pulsador. Deben elegir si quedarse con su compañero o si por el contrario deciden marcharse solos.

CONCURSOS.

En cuanto al género de concursos ha seguido siendo muy usado por la diferentes cadenas de televisión. El hecho de utilizar a personajes famosos como reclamo para conseguir audiencia está siendo bastante efectivo.

Dentro de este género vamos a hablar de **‘Splash! Famosos al agua’**. Fue un formato emitido por Antena 3 en el año 2013.

El concurso consistía en 28 concursantes famosos que debían saltar cada semana desde un trampolín. Había 3 trampolines, cada uno de ellos con una altura distinta.

Durante la semana, cada concursante se preparaba con un equipo de profesionales y en la gala demostraban lo que habían aprendido.

Unos expertos del mundo del deporte valoraban cada salto.

La mecánica del concurso será la siguiente. Según Díaz (2013), el programa dividió a los 28 concursantes en cuatro galas que serán grabadas de antemano.

En cada una de estas galas, cuatro concursantes serán salvados y tres de ellos eliminados.

Tanto los expertos como el público tienen un papel destacado. Cada uno deberá salvar a un concursante.

Una vez se eligen a los cuatro concursantes salvados, repetirán sus saltos. Tiene que volver a decidir los expertos y el público que dos concursantes se salvan (eligiendo un concursante cada uno), quedando los dos restantes eliminados.

Aunque el programa consiguió cosechar en su estreno una audiencia del 26,4%, esa audiencia fue reduciéndose hasta llegar a un 14% en su final (Álvarez, 2013).

Con motivo de sus audiencias irregulares, tan sólo contó con una temporada.

DOCURREALITIES.

Este género es un híbrido entre documentales y *reality*. Normalmente, este género está protagonizado por personajes famosos. Por tanto, se trata de espacios de telerrealidad que parten de historias reales que son moldeadas para conseguir que su contenido sea atractivo para los espectadores.

En este género vamos a destacar el *docurreality* **`Alaska y Mario´**. Fue estrenado por MTV en el año 2011.

El *docurreality* era de producción propia por parte de MTV. El formato se basaba en presentar la vida de dos conocidos personajes públicos como son Alaska y Mario. La pareja abría las puertas de su peculiar casa a sus espectadores para descubrir su día a día, así como

todo lo que hay detrás de un personaje famoso. Además por el programa también pasaban otros amigos famosos conocidos (Anónimo, 2011c).

Se mostraban de manera natural y con una puesta en escena que no se apreciaba forzada. A ello se sumaba ese punto de excentricismo que caracteriza a la pareja. Toda esa suma de diferentes ingredientes fue lo que llevó al éxito del formato no tanto en cuanto a audiencias sino más bien en repercusión en las redes sociales.

Según indica Terán (2012), el programa está centrado hacia una gran oda a la tontería. Gracias a su excelente factura visual, consigue mantener la atención de los espectadores durante cada programa. A esto a que sumarle un guión adecuado y un ritmo frenético.

El formato se emitía de manera semanal en la franja de *access prime time*. El programa fue cancelado al desaparecer de la TDT la cadena MTV y convertirse en canal de pago.

3. Objetivos.

El objetivo principal de este Trabajo de Fin de Grado es proponer un formato de televisión que consiga convertirse en líder de audiencia. Este nuevo formato propuesto lo englobaríamos en el género de entretenimiento.

4. Hipótesis.

La hipótesis que planteamos en este Trabajo Fin de Grado es que si combinamos determinados aspectos podemos conseguir la fórmula del éxito y, por consiguiente, un formato de televisión que tenga unos buenos datos de audiencia.

Para demostrar esta hipótesis hemos analizado una variedad de formatos de entretenimiento para conocer cuáles son las causas y consecuencias para que un formato se convierta en éxito. A raíz de esto, propondremos un formato que contenga aquellos aspectos que pueden convertirlo en un formato exitoso entre los espectadores.

5. Metodología.

Como ya hemos comentado anteriormente, el principal objetivo de este Trabajo de Fin de Grado es proponer un formato televisivo que consiga un convertirse en un éxito de audiencia hemos decidido escoger dos métodos. Por un lado, para poder conseguir información utilizamos la revisión bibliográfica y, por otro lado, una encuesta para saber si el tipo de formato televisivo que vamos a proponer tendría aceptación entre los espectadores.

Para conseguir este objetivo hemos analizado diferentes formatos de distintas productoras. El análisis de diferentes formatos tiene como fin descubrir cuáles han sido las claves para que un determinado programa tuviese audiencia o pasase desapercibido. Con esto conocemos las causas y consecuencias para que un formato de televisión funcione.

Nuestra intención ha sido centrarnos en programas de entretenimiento puesto que actualmente es un formato demandado por las cadenas de televisión por las buenas audiencias que muchos de ellos tienen.

Por ello, en primer lugar hemos recurrido a una revisión bibliográfica. Con esta ayuda nos introducimos en el tema sobre el que queremos investigar. Con esta metodología recopilamos información relativa a diferentes formatos televisivos. Para acceder a esta información hemos seleccionado artículos de internet puesto que consideramos que es una forma de poder encontrar la información lo más actualizada posible. Hemos recurrido a diferentes portales web especializados en la televisión, además de acceder a la información que tenemos disponibles en las correspondientes web de cada productora.

Para acceder a información sobre formatos más antiguos hemos seleccionado el libro de José María Íñigo “*La tele que fuimos. Del Un, dos, tres a la telebasura*”. Consideramos este libro como una fuente fiable de la que extraer información sobre formatos televisivos. Todo ello, teniendo en cuenta que José María Íñigo es un presentador de televisión y, por consiguiente, ha estado presente en muchos programas de televisión por lo que es un entendido del mundo de la comunicación televisiva.

Una vez que hemos recopilado información que consideramos importante para el desarrollo de nuestro trabajo, la analizamos para extraer conclusiones con respecto a cuáles son los factores que afectan en los espectadores de un determinado formato televisivo.

En segundo lugar, para conocer si el tipo de programa piloto que vamos a proponer es válido, llevamos a cabo una encuesta online para conocer cuáles eran los gustos de los espectadores. Dicha encuesta se encuentra en el apartado de Anexo.

Para esta encuesta abarcamos una franja de edad de 20 a 35 años. El motivo de esta selección de edad es debido a que la consideramos como un público importante tanto para las cadenas como anunciantes. Es el más complicado de conseguir ya que tenemos como principal competidor el medio internet y la posibilidad de ver los contenidos según demanda.

Con el objetivo de hacer un programa que se convierta en líder de audiencia, establecimos una serie de preguntas con las que podremos concluir cuáles serían los aspectos más atractivos para este segmento de la población.

El total de entrevistados para la encuesta fue de 26 participantes. Consideramos a estos encuestados suficientes teniendo en cuenta las limitaciones de tiempo con las que contamos.

Las preguntas planteadas en la encuesta estaban destinadas a conocer cuáles eran los gustos y las preferencias de los espectadores con una edad comprendida entre los 20 y los 35 años.

A continuación, explicaremos las preguntas de la encuesta. Las respuestas eran cerradas para facilitar la extracción de información relevante para el trabajo.

- La primera pregunta fue acerca del uso que nuestros encuestados hacían de las redes sociales. Consideramos esta pregunta fundamental ya que actualmente las redes sociales juegan un papel importante en los programas de televisión tanto para bien como para mal.

- La segunda pregunta fue cuál era el uso que los encuestados daban a las redes sociales. Para ello establecimos tres respuestas posibles que consideramos que son las que más se llevan a cabo en las redes sociales.
- La tercera pregunta fue sobre la preferencia de ver programas de televisión en directo o bajo demanda a través de internet. Consideramos esta pregunta importante ya que uno de los principales competidores de la televisión tradicional es el medio internet que ofrece una gran variedad de contenido bajo demanda de los usuarios.
- La cuarta pregunta fue para descubrir cuál era un posible factor que provocase que los espectadores no siguiesen un programa de televisión. Como posibles factores consideramos tres: la monotonía, debido en parte a la gran variedad de formatos con características similares, el hecho de no tener en cuenta a los espectadores a la hora de tomar decisiones y la larga de duración de cada programa que se alarga, en muchas ocasiones, hasta la franja de *late night*.
- La quinta pregunta fue para descubrir cuál era el principal factor para los espectadores para decantarse a ver un programa de televisión. Entre los factores que podían escoger se encuentran los siguientes: novedad, la aparición de personajes famosos, las pruebas físicas, las pruebas culturales, la aparición de niños y la aparición de personajes anónimos.
- Como sexta y última pregunta, queríamos conocer cuál era el formato televisivo que más le llama la atención a nuestros encuestados. Entre las opciones que podían escoger se encuentran las siguientes: *reality show*, programa del corazón, concurso de conocimiento, programa de talentos (musicales, de cocina), programa de citas y programas de humor.

5.1. Análisis de formatos exportados e importados y analizar si funcionan fuera de sus países de origen.

En el siguiente apartado hablaremos tanto de los formatos que son exportados como de aquellos que son importados por las diferentes cadenas de televisión.

EXPORTADOS.

En primer lugar analizaremos los formatos que son exportados desde España. Dentro de estos formatos destacan 'El Hormiguero', 'Un, Dos, Tres', 'Tu Cara Me Suena' y 'Lluvia de estrellas'.

Como punto en común de estos 4 formatos es que se basan en el entretenimiento de los espectadores como pilar fundamental.

A su vez, los 3 últimos formatos mencionados comparten el género de *talent show* o concurso de talentos. Esto puede hacer que sea más atractivo entre la audiencia y que está tenga un interés especial a la hora de seguir la evolución de los participantes.

En cuanto a 'El Hormiguero' se trata de un espacio por el que pasan diferentes famosos del panorama tanto nacional como internacional, una de las bases para que el espacio siga actualmente en emisión.

Estos factores pueden ser los responsables de que un formato sea un éxito entre los espectadores de un país y otros países lo quieran adaptar en su propio país para conseguir dicho éxito.

IMPORTADOS.

En cuanto a los formatos que son importados a nuestro país vamos a utilizar el mismo criterio anterior y vamos a analizar formatos en los que el entretenimiento sea la base de los mismos. Como son varios los formatos importados, tan solo analizaremos 3 de ellos correspondientes a las cadenas generalistas. Con esto conseguimos conocer mejor su repercusión entre la audiencia.

1) The Voice.

El programa se estrenó en la franja de *prime time* en Telecinco. El año de estreno fue el 2012. En España el formato se emitió con el título en castellano, 'La Voz'.

Según Álvarez (2011) el formato consiste en buscar a concursantes de diferentes edades que destacan por sus cualidades vocales.

Tan solo se tiene en cuenta la voz de los concursantes. El formato cuenta con 4 conocidos del panorama musical que serán los encargados de escoger a los concursantes.

Como novedad introducen sillones que están de espaldas a los concursantes y solo se dan la vuelta si pulsan el botón que tienen situado en cada sillón.

Como indica Álvarez (2011) es un formato que se ha estrenado anteriormente en países como Holanda, Estados Unidos, México o Portugal.

Ese éxito internacional del formato se confirmó también en España. 'La Voz' se convirtió en un gran éxito entre la audiencia congregando a 4.591.000 espectadores y un 30,6% de share (Anónimo, 2012).

2) **MasterChef.**

TVE fue la encargada de adaptar este formato en España. Se estrenó en el *prime time* de TVE en el año 2013. Y a diferencia del formato de Telecinco, este mantuvo su título original.

Se trata de un formato de la BBC que nació en el año 1990.

Como indica Migelez (2012) es un *talent show* en el que los concursantes amateurs ponen a prueba sus habilidades culinarias a la vez que aprenden de grandes chefs de la cocina nacional.

También gracias al concurso podrán vivir una experiencia única cocinando en ambiente muy distintos a los que están acostumbrados.

Según Álvarez (2013) no se trata tan solo de un programa de cocina, sino de un *show* en el que permite a los concursantes convertirse en auténticos chefs.

El formato ha sido un éxito internacional y se ha llegado a producir hasta en 37 países y emitido en 145 países (Álvarez, 2013).

En España el caso fue peculiar. El espacio se estrenó con tan solo un 11% de share, sin embargo su cambio de día de emisión logró mejorar su audiencia. Finalmente despidió su primera temporada con un 33,1% de share, triplicando el dato de su estreno (Álvarez, 2013).

3) **Got Talent.**

El formato apareció en España gracias a la cadena Cuatro en el año 2007.

Sin embargo, en el año 2015 el grupo Mediaset recupera el formato, esta vez para emitirlo en su canal principal, Telecinco. Al igual que en el caso anterior, este formato también ha mantenido su título original.

‘Got Talent’ es un formato creado por Simon Cowell que se estrenó en Estados Unidos en el año 2006. Es un formato que se ha adaptado ya a 68 países (De Hoyos, 2015).

El espacio se trata de un concurso para encontrar los mejores talentos del panorama nacional. Artistas de diferentes disciplinas se subirán al escenario para demostrar su talento y ser juzgados por cuatro personajes famosos. Ellos serán quienes decidirán quienes pasan a la siguiente fase y quienes abandonan el programa.

Como novedad, en España el formato incluye el botón de oro. Tanto el grupo de expertos como el propio presentador podrán hacer uso. Cada uno en una única ocasión en todo el concurso. A través de este botón el concursante o grupo de concursantes pasan directamente a la semifinal del concurso (Anónimo, 2016a).

El formato ha sido un éxito a nivel internacional. En su llegada a España no tuvo ese éxito en su estreno en Telecinco. El formato se estrenó con un buen 21,2%, sin embargo tuvo una audiencia muy irregular durante su primera temporada llegando a un mínimo del 16,6%. Su final contó con una audiencia del 17,7%. A pesar de estos datos irregulares, el formato renovó por una segunda temporada (Anónimo, 2016b).

6. Resultados.

A raíz de realizar la encuesta hemos establecido unos resultados que nos servirán para llevar a cabo el objetivo principal del Trabajo Fin de Grado de proponer un formato de televisión.

Los resultados obtenidos en la encuesta, teniendo en cuenta que el total de encuestados fueron 26 personas, fueron los siguientes:

- La primera pregunta que se les planteó fue en relación al uso de las redes sociales. La mayoría de los encuestados, 22 participantes, respondieron hacer un uso frecuente de las mismas.
- En segundo lugar, se preguntó, en caso de utilizar las redes sociales, para qué las utilizaban. En esta pregunta 13 participantes respondieron que utilizaban las redes sociales como una herramienta para informarse, mientras que 10 participantes las utilizan para interactuar con sus seguidores. En este caso,

ninguno de los encuestados hace uso de las redes sociales para comentar programas de televisión.

- La tercera pregunta era en relación a los programas en directo o a través de la web. 15 participantes prefieren ver un programa de televisión en directo mientras que los restantes prefieren verlo a través de internet.
- Como cuarta pregunta planteamos el factor que provoca no ver un programa de televisión hasta el final. La mayoría, 12 participantes, afirma que el factor que más influye es la larga duración que tiene cada programa. 11 participantes seleccionaron la monotonía como un factor que les provoca no quedarse hasta el final de un programa. Tan solo 3 de los encuestados consideran el factor de no tener en cuenta a los espectadores como principal.

- En la quinta pregunta se planteó el factor por el cuál se decantaban por ver un programa de televisión. Una gran mayoría, 19 participantes, consideran el factor de novedad como una gran forma de atraerles.
- Por último, se les preguntó acerca del formato televisivo que más le llamaba la atención. Los tres formatos más llamativos fueron los programas de talentos, los programas de humor y los *reality show*

7. Contrastación de hipótesis.

Una vez analizado toda la información relativa a los distintos formatos de televisión podemos concluir que la hipótesis planteada no es cierta puesto que no existe como tal una fórmula del éxito.

En cada formato televisivo influyen variables controlables y otras que no son controlables ni por las cadenas ni por las productoras. A pesar de existir variables que se pueden controlar como pueden ser la

competencia o la franja de emisión de un determinado formato, no existe la fórmula perfecta a partir de la cual si combinamos diferentes aspectos nos den un programa que tenga una buena audiencia. Esa buena audiencia dependerá de un gran número de factores no controlables ya que los gustos televisivos de los espectadores cambian de manera cíclica y no siempre son los mismos, además de que una saturación de un determinado género televisivo puede llevar a una monotonía.

8. Conclusiones.

8.1. Causa-consecuencias de que un formato funcione.

A continuación vamos a analizar los casos más recientes de distintos formatos televisivos que han intentado asentarse entre los espectadores y finalmente no lo han logrado o, por el contrario, que empezaron con una mala audiencia y lograron remontar.

Empezamos por un caso actual: **‘Hazte un selfie’** (Cuatro). El programa se creó para convertirse en el rival directo de **‘Zapeando’** (laSexta). Sin embargo, esto era complicado puesto que **‘Zapeando’** es un programa que está ya asentado en la franja de sobremesa.

Además de este inconveniente, **‘Hazte un selfie’** se creó con un contenido poco claro que fue cambiando. Se creó para ser un talk show destinado a un público joven para pasar a convertirse en un magazine. A este cambio de contenido se sumó también un cambio en su horario, el fichaje de nuevos colaboradores y la emisión del espacio en directo, como indica Oterino (2016).

Como afirma De Hoyos (2017), finalmente el espacio fue cancelado en enero de este año después de su estreno en septiembre, tan solo estuvo en emisión durante 5 meses.

Otro caso reciente, también en Cuatro, fue el estreno del *dating show* **‘First Dates’** en la franja de *access prime time* sustituyendo a la serie **‘Gym Tony’**. La serie se estrenó para hacer competencia a los espacios asentados de esa franja como son **‘El Hormiguero’** y **‘El Intermedio’**.

La serie se mantuvo en emisión durante 4 temporadas, aunque actualmente se ha estrenado nuevamente la serie. Esta vez bajo el título **‘Gym Tony LC’** y pasando a emitirse en FDF.

En su cuarta temporada fue cambiada de horario a la franja de *access* sobremesa, compitiendo contra el programa **‘Zapeando’** a las 16:00 entre otros (De Hoyos, 2016).

A continuación pasamos a analizar dos potentes programas como son `Tu Cara Me Suena` y `Sálvame Deluxe`.

`**Tu Cara Me Suena**` se estrenó en el año 2011 con una audiencia no muy destacada, tan solo logró en su estreno un 14%. Cifra que disminuyó hasta el 13,8% en su segunda gala. Sin embargo, esta tendencia a la baja cambió y el programa no paró de aumentar su audiencia gala tras gala. La final de la primera temporada se despidió con un gran 25,9%, obteniendo casi 12 puntos más de share que en su estreno (Mora, 2011).

Todo ello, lo ha llevado a convertirse en el buque insignia de Antena 3. Tanto ha confiado en el formato la cadena que decidió estrenar la cuarta temporada un viernes contra un programa tan asentado como era `Sálvame Deluxe`. La jugada le salió tan bien que decidieron hacer lo mismo con la quinta temporada del formato, lo cual llevó a `Sálvame Deluxe` a quedarse con unos pobres datos de audiencia.

Un formato tan potente y asentado en la noche de los viernes como `**Sálvame Deluxe**` ha pasado a una noche menos competitiva como es la de los sábados. Una decisión por parte de la cadena, que no ha sentado mal al formato.

El formato ha pasado a la noche de los sábados, dejando su hueco del *prime time* de los viernes a la nueva temporada de `La Voz Kids` que compite con la versión de anónimo de `Tu Cara Me Suena` (Merenciano, 2017).

8.2. Imitación de las estrategias que funcionan entre cadenas.

En este apartado analizaremos las estrategias que siguen las cadenas de televisión a la hora de competir entre ellas. Algo muy frecuente entre ellas es la imitación de estrategias, es decir, si a una cadena le funciona un determinado formato, otra lanza un formato con características similares.

Además, también hay casos en los que una cadena adquiere los derechos de un formato y a continuación otra hace lo mismo con un formato con características similares.

Un caso relativamente reciente fue la adquisición de los derechos de emisión del concurso de saltos de trampolín de las dos grandes cadenas privadas, Telecinco y Antena 3.

El formato adquirido por Telecinco tenía el título de `Stars in danger´ mientras que el adquirido por Antena 3 tenía el título de `Celebrity Splash´. Ambos presentaban características muy similares (Migelez, 2011).

El formato de Telecinco se estrenó bajo el título de `Mira quién salta´, mientras que el de Antena 3 lo hizo bajo el nombre de `Splash! Famosos al agua´.

Pero existen más casos en los que las cadenas de televisión han lanzado formatos con características similares.

Otro caso significativo es la moda por determinados géneros televisivos.

En primer lugar, vamos a analizar la predilección por los formatos de cocina. El caso más significativo es de dos formatos que se emiten en la franja de máxima como son `MasterChef´ en TVE y `Top Chef´ en Antena 3. En este caso, sucedió un caso muy similar al anterior. Tras conocer que TVE había adquirido los derechos de `MasterChef´, la cadena de Atresmedia decide hacerse con los derechos de `Top Chef´ (Anónimo, 2013b).

Aunque la predilección por la cocina podemos observarla en otras cadenas con los programas de `Pesadilla en la cocina` en laSexta, `Mi madre cocina mejor que la tuya` en Cuatro o `Robin Food` en Telecinco.

En segundo lugar, ha habido una predilección por el tema de los niños en los formatos de televisión.

Las cadenas al observar que sus formatos con niños tenían buena aceptación entre los espectadores, decidieron sacar las versiones infantiles de programas de adultos. Esto lo podemos observar en el estreno de programas como `La Voz Kids`, `MasterChef Junior` o `Tu Cara Me Suena Mini`.

Esta predilección por los niños en televisión entre las cadenas se entiende por los buenos datos cosechados por formatos como `MasterChef Junior` y `La Voz Kids`. `MasterChef Junior` cosechó

una media del 17,9%, mientras que `La Voz Kids` por su parte promedio una audiencia media del 30,1% (Redondo, 2014).

También nos encontramos con formatos que han sacado especiales con niños como es el caso de `Ahora Caigo` o `Tú sí que vales`.

En tercer lugar, tenemos el género de los concursos tanto de talentos como de pruebas intelectuales.

Desde hace un tiempo las cadenas han tenido una gran predilección por el formato de *talent show* al ver que su fórmula seguía funcionando y otorgando buenos datos de audiencia a las mismas. Esto se ha visto reflejado en la llegada a nuestra parrilla de diferentes programas como es el caso de los éxitos de `Tu Cara Me Suena` en Antena 3, `La Voz` o `Got Talent` en Telecinco, o del reciente fracaso de `Tú sí que sí` en laSexta.

Por otro lado, los concursos que ponen a prueba los conocimientos de los concursantes ha sido un género que se han vuelto a poner de moda. Parece ser a raíz de que Antena 3 hiciese un lavado de imagen a su cadena, decidió apostar por los concursos en su parrilla. Esta decisión no le salió mal. Con motivo de eso lanzó diferentes concursos como 'Atrapa un millón', 'Ahora Caigo', 'Boom' o 'Avanti'.

Pero no solo Antena 3 apostó por los concursos, sino que laSexta decidió estrenar una nueva versión de 'El Millonario' o 'Mucho que perder, poco que ganar', ambos sin demasiado éxito de audiencia. El programa 'Mucho que perder, poco que ganar' fue retirado de la parrilla ya que llegó a estar por debajo del 3% de cuota de pantalla (Amil, 2011).

Mientras que Telecinco seguía emitiendo 'Pasapalabra' con buenos datos de audiencia.

En último lugar, una estrategia que han seguido las cadenas es la de empezar su *prime time* a partir de las 22:30, emitiendo antes un programa. Esta estrategia empezó en las cadenas generalistas Cuatro y laSexta pero que se extendió a las otras en todo su esplendor cuando 'El Hormiguero' pasó a emitirse en Antena 3.

Como comenta Moreno (2016), desde ese momento a 'El Hormiguero' y 'El Intermedio', se sumaron otros espacios. Entre ellos están 'First Dates' (Cuatro) y 'Hora Punta' en TVE. Parece que esta franja se ha convertido en muy codiciada por las cadenas que tratan de lanzar formatos que consigan entretener a la audiencia.

8.3. ¿Existe la fórmula del éxito?

Después de analizar varios formatos televisivos queremos conocer si existe una fórmula que juntando determinados ingredientes nos permitan crear un programa de éxito en audiencias.

Como claves que consideramos que podrían afectar tanto al éxito como al fracaso de un programa están las 4 siguientes:

- **Presencia en las redes sociales.**

Actualmente las redes sociales se han convertido en un gran aliado para los programas de televisión. Estas permiten crear notoriedad en las redes sociales, en especial a través de Twitter.

A través de esta red social, los programas proponen un determinado *hashtag* con el cual podemos saber cuál es la opinión de los usuarios y en el caso de gustar podemos conseguir impacto y por consiguiente una buena **audiencia social**.

Tal y como indica Marcos (2014), Kantar Media ha lanzado Kantar Twitter TV Ratings para medir por primera vez la audiencia de Twitter. A través de este ranking muestra los cinco programas más comentados en esta red social.

Esta red social es una herramienta que nos permite saber cuáles son los puntos fuertes y débiles de nuestro programa. De manera que podemos modificarlos o potenciarlos para conseguir que el programa tenga una buena audiencia.

Por ello, los usuarios de las redes sociales son de gran ayuda a la hora de desarrollar los programas de televisión.

- **Prolongación del *prime time*.**

Un factor que comienza a perjudicar a algunos programas es su emisión en *prime time* cada vez más tarde, prolongándose hasta la franja de *late night*. Esto imposibilita a los espectadores poder seguir el programa desde el principio hasta el final.

Pero el motivo por el que se retrasa el comienzo del *prime time* es debido a los hábitos de los espectadores.

Según afirma Puellas (2016): “el pico máximo de audiencia se sitúa alrededor de las 22:40 horas”. Teniendo en cuenta esto, la decisión de las cadenas por retrasar sus programas de *prime time* tiene su explicación.

Además, hay otro factor que influye y es el factor económico. Al prolongar sus programas de *prime time* hasta la franja de *late night* se ahorra crear un programa para esa franja.

Como ejemplos de esta larga duración tenemos los casos de ‘La Voz’, ‘Tu Cara Me Suena’ o ‘MasterChef’.

Sin embargo, esto provoca que determinados programas como son los concursos o programas de talentos, vean como su audiencia se reduce debido a esto. Si no pueden ver todo el programa hasta el final, no conocerán quién es el eliminado de cada semana, por lo que perderán las ganas de continuar viéndolo.

- **Aparición de personajes anónimos o famosos.**

La aparición de personajes anónimos o famosos parece influir en el éxito de un determinado formato.

Este ejemplo los vemos en programas como ‘MasterChef’ o ‘Tu Cara Me Suena’. Ambos programas han lanzado nuevas versiones de su formato original.

En el caso de ‘MasterChef’ lanzó una edición con famosos bajo el título ‘MasterChef Celebrity’. Esta nueva edición del formato parece que interesó a los espectadores. Como indica Migelez (2016), su final logró un 28,2% con casi 3 millones y medio de espectadores.

Por el contrario, en el caso de ‘Tu Cara Me Suena’ su edición con anónimos no está interesando tanto como la de famosos. Bajo el título de ‘Tu Cara No Me Suena Todavía’ lanzó la primera edición del formato con anónimos.

Aunque se estrenó con un gran 25,9% de share (Bermejo, 2017), su audiencia se reduce semana tras semana. Su último dato de audiencia correspondiente al 12 de mayo fue de un 16,8%, lejos del dato de su estreno (Anónimo, 2017m).

- **Formato novedad.**

La novedad es algo que atrae a los espectadores. Después de fórmulas más que agotadas y miles de formatos con características similares, un formato que aporte algo nuevo a la parrilla televisiva se agradece por parte de los espectadores.

Si tenemos un formato de novedad y sabemos crear un buen formato, tenemos muchas posibilidades de que se convierta en líder de audiencia.

Sin embargo, en muchas ocasiones las productoras comentan fallos a la hora de crear un formato, a lo que hay que añadir

una mala programación por parte de la cadena. Esto lleva a que el formato vaya perdiendo audiencia.

Un reciente ejemplo fue el estreno de `Splash! Famosos al agua´ que como comentamos anteriormente se estrenó con una gran audiencia, por ese factor de novedad, pero que por determinados factores esa audiencia se fue reduciendo tanto que no renovó por una segunda temporada.

Como hemos analizado, existen factores que pueden perjudicar o por el contrario beneficiar a un programa de televisión a la hora de su lanzamiento. Por ello, las cadenas y productoras de televisión tienen que analizar todas las herramientas que tienen a su disposición para conseguir crear un buen formato.

Como hemos visto, las redes sociales son un punto esencial a tener en cuenta tanto por la cadena como por la productora. Es una forma de saber qué cosas modificar y que cosas potenciar, además de saber cuál es el impacto que consigue la cadena con el programa.

Hay que tener en cuenta a los espectadores a la hora de programar un formato hasta altas horas de la noche. Puesto que esto puede llegar a perjudicar al formato.

El factor de los personajes famosos parece que llama la atención de los espectadores. Ver en televisión a determinados famosos enfrentándose entre sí, es algo que interesa y entretiene a los espectadores.

Por último, el factor novedad es clave para conseguir audiencia y más en un momento de saturación de programas con características muy similares entre sí.

Teniendo en cuenta todo esto, las cadenas y productoras de televisión tienen que saber qué es lo que quieren los espectadores y a partir de ahí crear un formato teniendo en cuenta sus gustos. Si crean un buen formato teniendo en cuenta a los espectadores y las cadenas de televisión lo programan bien, el formato tiene muchas posibilidades de convertirse en todo un éxito entre los espectadores.

Como conclusiones generales del Trabajo de Fin de Grado establecemos las siguientes. Después de haber analizado diferentes formatos de televisión tanto nacionales como internacionales, haber llevado a cabo una encuesta para conocer los gustos y preferencias de los espectadores, conocer cuáles han sido los principales factores para que un determinado programa de televisión funcionase o acabara siendo cancelado y teniendo en cuenta las estrategias de las cadenas de televisión para programar, vamos a proponer cuáles serían aquellos aspectos que debería tener un programa de televisión para conseguir un éxito de audiencia. Todo ello teniendo en cuenta que el grupo de encuestados tenía una edad entre 20 y 35 años.

El programa debería programarse en la franja de *prime time* con una emisión semanal. La emisión semanal es la más idónea teniendo en cuenta que no buscamos la monotonía, sino atraer al espectador y que este se divierta.

Como duración máxima estableceríamos una hora y media con el objetivo de que el programa no se prolongue más allá de la franja de *prime time*.

En el programa aparecerían personajes famosos y conocidos para el público de entre 20 y 35 años. Con ello añadiríamos un atractivo para que estos lo viesen.

La mecánica del programa sería que estos famosos harían diferentes tipos de pruebas de talentos con el objetivo de ver cuál de ellos es el que mejor se desenvuelve en un ámbito profesional diferente al suyo.

9. Documentación:

Alonso, Marta (2009). “‘Un, dos, tres... responde otra vez’, Nostalgia TV”. En *¡Vaya Tele!*. [Recuperado de <https://www.vayatele.com/tve-1/un-dos-tres-responda-otra-vez-nostalgia-tv>]. (Consultado el 28/05/2017)

Álvarez, José (2011). “‘Operación Triunfo’: Diez años del éxito inimaginable de un programa de talento”. En *FormulaTV*. [Recuperado de <http://www.formulatv.com/noticias/21721/operacion-triunfo-diez-anos-exito-inimaginable-programa-talento/>]. (Consultado 12/03/2017)

Álvarez, José (2011). “Telecinco promociona ‘The Voice’ con su título original en inglés”. En *FormulaTV*. [Recuperado de <http://www.formulatv.com/noticias/22504/telecinco-promociona-the-voice-titulo-original-ingles/>]. (Consultado el 05/05/2017)

Álvarez, José (2013). “‘Splash! Famosos al agua’ se despide con un 16,5% de media tras perder paulatinamente gran parte de su audiencia”. En *FormulaTV*. [Recuperado de <http://www.formulatv.com/noticias/30806/splash-famosos-al-agua-despide-161-media-perder-audiencia/>]. (Consultado el 21/04/2017)

Álvarez, José (2013). “‘MasterChef’ se despide triplicando en su final (33,1%) la audiencia de su estreno (11%)”. En *FormulaTV*. [Recuperado de <http://www.formulatv.com/noticias/31871/masterchef-despide-triplicando-final-audiencia-estreno/>]. (Consultado el 05/05/2017)

Álvarez, José (2013). “Martina Klein y Cayetana Guillén Cuervo, candidatas a presentadoras de ‘MasterChef’ en La 1”. En *FormulaTV*. [Recuperado de <http://www.formulatv.com/noticias/29051/martina-klein-cayetana-guillen-cuervo-candidatas-presentadoras-masterchef-la-1/>]. (Consultado el 05/05/2017)

Amil, G. (2011). “‘Mucho que perder, poco que ganar...’ también se despide de la sobremesa”. En *Diario de Jerez*. [Recuperado de http://www.diariodejerez.es/television/perder-despide-sobremesa_0_525547565.html]. (Consultado el 12/05/2017)

Anónimo (S.F.). “La historia de ‘Sé lo que hicisteis’”. En *Tutele*. [Recuperado de <http://www.tutele.net/la-historia-de-%E2%80%98se-lo-que-hicisteis%E2%80%99/>]. (Consultado el 15/03/2017)

Anónimo (S.F.). “El Intermedio”. En *Ecoteuve*. [Recuperado de <http://ecoteuve.economista.es/programa/El-Intermedio/>]. (Consultado el 15/03/2017)

Anónimo (2006). “El equipo de ‘No somos nadie’ llega a la tele con ‘El hormiguero’”. En *FormulaTV*. [Recuperado de <http://www.formulatv.com/noticias/2822/el-equipo-de-no-somos-nadie-llega-a-la-tele-con-el-hormiguero/>]. (Consultado el 19/03/2017)

Anónimo (2007). “‘El hormiguero’, a diario desde el lunes con nuevas secciones”. En *FormulaTV*. [Recuperado de <http://www.formulatv.com/noticias/5437/el-hormiguero-a-diario-desde-el-lunes-con-nuevas-secciones/>]. (Consultado el 19/03/2017)

Anónimo (2011a):“Se acabó ‘Sé lo que hicisteis’”. En *Vertele*. [Recuperado de http://vertele.eldiario.es/verteletv/actualidad/acabohicisteis_0_1245775431.html] (Consultado el 10/03/2017)

Anónimo (2011b).” La final de ‘OT 2011’ supera en espectadores a la de ‘OT 2009’”. En *FormulaTV*. [Recuperado de <http://www.formulatv.com/noticias/18476/los-protegidos-supera-operacion-triunfo-franja-emision/>]. (Consultado 14/03/2017)

Anónimo (2011c). “MTV prepara un nuevo reality con Alaska y Mario Vaquerizo como protagonistas”. En *FormulaTV*. [Recuperado de <http://www.formulatv.com/noticias/18807/mtv-prepara-nuevo-reality-alaska-mario-vaquerizo-protagonistas/>]. (Consultado el 23/04/2017)

Anónimo (2012). “‘La Voz’ mejor estreno de un formato de entretenimiento desde ‘Operación Triunfo 2005’”. En *FormulaTV*. [Recuperado de <http://www.formulatv.com/noticias/27033/la-voz-mejor-estreno-formato-entretenimiento-desde-operacion-triunfo-2005/>]. (Consultado el 05/05/2017)

Anónimo (2013a). “La verificación de los hechos a través de datos será la clave de ‘El Objetivo’ de Ana Pastor”. En *FormulaTV*. [Recuperado de <http://www.formulatv.com/noticias/31309/verificacion-hechos-traves-datos-clave-el-objetivo/>]. (Consultado el 15/03/2017)

Anónimo (2013b). “laSexta prepara el reality ‘Top Chef’, un formato muy parecido al ‘MasterChef’ que emitirá La 1”. En *FormulaTV*. [Recuperado de <http://www.formulatv.com/noticias/29127/lasexta-prepara-reality-top-chef-formato-similar-masterchef-la1/>]. (Consultado el 13/05/2017)

Anónimo (2015a). “‘Cámbiame’ (13,8%) se estrena con éxito tras mejorar en más de 5 puntos a ‘Robin Food’”. En *FormulaTV*. [Recuperado de <http://www.formulatv.com/noticias/47029/audiencias-cambiame-se-estrena-telecinco-rozando-14-por-ciento/>]. (Consultado el 19/03/2017)

Anónimo (2015b). “Telecinco cumple 25 años: recordamos 25 programas que han marcado su historia”. En *FormulaTV* [Recuperado de <http://www.formulatv.com/noticias/44371/telecinco-25-anos-recordamos-25-programas-historia/>]. (Consultado el 04/04/2017)

Anónimo (2016a). “El botón amarillo, clave en la mecánica de ‘Got Talent España’ en Telecinco”. En *FormulaTV*. [Recuperado de <http://www.formulatv.com/noticias/52476/boton-amarillo-clave-mecanica-got-talent-espana-telecinco/>]. (Consultado el 05/05/2017)

Anónimo (2016b). “‘Got Talent España’ (19%) se despide líder en su franja pero con tendencia a la baja”. En *FormulaTV*. [Recuperado de <http://www.formulatv.com/noticias/55587/got-talent-espana-balance-primera-temporada/>]. (Consultado el 05/05/2017)

Anónimo (2017a). “Isabel Pantoja lleva a 'El Hormiguero' a su récord de audiencia más polémico”. En *Diariocritico*. [Recuperado de <http://www.diariocritico.com/isabel-pantoja-dispara-hormiguero-record-audiencia>] (Consultado el 10/03/2017)

Anónimo (2017b). “ ¡Ahora Caigo!”. En *Gestmusic*. [Recuperado de <http://www.gestmusic.es/project/ahora-caigo/>]. (Consultado el 14/03/2017)

Anónimo (2017c). “Tú sí que sí”. En *Gestmusic*. Recuperado de <http://www.gestmusic.es/project/tu-si-que-si/>. (Consultado el 14/03/2017)

Anónimo (2017d). “Nosotros”. En *Globomedia*. [Recuperado de <http://www.globomedia.es/Quienes-Somos>]. (Consultado el 15/03/2017)

Anónimo (2017e). “La fábrica de la tele, Globomedia y Cuarzo Producciones, las que más horas produjeron en televisión en 2016”. En *FormulaTV*. [Recuperado de <http://www.formulatv.com/noticias/64898/la-fabrica-de-la-tele-globomedia-cuarzo-mas-producen-2016/>]. (Consultado el 15/03/2017)

Anónimo (2017f). “Nosotros”. En *Fábrica de la Tele*. [Recuperado de <http://lafabricadelatele.com/nosotros/asi-empezo-todo/>]. (Consultado el 17/03/2017)

Anónimo (2017g). “Sálvame”. En *Fábrica de la Tele*. [Recuperado de <http://lafabricadelatele.com/programas/magazine/salvame/>]. (Consultado el 17/03/2017)

Anónimo (2017h). “Nosotros”. En *7yacción*. [Recuperado de <http://www.7yaccion.com/conocenos/>]. (Consultado el 19/03/2017)

Anónimo (2017i). “Isabel Pantoja da máximo histórico a 'El hormiguero' (23,8%) y 'Casados a primera vista' (16,9%) se beneficia”. En *FormulaTV*. [Recuperado de <http://www.formulatv.com/noticias/63995/audiencias-30-enero-isabel-pantoja-el-hormiguero-maximo-historico/>]. (Consultado el 19/03/2017)

Anónimo (2017j). “Tonterías las justas”. En *7yacción*. [Recuperado de <http://www.7yaccion.com/programas/tonterias-las-justas/>]. (Consultado el 20/03/2017)

Anónimo (2017k). “Nosotros”. En *Gestmusic*. [Recuperado de <http://www.gestmusic.es/project/lluvia-de-estrellas/>]. (Consultado el 03/04/2017)

Anónimo (2017l). “‘Desnúdame’ tiene fecha de estreno y muestra sus primeros rostros españoles”. En *Vertele*. [Recuperado de http://vertele.eldiario.es/noticias/desnudame-dkiss_0_1863713619.html]. (Consultado el 17/04/2017)

Anónimo (2017m). “‘Tu cara no me suena todavía’ lidera con un gran 16,8% y ‘Ocho apellidos vascos’ le sigue muy de cerca (16,6%)”. En *FormulaTV*. [Recuperado de <http://www.formulatv.com/noticias/67725/audiencias-12-mayo-tu-cara-no-me-suena-todavia-lidera-8-apellidos-vascos/>]. (Consultado el 15/05/2017)

Arriaza, Helena (2016). “Imitar, una apuesta segura en la historia de Antena 3”. En *Diario de Sevilla*. [Recuperado de http://www.diariodesevilla.es/television/Imitar-apuesta-segura-historia-Antena_0_1089491045.html]. (Consultado el 03/04/2017)

Atresmedia (2015). “Composición accionarial”. En *Atresmedia corporación* [Recuperado de http://www.atresmediacorporacion.com/accionistas-inversores/accionariado/estructura-accionarial/accionariado-accion-capital-social_2012042500046.html]. (Consultado el 15/03/2017)

Bermejo, Miguel (2017). “‘Tu cara no me suena todavía’ (25,9%) y ‘La voz kids’ (24,1%) aterrizan con éxito en la noche del viernes”. En *Vanitatis*. [Recuperado de http://www.vanitatis.elconfidencial.com/television/audiencias/2017-03-11/estreno-tu-cara-no-me-suenatodavia-la-voz-kids-audiencias-10-marzo-2017_1346498/]. (Consultado el 15/05/2017)

Carro, David (2017). “TVE confirma el regreso de ‘Operación Triunfo’, 16 años después de su estreno”. En *FormulaTV*. [Recuperado de <http://www.formulatv.com/noticias/67075/tve-confirma-regreso-operacion-triunfo/>]. (Consultado el 28/05/2017)

Castellanos, J (2017). “Desnúdame, el nuevo programa de citas que llega hoy a DKISS”. En *As*. [Recuperado de http://as.com/tikitakas/2017/01/13/portada/1484305186_924863.html]. (Consultado el 17/04/2017)

Confuso, José (2016). “‘Crónicas Marcianas’, el programa que hizo un arte de la ‘telebasura’”. En *El País*. [Recuperado de http://elpais.com/elpais/2016/08/12/tentaciones/1470988038_648788.html]. (Consultado el 04/04/2017)

Costas, Nayín (2017). “Así acaparaba Rosa López, hace 15 años, las portadas de los periódicos tras ‘Eurovisión’”. En *Vanitatis*. [Recuperado de http://www.vanitatis.elconfidencial.com/television/programas-tv/2017-05-26/rosa-lopez-eurovision-portadas-periodicos_1389252/]. (Consultado el 28/05/2017)

De Hoyos, Javier (2015). “Santi Millán, presentador de ‘Got Talent España’”. En *FormulaTV*. [Recuperado de <http://www.formulatv.com/noticias/48765/santi-millan-presentador-got-talent-espana/>]. (Consultado el 05/05/2017)

De Hoyos, Javier (2016). “Cuatro quita a ‘Gym Tony’ del access prime time y estrena ‘Toma partido’, una serie de especiales de debate político”. En *FormulaTV*. [Recuperado de <http://www.formulatv.com/noticias/53532/cuatro-estrena-toma-partido-access-prime-time-el-intermedio/>]. (Consultado el 08/05/2017)

De Hoyos, Javier (2017). “Cuatro cancela ‘Hazte un selfi’”. En *FormulaTV*. [Recuperado de <http://www.formulatv.com/noticias/63539/cuatro-cancela-hazte-un-selfi/>]. (Consultado el 08/05/2017)

Díaz, José (2013) “‘Splash! Famosos al agua’: todo lo que necesitas saber”. En *¡Vaya Tele!*. [Recuperado de <https://www.vayatele.com/antena-3/splash-famosos-al-agua-lo-que-necesitas-saber>]. (Consultado el 21/04/2017)

El Periódico Tele (2015). “Nace la macroproductora televisiva Endemol Shine Iberia”. En *elPeriódico*. [Recuperado de <http://www.elperiodico.com/es/noticias/tele/nace-endemol-shine-iberia-4011392>]. (Consultado el 10/03/2017)

Gómez, Alejandro (2015). “‘Homo Zapping’, siempre en el recuerdo”. En *Perdidos en la tele*. [Recuperado de <http://perdidosenlatele.com/2015/01/22/homo-zapping-siempre-en-el-recuerdo/>]. (Consultado el 04/04/2017)

Gómez, José (2015). “Antena 3 cumple 25 años: recordamos los 25 programas que han marcado su historia”. En *FormulaTV*. [Recuperado de <http://www.formulatv.com/noticias/43262/antena-3-cumple-25-anos-programas-marcado-historia/>]. (Consultado el 03/04/2017)

Íñigo, José María (2013). *La tele que fuimos. Del Un, dos, tres a la telebasura*. Barcelona, Ediciones B.

Jabonero, Daniel (2014). “‘Sálvame’, el reality que destronó a ‘Gran Hermano’ en Telecinco”. En *Vanitatis*. [Recuperado de http://www.vanitatis.elconfidencial.com/television/2014-04-28/salvame-el-reality-que-destrono-a-gran-hermano_121251/]. (Consultado el 03/04/2017)

Jabonero, Daniel (2015). “¿Cuál es la productora con mayor presencia en la televisión?”. En *Bluper*. [Recuperado de <http://bluper.elespanol.com/noticias/productora-mayor-presencia-television>] (Consultado 12/03/2017)

López Reina, Jesús (2017). “Repasamos la historia del ‘Un, dos, tres...’, que cumple 45 años. En *Vertele*. [Recuperado de http://vertele.eldiario.es/noticias/Repasamos-historia-cumple-atisbo-renovacion_0_1897610261.html]. (Consultado el 28/05/2017)

Marcos, Natalia (2014). “La televisión y Twitter consolidan su relación”. En *El País*. [Recuperado de http://cultura.elpais.com/cultura/2014/12/04/television/1417689029_704368.html]. (Consultado el 13/05/2017)

Merenciano, Carlos (2017). “Telecinco prescindirá de ‘Sálvame Deluxe’ los viernes para enfrentar ‘La Voz Kids’ a ‘TCNMST’”. En *FormulaTV*. [Recuperado de <http://www.formulatv.com/noticias/65136/telecinco-prescindira-deluxe-viernes-enfrentar-la-voz-kids-tcnmst/>]. (Consultado el 08/05/2017)

Migelez, Xabier (2011). “Antena 3 compra ‘Celebrity Splash’, mientras que Telecinco se hace con los derechos de ‘Stars in Danger’”. En *FormulaTV*. [Recuperado de <http://www.formulatv.com/noticias/28920/antena3-compra-celebrity-splash-mientras-telecinco-adquiere-derechos-adaptacion-stars-in-danger/>]. (Consultado el 13/05/2017)

Migelez, Xabier (2012). “La 1 prepara la adaptación española del talent show culinario ‘MasterChef’”. En *FormulaTV*. [Recuperado de <http://www.formulatv.com/noticias/28605/la1-prepara-adaptacion-espanola-talent-show-culinario-masterchef/>]. (Consultado el 05/05/2017)

Migelez, Xabier (2012). “‘Un, dos, tres...responda otra vez’, el concurso por excelencia en España cumple 40 años”. En *FormulaTV*. [Recuperado de <http://www.formulatv.com/noticias/24575/un-dos-tres-responda-otra-vez-concurso-excelencia-espana-40-aniversario/>]. (Consultado el 03/04/2017)

Migelez, Xabier (2016). “La final de ‘MasterChef Celebrity’ bate récord tras barrer con un 28,2%”. En *Vanitatis*. [Recuperado de http://www.vanitatis.elconfidencial.com/television/audiencias/2016-12-14/audiencias-final-masterchef-celebrity-barre-la1_1303654/].

(Consultado el 15/05/2017)

Milagro, Iñaki (2015). “‘Sálvame’ bate récord histórico de espectadores con su ‘fashion week’”. En *Vanitatis*. [Recuperado de http://www.vanitatis.elconfidencial.com/television/audiencias/2015-01-23/salvame-bate-record-historico-de-espectadores-con-su-fashion-week_628304/]. (Consultado el 17/03/2017)

Mora, Raúl (2011). “‘Tu cara me suena’ (19%) se corona como el programa revelación de la temporada”. En *FormulaTV*. [Recuperado de <http://www.formulatv.com/noticias/22459/tu-cara-me-suena-corona-programa-revelacion-temporada/>]. (Consultado el 08/05/2017)

Moreno, Adriano (2016). “El access prime time ya no es cosa de dos: las claves de la franja más codiciada”. En *Cadena Ser*. [Recuperado de http://cadenaser.com/ser/2016/10/19/television/1476870635_467845.html]. (Consultado el 09/05/2017)

Navarro, Sergio (2017). “‘Tu Cara Me Suenan’ bate récord histórico de share en su quinta edición con un 23,6% de media”. En *FormulaTV*. [Recuperado de <http://www.formulatv.com/noticias/65266/balance-tu-cara-me-suena-record-historico-quinta-edicion/>]. (Consultado el 14/03/2017)

Objetivo TV (2011). “¡Ahora Caigo! Marca su récord histórico en la edición de tarde con el 19,4% de share”. En *ObjetivoTV*. [Recuperado de http://www.antena3.com/objetivotv/analisis/ahora-caigo-lidera-tarde-mas-dos-millones-espectadores_201112165790975e4beb28989490f0ac.html].

(Consultado el 14/03/2017)

Objetivo TV (2015). “‘El Intermedio’ marca nuevo máximo histórico (17,6%)”. En *ObjetivoTV*. [Recuperado de http://www.antena3.com/objetivotv/analisis/intermedio-marca-nuevo-maximo-historico-1766_20150526578f9c2c6584a8b7b427eb71.html]. (Consultado el 15/03/2017)

Onieva, Álvaro (2011). “La historia de Operación Triunfo en 10 actuaciones”. En *¡Vaya Tele!*. [Recuperado de <https://www.vayatele.com/tve-1/la-historia-de-operacion-triunfo-en-10-actuaciones>]. (Consultado el 10/03/2017)

Oreja, A (2016). “‘Hable con ellas’ cierra temporada con su peor cuota de pantalla (12,7%) pero con máximo histórico en espectadores”. En *FormulaTV*. [Recuperado de <http://www.formulatv.com/noticias/58932/balance-tercera-temporada-hable-con-ellas/>]. (Consultado el 17/03/2017)

Oreja, A (2016). “‘OT. El reencuentro’ vuelve a hacer historia al cerrar los especiales con un 22,7% de media”. En *FormulaTV*. [Recuperado de <http://www.formulatv.com/noticias/60705/balance-ot-el-reencuentro/>]. (Consultado el 28/05/2017)

Oterino, Manu (2016). “Hazte un selfi´ se emitirá en directo a partir del lunes 17 de octubre con Uri Sàbat y Adriana Abenia”. En *FormulaTV*. [Recuperado de <http://www.formulatv.com/noticias/60312/hazte-un-selfi-directo-lunes-uri-sabat-adriana-abenia/>] (Consultado el 08/05/2017)

Pastrana, David (2010). “El Gran Juego de la Oca´, Nostalgia TV”. En *¡Vaya Tele!*. [Recuperado de <https://www.vayatele.com/antena-3/el-gran-juego-de-la-oca-nostalgia-tv>]. (Consultado el 03/04/2017)

Polo, Juan (2010). “El Informal´, Nostalgia TV”. En *¡Vaya Tele!*. [Recuperado de <https://www.vayatele.com/telecinco/el-informal-nostalgia-tv>]. (Consultado el 04/04/2017)

Puelles, Miriam (2016). “¿Por qué el `prime time´ televisivo acaba tan tarde?”. En *Bez*. [Recuperado de <http://www.bez.es/577998989/por-que-prime-time-televisivo-acaba-tarde.html>]. (Consultado el 15/05/2017)

Redondo, David (2014). “Moda televisiva: programas con niños”. En *Cadena Ser*. [Recuperado de http://cadenaser.com/ser/2014/05/20/television/1400553328_850215.html]. (Consultado el 13/05/2017)

Sánchez, Vicente (2017). “Pulsaciones' (17,1%) tiene un gran estreno, 'Tú sí que sí' llega discreto (5,7%) y 'GH VIP 5' cae a un 14,1%”. En *FormulaTV*. [Recuperado de <http://www.formulatv.com/noticias/63259/audiencias-10-enero-pulsaciones-gran-estreno-gh-vip-5-cae/>]. (Consultado el 14/03/2017)

Telemanía. (2014). “Hable con ellas en Telecinco', emoción y descaro en el 'late night’”. [Recuperado de http://www.telecinco.es/telemania/programas/programas-nacionales/hable-ellas-telecinco-late-night-sandra-barneda-natalia-millan-beatriz-montanez-yolanda-ramos-alyson-eckmann_0_1776075111.html]. (Consultado el 17/03/2017)

Terán, Borja (2012). “‘Alaska y Mario’, oda a la tontería”. En *lainformación*. [Recuperado de <http://blogs.lainformacion.com/telediaria/2012/03/19/alaska-y-mario-oda-a-la-tonteria/>]. (Consultado el 23/04/2017)

Terán, Borja (2016). “‘Ahora Caigo’ entrega sus 100.000 euros: la pérdida del efecto sorpresa en TV”. En *lainformación*. [Recuperado de <http://blogs.lainformacion.com/telediaria/2016/11/17/ahora-caigo-entrega-100-000-euros/>]. (Consultado el 14/03/2017)

¡Vaya tele! (2015). “‘Gran Prix’, Nostalgia TV”. [Recuperado de <https://www.vayatele.com/la-tele-de-ayer/grand-prix-nostalgia-tv>]. (Consultado el 29/03/2017)

Vertele (2003). “Chicho apuesta por una estrella de televisión local para presentar el nuevo ‘Un, dos, tres’”. [Recuperado de http://vertele.eldiario.es/verteletv/actualidad/Chicho-apuesta-estrella-television-presentar_0_406159381.html]. (Consultado el 03/04/2017)

Vertele (2005). “Se despide ‘Crónicas Marcianas’, el programa que cambió la TV en España”. [Recuperado de http://vertele.eldiario.es/verteletv/actualidad/Cronicas-Marcianas-programa-TV-Espana_0_608339163.html]. (Consultado el 04/04/2017)

Vertele. (2010). “‘Tonterías las justas’ alcanza otro récord con más del 8%”. [Recuperado de http://vertele.eldiario.es/audiencias-canales/analisis-espana/AUDIENCIAS-JUEVES-AGOSTO-Tonterias-alcanza_0_1162983693.html]. (Consultado el 20/03/2017)

20minutos (2014). “El Objetivo’ de Ana Pastor bate su récord de audiencia gracias a Pablo Iglesias”. [Recuperado de <http://www.20minutos.es/noticia/2298106/0/pablo-iglesias/el-objetivo-ana-pastor/record-audiencia/>]. (Consultado el 15/03/2017)

10. Anexo.

Gustos televisivos.

Página 1

¿Hace un uso frecuente de las redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram)? *

- sí
 no

En caso afirmativo a la anterior pregunta, ¿para qué utiliza las redes sociales?

- Para informarme sobre noticias.
 Para comentar sobre programas de televisión.
 Para interactuar con mis seguidores.

¿Prefiere ver los programas de televisión en directo o a través de internet? *

- Programas en directo.
 Programas a través de internet.

¿Hay algún factor que le provoque no ver un determinado programa de televisión hasta el final? *

- Monotonía.
 No tener en cuenta a los espectadores.
 Larga duración de cada programa.

A la hora de ver un determinado programa de televisión, ¿cuáles es el factor principal para decaer mismo? *

- Novedad.
- Aparezcan personajes famosos.
- Pruebas físicas.
- Pruebas culturales.
- Aparezcan niños.
- Aparezcan personajes anónimos.

¿Qué tipo de formato televisivo le llama más la atención? *

- Reality show.
- Programa del corazón.
- Concurso de conocimiento.
- Programa de talentos (musicales, de cocina)
- Programa de citas.
- Programas de humor.