



---

**Universidad de Valladolid**

CURSO 2014-2015

**Facultad de Filosofía y Letras**

**Grado en Periodismo**

**Análisis de las audiencias de los 12  
acontecimientos más relevantes de  
2014 en los informativos de  
televisión de los canales generalistas**

**Alumna: Laura Cembranos Lajo**

**Tutora: Leire Gómez Rubio**

**Convocatoria: Julio**

**Análisis de las audiencias de los  
12 acontecimientos más  
relevantes de 2014 en los  
informativos de televisión de los  
canales generalistas**

**Resumen:** Este Trabajo Fin de Grado abarca el estudio de las audiencias de los informativos de las principales cadenas generalistas españolas –La 1, Antena 3 y Telecinco- en los 12 acontecimientos más relevantes de 2014 en base a una serie de criterios periodísticos. Analiza si el número de espectadores aumenta en estos eventos de especial importancia comparándolo con la audiencia media mensual de los informativos de cada una de las cadenas. Estudia también si la elección de un informativo u otro depende del tipo de acontecimiento en relación con la ideología de la cadena, para esta segunda cuestión utilizaremos como dato el *share* de los informativos. Con este doble nivel de análisis, se pretende conocer el comportamiento de la audiencia cuando acontece una noticia importante, tanto si acude en mayor medida a informarse, como si decide una cadena u otra en función del acontecimiento sucedido y la ideología de la cadena.

**Palabras claves:** audiencia, informativos, espectadores, *share*, cadena.

**Abstract:** This final project involves an study of the news bulletins audiences at principal spanish generalist channels - La 1, Antena 3 y Telecinco -, on the twelve most important events from 2014 based in a journalist standard points list. It analyzes if spectator number grows up on these specially important events, comparing with mensual audience from the news bulletins of these channels. Also it analyzes if the spectators chose one or other channel due to politic ideology of that, in this case we are going to use the tv share as a piece of information to get our results. With this double analice check, it is pretended to know audience habits when an important news happens, as much in the rise of spectators looking for inform themselves, like if the rise of spectators is due to politic sense associate to the channel they choose.

**Key words:** audience, news bulletin, spectators, share, channel.

# Índice de contenidos

1. Introducción .....	10
1.1.    Justificación del tema .....	13
2. Objetivos, hipótesis y metodología .....	14
2.1.    Selección de la muestra .....	18
2.2.    Muestra objeto de análisis .....	19
3. Las audiencias en los informativos y su análisis en 2014 .....	21
3.1.    La televisión y sus espacios informativos .....	21
3.1.1 Elementos de los informativos en televisión.....	24
3.1.2 Información y audiencias .....	25
3.2.    Radiografía de los acontecimientos más relevantes de 2014 emitidos en los informativos de televisión.....	27
3.3.    Estudio del número de espectadores.....	40
3.3.1 La Infanta Cristina es imputada por segunda vez .....	40
3.3.2 Fuentes enfrentamientos en Ucrania que se saldan con 21 muertos .....	43
3.3.3 Desaparece un avión con 239 personas a bordo.....	44
3.3.4 El adiós al escritor y periodista Gabriel García Márquez .....	46
3.3.5 Podemos es la sorpresa de las elecciones europeas.....	49
3.3.6 El relevo en la corona, de Juan Carlos I a Felipe VI.....	50
3.3.7 Pedro Sánchez es el nuevo Secretario General del PSOE.....	54
3.3.8 El primer español infectado de ébola llega a España .....	57
3.3.9 El pueblo escocés vota “No” a la independencia .....	59
3.3.10 Las tarjetas Black de Caja Madrid .....	60
3.3.11 Cataluña realiza una consulta independentista alternativa .....	62

3.3.12	Alfonso Alonso es el nuevo Ministro de Sanidad .....	64
3.3.13	Recuento de resultados .....	67
3.4.	Estudio del movimiento de la audiencia.....	68
3.4.1	La Infanta Cristina es imputada por segunda vez .....	68
3.4.2	Violentos enfrentamientos en Ucrania entre la policía y los manifestantes...	69
3.4.3	Un avión de Malaysia Airlines desaparece en pleno vuelo.....	71
3.4.4	Fallece el escritor y periodista Gabriel García Márquez.....	72
3.4.5	Podemos sorprende en las elecciones europeas .....	73
3.4.6	Juan Carlos I abdica en favor de su hijo Felipe VI .....	74
3.4.7	El PSOE elige nuevo Secretario General, Pedro Sánchez .....	76
3.4.8	El primer español infectado con ébola es repatriado a España .....	78
3.4.9	Escocia celebra su referéndum independentista.....	79
3.4.10	Sale a la luz el escándalo de las tarjetas Black de Caja Madrid.....	81
3.4.11	Cataluña celebra su consulta alternativa .....	82
3.4.12	Alfonso Alonso es nombrado nuevo Ministro de Sanidad.....	83
3.4.13	Resumen de resultados .....	84
4.	Conclusiones .....	86
5.	Bibliografía.....	90
6.	Webgrafía .....	91
7.	Anexos.....	97
7.1.	La 1 TVE .....	97
7.2.	Antena 3.....	109
7.3.	Telecinco .....	121

## Índice de tablas

Tabla 1. Audiencias medias anuales de los informativos de las principales cadenas generalistas (2014).....	12
Tabla 2. Acontecimientos seleccionados de 2014.....	20
Tabla 3. Número de espectadores y su variación en los informativos del 7 de enero....	41
Tabla 4. Programas más vistos el 7 de enero de 2014.....	42
Tabla 5. Número de espectadores y su variación en los informativos del 18 de febrero	43
Tabla 6. Número de espectadores y su variación en los informativos del 8 de marzo...	45
Tabla 7. Número de espectadores y su variación en los informativos del 18 de abril ...	47
Tabla 8. Programas más vistos el 18 de abril de 2014 .....	48
Tabla 9. Número de espectadores y su variación en los informativos del 25 de mayo..	49
Tabla 10. Número de espectadores y su variación en los informativos del 2 de junio...	51
Tabla 11. Programas más vistos el 2 de junio de 2014.....	52
Tabla 12. Número de espectadores y su variación en los informativos del 19 de junio.	53
Tabla 13. Programas más vistos el 19 de junio de 2014.....	53
Tabla 14. Número de espectadores y su variación en los informativos del 13 de julio .	55
Tabla 15. Programas más vistos el 13 de julio de 2014 .....	56
Tabla 16. Número de espectadores y su variación en los informativos del 7 de agosto	57
Tabla 17. Programas más vistos el 7 de agosto de 2014 .....	58
Tabla 18. Número de espectadores y su variación en los informativos del 18 de septiembre.....	59
Tabla 19. Programas más vistos el 1 de octubre de 2014.....	61
Tabla 20. Número de espectadores y su variación en los informativos del 1 de octubre	61

Tabla 21. Número de espectadores y su variación en los informativos del 9 de noviembre .....	63
Tabla 22. Programas más vistos el 9 de noviembre de 2014.....	64
Tabla 23. Número de espectadores y su variación en los informativos del 3 de diciembre .....	65
Tabla 24. Programas más vistos el 3 de diciembre de 2014.....	66
Tabla 25. Comportamiento de la audiencia en los informativos estudiados .....	67
Tabla 26. Share medio de los informativos del mes de enero .....	68
Tabla 27. Share medio de los informativos del mes de febrero .....	70
Tabla 28. Share medio de los informativos del mes de marzo .....	71
Tabla 29. Share medio de los informativos del mes de abril.....	72
Tabla 30. Share medio de los informativos del mes de mayo .....	73
Tabla 31. Share medio de los informativos del mes de junio.....	75
Tabla 32. Share medio de los informativos del mes de julio.....	77
Tabla 33. Share medio de los informativos del mes de agosto.....	78
Tabla 34. Share medio de los informativos del mes de septiembre .....	79
Tabla 35. Share medio de los informativos del mes de octubre .....	81
Tabla 36. Share medio de los informativos del mes de noviembre.....	82
Tabla 37. Share medio de los informativos del mes de diciembre .....	83
Tabla 38. Informativo más visto de cada una de las franjas estudiadas .....	85
Tabla 39. Datos de audiencia del 22 de diciembre de 2014 .....	86

## Índice de gráficos

Gráfico 1. Penetración de los medios en los hogares españoles en 2014.....	14
Gráfico 2. Variación del número de espectadores el 7 de enero .....	42
Gráfico 3. Variación del número de espectadores el 18 de febrero.....	44
Gráfico 4. Variación del número de espectadores el 8 de marzo .....	46
Gráfico 5. Variación del número de espectadores el 18 de abril.....	48
Gráfico 6. Variación del número de espectadores el 25 de mayo .....	50
Gráfico 7. Variación del número de espectadores el 2 de junio .....	52
Gráfico 8. Variación del número de espectadores el 19 de junio .....	54
Gráfico 9. Variación del número de espectadores el 13 de julio.....	56
Gráfico 10. Variación del número de espectadores el 7 de agosto.....	58
Gráfico 11. Variación del número de espectadores el 18 de septiembre.....	60
Gráfico 12. Variación del número de espectadores el 1 de octubre .....	62
Gráfico 13. Variación del número de espectadores el 9 de noviembre .....	64
Gráfico 14. Variación del número de espectadores el 3 de diciembre .....	66
Gráfico 15. Share de los informativos analizados el 7 de enero.....	69
Gráfico 16. Share de los informativos analizados el 18 de febrero.....	70
Gráfico 17. Share de los informativos analizados el 8 de marzo .....	72
Gráfico 18. Share de los informativos analizados el 18 de abril .....	73
Gráfico 19. Share de los informativos analizados el 25 de mayo.....	74
Gráfico 20. Share de los informativos analizados el 2 de junio .....	75
Gráfico 21. Share de los informativos analizados el 19 de junio .....	76



Gráfico 22. Share de los informativos analizados el 13 de julio .....	78
Gráfico 23. Share de los informativos analizados el 7 de agosto .....	79
Gráfico 24. Share de los informativos analizados el 18 de septiembre .....	80
Gráfico 25. Share de los informativos analizados el 1 de octubre .....	82
Gráfico 26. Share de los informativos analizados el 9 de noviembre .....	83
Gráfico 27. Share de los informativos analizados el 3 de diciembre .....	84

## 1. Introducción

El estudio de las audiencias es de gran importancia en los medios de comunicación. Ya sea prensa escrita u online, radio o televisión, las audiencias condicionan la programación y los recursos económicos del medio. De este modo la programación se ve afectada por la audiencia que tenga un medio; de hecho “las cifras de audiencia son los índices determinantes de los ingresos o financiación de una determinada cadena y por tanto decisivos en la continuidad o desaparición de un determinado programa” (Jauset, 2008:15), al tiempo que también nos permite conocer los gustos del público, qué contenidos demanda y qué contenidos rechaza.

En el año 2014, periodo en el que se centra el estudio de este Trabajo Fin de Grado, hay numerosos casos de programas o series que fracasaron por sus bajas cuotas de audiencia, siendo este índice el que motivó su desaparición de la parrilla, su no renovación para otra temporada o relego a una franja horaria menos relevante. Por poner un ejemplo que muestra el poder de la audiencia, el 9 de junio de 2014, TVE estrenó en La 1 “El pueblo más divertido”. Un programa que se emitía los lunes en *prime time* y que recordaba al mítico “El Grand Prix del verano” de Ramón García que estuvo 11 años en antena y posteriormente 4 años en televisiones autonómicas, y en el que se realizaban competiciones veraniegas entre pueblos. En esta ocasión, la cadena pública optó por un formato muy similar, presentado por Mariló Montero y Millán Salcedo. El día de su estreno tuvo apenas un 8% de *share* y 1.407.000 espectadores. Pero en sus dos siguientes programas esta cuota de audiencia siguió en retroceso, con un 7% y un 6.5% de *share*. Tras esta poca expectación demostrada por el público, TVE decidió quitar el programa del *prime time* para sustituirlo por cine<sup>1</sup>.

Los 10 programas restantes, de los 13 grabados, se emitirían los martes a partir de las 23.40h, en el *late night* después de “Comando Actualidad”. Además el programa no

---

<sup>1</sup>Información obtenida de [http://cadenaser.com/ser/2014/06/27/television/1403836527\\_850215.html](http://cadenaser.com/ser/2014/06/27/television/1403836527_850215.html)  
(consultado 31/05/2015)

consiguió hacer frente al “Chiringuito de Pepe” de Telecinco, líder de audiencia en el *prime time* del lunes con más de 4 millones de espectadores<sup>2</sup>.

La retirada del programa, que siguió bajando la audiencia hasta un 2.1% de *share* en su emisión número 13 el día de la final -2 de septiembre de 2014-, es un ejemplo de cómo la audiencia es muy relevante en las decisiones de las cadenas. En el caso de Televisión Española, los datos de audiencia influyen solo sobre la permanencia de su parrilla, no sobre la publicidad, ya que desde el año 2010 no tiene<sup>3</sup> (BOE, 2009). Pero a nivel económico, la audiencia influye en gran medida en los medios de comunicación. Estos son empresas públicas o privadas que necesitan determinada financiación para realizar sus contenidos, tanto informativos como de entretenimiento. La audiencia así, interviene en el nivel de ingresos de un medio, que recaudará más dinero a mayor audiencia. Y es que en 2014, “el crecimiento de inversión –publicitaria- experimentado por el medio televisivo en el año 2014 ha sido del 11.0%, situando su cifra en 1.890,4 millones de euros frente a los 1.703,4 millones del año anterior” (Infoadex, 2015).

“De todas formas, últimamente las cadenas de televisión no dejan respirar demasiado los programas que no funcionan. Existen auténticos récords de espacios que no han llegado ni a su tercer día de emisión” (Marín, 2008:80). Algo así sucedió en otras cadenas a causa de una baja audiencia, y por lo tanto bajos ingresos publicitarios, como por ejemplo en “Dreamland” serie española de Cuatro -336.000 espectadores y 3.6% de *share*-, “A Bailar” programa de baile de Antena 3 -2.021.000 espectadores y 12.6% de *share*-, o “Ex, ¿qué harías por tus hijos?” reality de convivencia de parejas separadas de Telecinco -1.069.000 espectadores y 9.3% de *share*-.<sup>4</sup>

---

<sup>2</sup>Información obtenida de <http://www.vertele.com/noticias/los-exitos-y-fracasos-del-2014-en-television/> (consultado 31/05/15)

<sup>3</sup> La Ley 8/2009, de 28 de agosto, de financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española, publicada en el BOE el 31 de agosto de 2009, establecía la eliminación de la publicidad en RTVE a partir del 1 de enero de 2010. La ley recoge excepciones como la emisión de eventos deportivos con patrocinios, y recoge como objetivo el de regular el sistema de financiación de la Corporación.

<sup>4</sup>Información obtenida de <http://www.bluper.es/noticias/los-fracasos-de-2014-dreamland-los-viernes-al-show-los-reyes-del-empe%C3%B1o-o-ex> (consultado 31/5/15), <http://www.formulatv.com/noticias/40001/audiencias-pesima-despedida-ex-que-harias-por-tus-hijos/> (consultado 31/5/15), y <http://www.formulatv.com/noticias/36857/audiencias-champions-barre-los-misterios-de-laura-anota-record-temporada/> (consultado 31/5/15)

Estos datos contrastan con la audiencia obtenida por algunos de los programas informativos diarios en España, entre los que destacan, por su superioridad con respecto al resto, los emitidos por La 1, Antena 3 y Telecinco, líderes de audiencia no sólo como cadenas, sino también dentro de los espacios informativos, con los siguientes datos en el año 2014:

Tabla 1. Audiencias medias anuales de los informativos de las principales cadenas generalistas (2014)

	<b>Espectadores medios anuales de los informativos<sup>5</sup></b>	<b>Share medio anual de los informativos<sup>6</sup></b>	<b>Share medio anual de la cadena<sup>6</sup></b>
<b>La 1 TVE</b>	1.832.000	12.7%	10.0%
<b>Antena 3</b>	1.783.000	13.1%	13.6%
<b>Telecinco</b>	1.996.000	14.5%	14.5%

FUENTE: elaboración propia a partir de datos proporcionados por Mediaset y Barlovento Comunicación (2015)

Por este motivo, en este Trabajo Fin de Grado nos vamos a centrar en las audiencias de los programas informativos diarios de estos tres canales de televisión, y más concretamente, en el estudio de la evolución de sus audiencias durante los 12 acontecimientos seleccionados como los más relevantes del año, uno por mes.

Para ello estructuraremos el grueso del trabajo en dos partes fundamentales. En primer lugar la descripción de los acontecimientos más relevantes de 2014, que recogerá cada uno de estos eventos y la explicación informativa de qué sucedió y cuándo, así como sus consecuencias. En segundo lugar nos adentraremos en el análisis de las audiencias de cada uno de esos acontecimientos. Este segundo apartado recogerá los datos de

<sup>5</sup>Información obtenida de [http://www.telecinco.es/telemania/audiencias/Balance-anual-informativos-Mediaset-telecinco-cuatro\\_0\\_1923600514.html](http://www.telecinco.es/telemania/audiencias/Balance-anual-informativos-Mediaset-telecinco-cuatro_0_1923600514.html) (consultado 05/06/15)

<sup>6</sup>Información obtenida de <http://www.barloventocomunicacion.es/images/publicaciones/analisis-televisivo-2014-Barlovento.pdf> (consultado 05/06/15)

audiencias durante esos eventos en los informativos de las tres cadenas generalistas de mayor trayectoria –La 1, Antena 3 y Telecinco-. El análisis tendrá un doble nivel, en cuanto al número de espectadores y en cuanto al porcentaje de *share*. Ambos datos se compararán para ver su evolución respecto a la audiencia media de los informativos, si ha aumentado la audiencia, ha disminuido o se mantiene.

Finalmente se exponen las conclusiones respecto a los datos obtenidos, para comprobar si se cumplen o no las hipótesis planteadas en el estudio.

## **1.1. Justificación del tema**

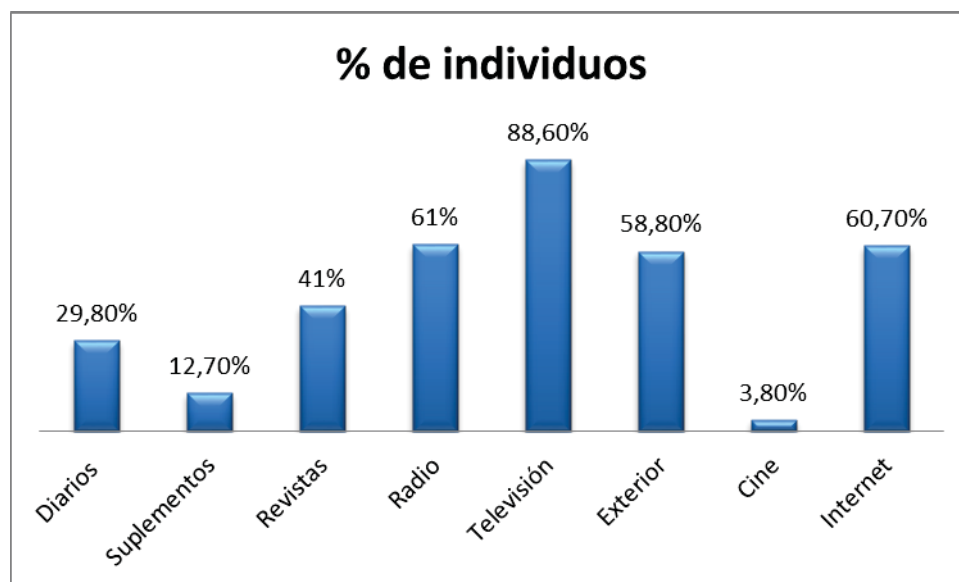
El estudio de audiencias es importante por una doble razón: por la influencia sobre los contenidos y sobre los recursos económicos que puede obtener un medio de comunicación. No solo las audiencias de los programas de entretenimiento o en horas de *prime time*, sino también son relevantes las de los informativos, ya que “desde antaño son la columna vertebral de la programación de las grandes cadenas generalistas. [...] De hecho, los programas informativos diarios se encuentran, desde una perspectiva histórica, entre los programas de mayor audiencia de la televisión” (Peralta, 2012:39).

De este modo, el estudio de este tipo de espacios también es importante por ser uno de los programas de mayor audiencia y, por lo tanto, que mayor expectación tiene por parte de la población que desea estar informada de la actualidad. La televisión es un medio de comunicación que permite informarse de cosas que suceden en otra parte del mundo, no solo a través de texto o sonido, sino que también nos muestra imágenes de aquellos lugares lejanos donde se ha producido la noticia. Todo ello acompañado de un lenguaje simple y comprensible. Por ello, “la radio y la televisión han logrado convertirse en medios cercanos al público, puesto que huyen de un lenguaje demasiado culto y técnico, acercándose a otro más simple, coloquial y urbano” (Marín, 2008:50).

La televisión, junto a la radio, es uno de los medios al que más personas acuden para informarse, ya que ambos “han conseguido penetrar, gracias a las nuevas técnicas, en todas las clases sociales que conforman un país, convirtiéndose en un referente de entretenimiento y, sobre todo, de información por su credibilidad e inmediatez” (Marín,

2008:50). Así lo reflejan los datos de la tercera oleada del EGM de 2014, en los que podemos ver que la penetración de la televisión en los hogares españoles es del 88.6%. Muy por delante de la radio que le sigue con un 61% e internet con un 60.7% (AIMC, 2014).

Gráfico 1. Penetración de los medios en los hogares españoles en 2014



FUENTE: elaboración propia a partir de datos del EGM (AIMC, 2014)

Además, son 239 minutos de media al día los que los espectadores están ante este medio de comunicación, lo que “significa repetir la tercera mayor marca histórica (246 minutos en 2012, 244 minutos en 2013 y 239 minutos en 2011)” (Barlovento Comunicación, 2014). Por todo ello, en este estudio se pretende poner el foco en las audiencias de los informativos en televisión, principalmente en los eventos más destacados del año 2014.

## 2. Objetivos, hipótesis y metodología

El objetivo principal de este Trabajo Fin de Grado es analizar el comportamiento de la audiencia a nivel informativo en las grandes cadenas generalistas españolas –La 1 de Televisión Española, Antena 3 y Telecinco- para, en primer lugar, comprobar si la audiencia de este tipo de programas aumenta en aquellas jornadas en las que se produce algún acontecimiento de relevancia informativa destacada y, por otro lado, para

determinar a dónde se dirigen las personas al informarse en función del tipo de noticia que acontece, si bien a una cadena más conservadora o más progresista.

Así, se estudiará si la línea editorial de la cadena está relacionada con el aumento de audiencia en un acontecimiento determinado. Es decir, si una noticia de carácter más conservador como puede ser un tema monárquico es más vista en una cadena que tenga una ideología conservadora, y si lo mismo sucede con una noticia de carácter más progresista, en la que la audiencia se dirija a una cadena con una ideología más de izquierdas.

Todo ello teniendo en cuenta que en la actualidad una noticia muy relevante nos suele llegar en el instante en el que sucede y en ocasiones no es necesario esperar al horario de emisión del informativo, ya que “hoy, los teletinformativos mantienen una repercusión social y mediática enorme a pesar de que, con el fenómeno de Internet y las redes sociales, están perdiendo la exclusiva” (Peralta, 2012: 39-40). En consecuencia, nos basamos en la idea de que los oyentes ya conocen en pinceladas de qué trata la noticia principal del día y son los que deciden a qué informativo acudir para informarse. Así veremos a qué informativo acude el público mayoritariamente, y si esta elección depende de la ideología a la que tiende la información.

Para ello, como ya hemos indicado, seleccionaremos los 12 eventos más relevantes de 2014 en función de una serie de criterios de noticiabilidad que detallaremos más adelante. Cada uno de ellos con su temática o peculiaridades ideológicas, por lo que estudiaremos si cada acontecimiento en concreto hace aumentar la audiencia de los informativos respecto a su audiencia media, y si esto sucede en las tres cadenas a estudiar, o si por el contrario en función del tipo de noticia que es, el público se dirige a un canal mayoritariamente respecto a los otros dos.

En este estudio se parte de dos hipótesis:

- La audiencia media mensual de los informativos de las cadenas generalistas españolas con mayor trayectoria –La 1 de Televisión Española, Antena 3 y Telecinco- aumenta en los acontecimientos claves de cada mes.

- La audiencia prefiere los canales de corte conservador, La 1 de Televisión Española y Antena 3, para informarse de los acontecimientos de temática conservadora, mientras que para informarse sobre eventos de carácter más progresista prefieren Telecinco.

Por ejemplo, para el relevo en la corona española con la abdicación de Juan Carlos I y la sucesión de Felipe IV, al ser un asunto monárquico, se plantea que la audiencia acudirá en mayor medida a informarse a Televisión Española, puesto que es la cadena pública estatal, y en su defecto, irá seguida de Antena 3, que tiene una línea más conservadora que Telecinco.

Por otra parte, si hablamos del nombramiento del nuevo líder del Partido Socialista Obrero Español, Pedro Sánchez, se espera que la audiencia acuda a los informativos de una cadena más progresista, como puede ser Telecinco.

Todo ello, partiendo de la idea de Peralta (2012), que nos dice que los informativos en la actualidad están perdiendo la exclusiva, pero no por ello su difusión y popularidad, ya que en ocasiones las noticias nos llegan antes de ver el propio informativo de televisión. Y es que al saber en un titular cuál es la noticia más importante, existe la posibilidad de elegir en qué cadena de televisión nos queremos informar más en profundidad de la misma. Por este motivo, estudiaremos si la audiencia decide acudir a una cadena u otra en función del tipo de noticia que acontece.

Tal y como ya se ha señalado, las cadenas de televisión sobre las que se va a estudiar las audiencias de sus informativos son las principales cadenas generalistas españolas en cuanto a audiencias registradas. El primer canal de Televisión Española, Antena 3 y Telecinco son las cadenas elegidas, no solo por ser las que más audiencia tienen, sino también por ser las que poseen una mayor trayectoria, es decir, un mayor número de años de emisión. Se han tenido en cuenta los informativos de las 15:00 horas y de las 21:00 horas por ser los que cuentan con un mayor índice de audiencia según datos de



Kantar Media publicados en portales de comunicación especializados como Ecoteuve y Laguiatv<sup>7</sup>.

En Ecoteuve podemos encontrar las audiencias separadas clasificadas por el tipo de programa, es decir, todos los datos de un informativo al mes; por su parte en Laguiatv, podemos encontrar las audiencias ordenadas en el ranking de programas más visos de cada día.

En este Trabajo Fin de Grado el estudio de las audiencias se hará en dos niveles. Por una parte para la comprobación de la primera hipótesis estudiaremos –según el número de espectadores, si estos aumentan en los informativos de los días seleccionados-, es decir en los 12 acontecimientos que explicaremos posteriormente. También se han recogido los datos de audiencia de estos 6 informativos diarios seleccionados durante todo el año<sup>10</sup>, para poder calcular de esta manera la media mensual de audiencia en cuanto a número de espectadores.

Con ambos datos, los espectadores de un informativo y la media mensual de los informativos de esa cadena, se comparará si en ese determinado evento la audiencia aumenta, disminuye o se mantiene. Para establecer estas tres categorías, consideramos que aumenta si supera en 100.000 espectadores la media del mes, que disminuye si es inferior a 100.000 espectadores, y que se mantiene si la cifra es próxima a la media. Finalmente sumaremos los resultados obtenidos para establecer qué criterio predomina. Tomamos esa cifra como límite significativo de variación, ya que las audiencias suelen superar el millón de espectadores y una variación por debajo de 100.000 es lo que sería una variación por debajo de un 10%, que es mínima en relación al total de audiencia habitual.

La segunda parte del estudio se realiza para la comprobación de la segunda hipótesis -según el tipo de acontecimiento, si es monárquico, político, social, de sucesos, deportivo, etc.; la audiencia se informa en unas cadenas u otras en función de si estas

---

<sup>7</sup> Todos los datos completos de las audiencias de los informativos analizados, procedentes de Kantar Media y obtenidos de portales especializados como Ecoteuve o Laguiatv, pueden consultarse en los anexos de este trabajo.

tienen una línea editorial más conservadora o progresista-. Para ello analizamos el *share* de los informativos a estudiar en los 12 eventos seleccionados. Con los *share* de los tres informativos de la misma franja horaria, podremos establecer si en ese determinado acontecimiento la audiencia se decantó en mayor medida por una cadena u otra. También se han recogido todos los datos de *share* de todos los informativos de esas cadenas del año 2014, para poder hacer el *share* medio de cada mes y tenerlo como referencia.

Además en ambos estudios, en la media mensual tanto del número de espectadores como de *share*, se ha diferenciado entre la media de los días de diario –de lunes a viernes- y la media de los fines de semana. Puesto que como norma general, la audiencia de los fines de semana no es la misma que la de los días de diario; ya que por ejemplo en Telecinco es mucho menor y en Antena 3 es mayor, tras la observación de todos los datos. Además, los presentadores no son los mismos, ni los hábitos laborales de los espectadores.

De este modo la comparativa entre el día a estudiar y la media se hará en función de en qué día de la semana sucedió el acontecimiento. El objetivo es obtener datos más precisos no influenciados por los hábitos diarios de las personas que pueden ser diferentes de lunes a viernes que los fines de semana.

## **2.1. Selección de la muestra**

Para determinar cuáles son los eventos más importantes del año, partimos de los criterios aportados por algunos autores. Para Lyle Spencer una noticia es “un hecho o una idea que interesa a un amplio número de lectores”, como lo recoge Armentia y Caminos (2009:115). Por otra parte Carl Warren (1975) cree que los ingredientes básicos de una noticia son la actualidad, la proximidad, las consecuencias, la relevancia personal, el suspense, la rareza, el conflicto, el sexo, la emoción y el progreso. Armentia y Caminos (2009) proponen 17 criterios que actúan con mayor intensidad, algunos de ellos son la actualidad, la temporalidad, la proximidad, la exclusividad, el interés, la

excepcionalidad, la genericidad, la circulación, las consecuencias para el público, la relevancia de los actores, etc.

Así, seleccionaremos el evento más importante de cada mes durante el año 2014, teniendo en cuenta principalmente los criterios de estos tres autores, Warren y Armentia y Caminos. También tendremos en cuenta factores como:

- Que las noticias hayan abierto los informativos de ese día en las cadenas estudiadas, ya que fueron destacadas por su importancia; o bien que aunque no sea la primera noticia, aparezcan en los titulares de los informativos como acontecimiento o suceso destacado.
- La proximidad, es decir, la cercanía a España. Que sea un tema de carácter nacional y que afecte a un gran número de personas.
- Noticias, que aunque sean de carácter internacional, hayan tenido repercusión en nuestro país o impacto a nivel mundial, debido a un alto número de personas afectadas en el suceso o unas consecuencias importantes para la sociedad.

Excluimos noticias deportivas, ya que en ocasiones como recoge Peralta (2012:160) “la sección de Deportes se ha externalizado del propio teleinformativo”. De este modo, encontramos en algunas cadenas como si fueran dos informativos, el convencional y uno exclusivo de deportes que aparece diferenciado incluso en las parrillas de programación.

Al ser dos bloques diferenciados, los resultados de audiencia no son los mismos y englobándolo podría haber datos erróneos. Además, en este segundo informativo exclusivamente deportivo de algunas cadenas, los datos de audiencia serán diferentes, puesto que el espectador de deportes encenderá el televisor si solo quiere esta sección a la hora en la que se indica en la parrilla de televisión, al ser un programa independiente.

## **2.2.Muestra objeto de análisis**

De este modo, los acontecimientos elegidos para el análisis del año 2014 son:

Tabla 2. Acontecimientos seleccionados de 2014

<u>Mes</u>	<u>Acontecimiento</u>	<u>Sección</u>	<u>Fecha</u>
<b>Enero</b>	Imputación Infanta Cristina	Nacional	07/01/2014
<b>Febrero</b>	Ucrania al borde de la Guerra Civil	Internacional	18/02/2014
<b>Marzo</b>	Vuelo Malaysia Airlines	Internacional	08/03/2014
<b>Abril</b>	Fallece Gabriel García Márquez	Internacional	17/04/2014
<b>Mayo</b>	Podemos en las Europeas	Nacional	25/05/2014
<b>Junio</b>	Juan Carlos I abdica	Nacional	02/06/2014
	Felipe VI le sucede en el trono		19/06/2014
<b>Julio</b>	Pedro Sánchez Secretario General	Nacional	13/07/2014
<b>Agosto</b>	Repatriación 1er español ébola	Nacional	07/08/2014
<b>Septiembre</b>	Referéndum en Escocia	Internacional	18/09/2014
<b>Octubre</b>	Tarjetas Black Caja Madrid	Nacional	01/10/2014
<b>Noviembre</b>	Consulta Catalana	Nacional	09/11/2014
<b>Diciembre</b>	Alfonso Alonso Ministro de Sanidad	Nacional	03/12/2014

FUENTE: elaboración propia

Se analiza un evento por mes, pero en junio hemos de hacer una excepción, porque el evento más importante de este sucede en dos días, hablamos de la sucesión en la corona española. Al tratarse de un acontecimiento tan relevante para la historia de España, no podemos solo analizar el día de la abdicación del Rey Juan Carlos I o solo el día de la sucesión en el trono de Felipe VI, ya que uno es la consecuencia del otro y el segundo no se podría haber dado sin la noticia del primero.

De este modo, en junio haremos una excepción y estudiaremos ambos acontecimientos, y por lo tanto, los informativos de ambos días. Siendo así, 12 eventos + 1, ya que los de junio podríamos decir que es el mismo pero en dos días.

Se recogerá información detallada sobre cada uno de los acontecimientos y sus antecedentes, consecuencias, qué ocurrió, etc. Ese día será objeto de estudio en nuestro análisis de audiencias.

### **3. Las audiencias en los informativos y su análisis en 2014**

Las cadenas de televisión poseen informativos prácticamente desde su creación, pero en este caso el estudio se centrará en 2014, en aspectos como su repercusión. Para ello se analizarán tanto el número de espectadores en los días seleccionados como su *share*.

#### **3.1. La televisión y sus espacios informativos**

Son muchos los informativos diarios que emiten las cadenas de televisión desde prácticamente el nacimiento de esta. Según el canal, reciben un nombre u otro – Telediario, Antena 3 Noticias, Noticias Cuatro, Informativos Telecinco, La Sexta Noticias, etc.- pero genéricamente los denominamos informativos o, como propone Peralta (2012), teleinformativos.

Los informativos tienen un enorme impacto social y son seguidos por millones de personas. Son de gran importancia ya que “no hay que perder la vista nunca que el 50% de la población que ve televisión solo se informa a través de ella” (Marín, 2008:123-124).

Suelen ser de corte generalista para dirigirse a una mayor masa de público, aunque son la seña de identidad de la cadena que les diferencia de su competencia. Han sido la columna vertebral de las cadenas desde sus inicios y se encuentran entre los programas de mayor audiencia (Peralta, 2012).

El informativo es uno de los programas estrella de la televisión junto con el magazine. Un programa puntero en un medio audiovisual que en la actualidad sigue siendo de los más seguidos por la audiencia pese al fuerte impacto de las nuevas tecnologías y sobre todo de Internet (Marín, 2008).

“Pero para llegar a este posicionamiento tan fuerte, la radio y la televisión han tenido que recorrer cien años de historia con sus momentos de auge y decaimiento” (Marín, 2008:21). Como recoge este mismo autor, los historiadores fechan en 1935 el inicio de la televisión, “británicos y alemanes, adelantándose a los americanos en unos años,

fueron los iniciadores de la televisión” (Marín, 2008:31). Sin embargo, fue en EEUU donde se empezaron a hacer los primeros sondeos, en un primer momento para cuantificar los oyentes de la radio, que después se trasladaron a la televisión. (Jauset, 2008).

Precisamente fueron los radioaficionados, los primeros que se interesaron por aspectos técnicos de la televisión en España. El 28 de octubre de 1956 se inaugura la televisión pública, Televisión Española, y única en aquel momento. Apenas un año después, “el 15 de septiembre de 1957 iniciaba su andadura un espacio informativo llamado Telediario, puesto en marcha por hombres como Ángel Marrero, José de las Casas y Jesús Álvarez, entre otros. Aunque en un principio este espacio carecía de imágenes (y cuando estas llegaban podía haber pasado incluso varios días)” (Marín, 2008:40).

Ya en 1963 el 80% del territorio nacional podía conectarse a la televisión y en enero de 1965 comenzó a emitir el segundo canal de Televisión Española denominado UHF y conocido como la Segunda Cadena. En 1972 llegaron las primeras emisiones en color y en 1982 empezaron las primeras televisiones autonómicas, que supondrían por el momento una mínima competencia a TVE (Marín, 2008).

Los avances también se iban produciendo en el ámbito de los audímetros. Los primeros aparecieron en EEUU, mientras que en Europa, Reino Unido fue el primer país que los utilizó. Evolucionaron hasta los audímetros de tercera generación “los cuales requerían la colaboración del panelista a través de un mando a distancia, para que el dispositivo pudiera conocer o identificar quién estaba delante del televisor (niño/a, mujer/hombre, amigos o vecinos) consiguiéndose así datos individualizados del consumo” (Jauset, 2008:27).

Estos aparatos fueron más necesarios en España en la década de los 90 con la llegada de las televisiones privadas. El 25 de enero de 1990 comenzaron las emisiones de Antena 3, el 3 de marzo las de Telecinco y el 14 de septiembre las de Canal Plus, la primera televisión de pago en España. Fue el momento en el que la televisión pública se vio afectada por la competencia y surgió la lucha por las audiencias y por conseguir un mayor número de espectadores (Marín, 2008). “Mientras TVE iba perdiendo su hegemonía de rey de las audiencias, las privadas y las autonómicas arañaban, poco a

poco, un trozo más del nuevo pastel a causa de la cantidad de telespectadores diversificados que se iban configurando” (Marín, 2008:46-47).

Las privadas lograban en 1990 un 10% de la audiencia total, mientras que en 1994 esta cifra había ascendido al 44% (Marín, 2008). En 2005 y 2006 la competencia incrementó con la aparición de nuevas cadenas como Cuatro y La Sexta respectivamente. “Si en 1992. Las grandes cadenas generalistas (TVE 1, Antena 3 y Telecinco) se repartían casi el 70% de la cuota de audiencia en España, en 2007 esas mismas televisiones no llegaron al 50% y la tendencia parece imparable” (Bernaola, Adrover y Sánchez-Chiquito, 2011:178).

En 2010 con la llegada de la TDT y muchos más canales entre los que los espectadores podían elegir, aumentó aún más la lucha por la audiencia. Esta batalla por conseguir el máximo número de espectadores se ha trasladado también a los informativos (Bernaola, Adrover y Sánchez-Chiquito, 2011), espacio considerado de prestigio en todas las cadenas (Marín, 2008).

Como consecuencia “atrás han quedado los datos de *share* que conseguían hace años las grandes cadenas generalistas” (Bernaola, Adrover y Sánchez-Chiquito, 2011:178). Se ha pasado en apenas dos décadas de un monopolio a una gran oferta de cadenas a través de diferentes tecnologías de difusión (Jauset, 2008). “Hasta hoy, las grandes cadenas de televisión continúan trabajando y luchando para conseguir las máximas audiencias en sus teleinformativos [...]. Las audiencias de la televisión digital se han fragmentado y las grandes cifras globales disminuyen año tras año” (Peralta, 2012:187).

Sin embargo, aunque los informativos mantienen su gran repercusión social, “con el fenómeno de Internet y las redes sociales, están perdiendo la exclusiva” (Peralta, 2012:39-40). Con el avance de las nuevas tecnologías, el espectador tiene formas de informarse al instante. “Cuando apareció la radio y, posteriormente, la televisión, la prensa perdió una de las ventajas que tenía como medio de comunicación: ser el primero en dar la noticia. Los medios digitales han superado incluso a la radio y la televisión, puesto que no necesitaban interrumpir sus emisiones para ofrecer, por ejemplo, una noticia que se acaba de producir” (Marín, 2008:172).

Sin embargo, tanto la radio como la televisión conservan su gran popularidad, debido a la forma en la que se usa el lenguaje y el hecho de que el espectador no requiere emplear tanta atención como en leer la prensa (Marín, 2008).

### **3.1.1 Elementos de los informativos en televisión**

El lenguaje o forma de comunicar en la televisión, y especialmente en los informativos, se compone de palabra, imagen y sonido. “El lenguaje televisivo obliga a concentrar las ideas en pocas palabras, eliminar cualquier cosa que sea superflua, hacer frases sencillas y en voz activa” (Gimeno y Peralta, 2008:9). En la actualidad, “la tendencia es cada vez mayor a usar un lenguaje popular, de la calle, sin que por eso deje de ser correcto y riguroso” (Bernaola, Adrover y Sánchez-Chiquito, 2011:63). Además, algunos autores como Armentia y Caminos (2009), inciden en que en este lenguaje deben predominar características como la claridad, la concisión y la naturalidad.

Estos aspectos deben formar parte de la noticia, que es el género básico de los informativos (Marín, 2008). La “noticia es un hecho verdadero, inédito o actual, de interés general, que se comunica a un público que pueda considerarse masivo, una vez que ha sido recogido, interpretado y valorado por los sujetos promotores que controlan el medio utilizado para la difusión” (Martínez Albertos, 2007:288). Aunque para otros autores como Warren es lo que publican los diarios, o según Charles A. Dana es cualquier cosa sobre la que habla la gente, como recoge Gomis (2008).

La duración de una noticia en televisión oscila entre los 45 segundos o un minuto y treinta segundos (Marín, 2008). Estas noticias o piezas abarcan la información del día en un informativo y “se elaboran fundamentalmente en función de unos criterios periodísticos, de unas formas de trabajo y según la personalidad y potencialidad de cada medio de comunicación” (Peralta, 2012:160). El periodista elabora el contenido según sus criterios y el estilo de la cadena. Muchos autores han escrito sobre los criterios noticiosos, algunos de estos son el interés, la actualidad, la proximidad, la repercusión, la transcendencia, lo inesperado o raro, etc. Pero siempre “el informativo de televisión está confeccionado por un equipo humano y, por tanto, su criterio va a ser siempre subjetivo” (Bernaola, Adrover y Sánchez-Chiquito, 2011:37).



En este estudio se trabajará sobre los criterios noticiosos que establecen los autores para la selección de los 12 acontecimientos, pero también intervienen otros factores en la elección de las noticias de un informativo como “criterios empresariales, periodísticos, televisivos, políticos, comerciales, etc., pero en general el objetivo unánime es atraer la atención del espectador, ganar audiencia, con dosis de credibilidad suficientes” (Bernaola, Adrover y Sánchez-Chiquito, 2011:39).

Otro factor extraperiodístico que interviene es la línea editorial. “Los informativos siguen siendo el buque insignia de las cadenas, su principal herramienta para difundir su línea editorial” (Bernaola, Adrover y Sánchez-Chiquito, 2011:180). De este modo, dos informativos de dos cadenas distintas no serán iguales aunque emitan las mismas noticias.

Las noticias son así “un puzle que cuenta en este medio con dos condicionantes fundamentales: las imágenes y el tiempo” (Bernaola, Adrover y Sánchez-Chiquito, 2011:34). Las imágenes están asociadas a las emociones, mientras que la palabra a la razón (Gimeno y Peralta, 2008). Con ellas la televisión consigue construir una representación de la realidad y en muchas ocasiones las imágenes se convierten en las protagonistas incluso por encima de la propia voz en off (Marín, 2008).

### **3.1.2 Información y audiencias**

Sin embargo, la lucha por conseguir mayores cifras de audiencia está derivando en un aumento del nivel de estimulación visual y de espectacularización de las noticias en los informativos (Bernaola, Adrover y Sánchez-Chiquito, 2011), que están dirigidos a todo tipo de receptores y tienen una gran incidencia social (Gimeno y Peralta, 2008).

El estudio de estas cifras de audiencia se hace a través de audímetros, como se citó anteriormente. Los resultados se obtienen a través de muestras de un pequeño colectivo y por lo tanto su fiabilidad nunca será del 100%. A pesar de ello los resultados de estos estudios mueven millones de euros derivados de la contratación de espacios publicitarios (Jauset, 2008). “En el mundo de la comunicación muchas de las decisiones afectan tanto a los resultados económicos como a las personas, y dependen en parte de las famosas y temidas cifras de audiencia” (Jauset, 2008:14).

Así, las cifras de audiencia, por un parte “justifica de alguna manera los precios que tienen que pagar por el alquiler” los anunciantes, y por otra “es una herramienta de ayuda para ajustar las parrillas de programación basándose en el conocimiento de los gustos o preferencias de los telespectadores” (Jauset, 2008:15).

Debido a su importancia, es necesario que antes de pasar al estudio de las audiencias de 2014, definamos qué es audiencia y cómo se puede medir. “La audiencia, como magnitud absoluta, se define como el conjunto de individuos que mantiene contacto con el medio, a través de un programa o espacio publicitario y durante un periodo de tiempo determinado” (Jauset, 2008:57). Las cifras de audiencia pueden expresarse en magnitudes absolutas, número de espectadores, o magnitudes relativas, en porcentajes. Cuando se habla de magnitudes absolutas, se habla del número de espectadores que están viendo un espacio televisivo, y cuando se habla de magnitudes relativas podemos establecer el porcentaje en función del público que tiene encendido el televisor o en función de todo el público potencial.

En este trabajo vamos a usar el primer tipo de porcentaje, conocido como cuota de pantalla o *share*, que “posiblemente es el indicador más popular para evaluar las audiencias en televisión. Se define como la relación existente, en porcentajes entre el número de individuos que ven un determinado canal o programa y el total de individuos que están viendo televisión (audiencia total o TTV)” (Jauset, 2008:62).

Los espectadores, para Alejandro Dueñas recogido por Jauset (2008), son un público que cada vez está más entrenado y que descarta lo que no le gusta. “La audiencia aprecia, sobre todo, el tipo de noticias, la inclinación política o la objetividad, la agilidad o densidad del informativo y, en muchas ocasiones, prefiere uno u otro por circunstancias relativamente ajenas, como su “afiliación” al resto de programas de la cadena o la personalidad o imagen de los presentadores” (Bernaola, Adrover y Sánchez-Chiquito, 2011:40). Y es que “la imagen del presentador es la imagen del programa [...] Por eso, la elección del presentador para un informativo es una de las principales claves del éxito o fracaso del mismo” (Bernaola, Adrover y Sánchez-Chiquito, 2011:40).

De este modo veremos entre los informativos analizados, cómo los resultados de audiencia pueden verse influenciados por el presentador, como puede ser el caso de Informativos Telecinco 21:00h con Pedro Piqueras con mucha más audiencia que su predecesor del mediodía.

### **3.2. Radiografía de los acontecimientos más relevantes de 2014 emitidos en los informativos de televisión**

Los 12 acontecimientos a analizar son los siguientes:

#### **Enero: Segunda imputación de la Infanta Cristina por el Caso Nóos**

El juez Castro decide imputar el 7 de enero de 2014 por segunda vez a la Infanta Cristina acusándola de presuntos delitos de blanqueo de capitales y delito fiscal. Le cita a declarar el 8 de marzo a las 10:00h en Palma de Mallorca según el auto de 227 páginas. Los delitos podrían conllevar penas de 6 años de prisión en el caso de delito fiscal y 5 de cárcel más multa en el caso de blanqueo de capitales.

Ya en abril de 2013 fue imputada por tráfico de influencias en el caso Nóos, pero en mayo de este mismo año se anuló su imputación, es decir, la infanta no tuvo que acudir a declarar en esa ocasión.

Sin embargo, el juez abrió nuevas líneas de investigación relacionadas con la participación de la Infanta en la contabilidad de la sociedad Aizoon<sup>8</sup>. Esta empresa era compartida al 50% con su marido, Iñaki Urdangarín, y donde presuntamente se realizaron gastos fraudulentos. Según hacienda se destinaron más de 400.000 euros de esta sociedad a la reparación de la vivienda y más de 250.000 para gastos privados<sup>9</sup>.

---

<sup>8</sup>Información obtenida de [http://politica.elpais.com/politica/2014/01/07/actualidad/1389078291\\_184088.html](http://politica.elpais.com/politica/2014/01/07/actualidad/1389078291_184088.html) (consultado 02/06/15)

<sup>9</sup>Información obtenida de <http://www.lavanguardia.com/politica/20140107/54398866696/juez-castro-imputa-infanta-cristina.html> (consultado 02/06/15)

La Casa Real al conocer la noticia ha expresado el respeto ante las decisiones judiciales pero la defensa de la infanta ya ha anunciado que recurrirá a la imputación<sup>10</sup>.

La noticia es de gran relevancia ya que si finalmente en esta segunda ocasión la Infanta Cristina declarara, como finalmente sucedió el 8 de febrero de 2014, es la primera vez en la historia que un miembro de la Familia Real ha tenido que declarar ante un juez<sup>11</sup>.

### **Febrero: Incidentes violentos en Ucrania que la sitúan al borde de la Guerra Civil**

La jornada del 18 de febrero de 2014 fue la más violenta de las transcurridas en casi 3 meses de disturbios entre manifestantes y policía. Conllevó la muerte de 21 personas, unos 300 heridos de los cuales 159 eran policías y al menos 114 personas acabaron en el hospital<sup>12</sup>.

Las protestas antigubernamentales comenzaron en noviembre de 2013 y los manifestantes se encuentran acampados en la Plaza de la Independencia de Kiev. En un primer lugar oponiéndose a la retirada de las negociaciones para que Ucrania formara parte de la Unión Europea, más tarde contra la Ley anti-protestas que tenía como objetivo reprimir a los manifestantes<sup>13</sup>.

En la jornada del 18 de febrero, las fuerzas policiales exigían a los manifestantes el desalojo de la plaza antes de las 17:00 horas. Este lugar, corazón de las protestas desde noviembre, estaba repleto de miles de personas en contra del Gobierno. Las fuerzas policiales entraron en la plaza y el resultado fue una batalla campal entre policía y manifestantes<sup>14</sup>. Mientras la policía intentaba desalojar la plaza con cañones de agua y

---

<sup>10</sup>Información obtenida de <http://www.rtve.es/noticias/20140107/juez-castro-imputa-infanta-cristina-presunto-delito-fiscal-blanqueo-cita-8-marzo/840860.shtml> (consultado 02/06/15)

<sup>11</sup>Información obtenida de <http://www.elmundo.es/baleares/2014/02/08/52f5f0fc22601d767a8b456b.html> (consultado 02/06/15)

<sup>12</sup>Información obtenida de <http://www.rtve.es/noticias/20140218/policia-asalta-plaza-manifestantes-kiev-tras-muerte-nueve-personas/881200.shtml> (consultado 02/06/15)

<sup>13</sup>Información obtenida de <http://www.sopitas.com/site/281450-no-sabes-que-pasa-en-ucrania-aqui-te-decimos-galeria/> (consultado 02/05/15)

<sup>14</sup> Información obtenida de <http://www.rtve.es/noticias/20140218/policia-asalta-plaza-manifestantes-kiev-tras-muerte-nueve-personas/881200.shtml> (consultado 02/06/15)

granadas de aturdimiento, los manifestantes lanzaban cócteles molotov y piedras a la policía. De los 21 fallecidos, al menos 7 eran policías.

Un enfrentamiento en Ucrania que puso en alerta a todos los países, principalmente los europeos, pero también a Rusia y Estados Unidos. Todos ellos instaban al diálogo y desde Alemania se hablaba de imponer sanciones a Ucrania. Ante todo se temía la posibilidad de una Guerra Civil y la división del país, por ello este conflicto despertó el interés internacional.

### **Marzo: El avión MH-370 de Malaysia Airlines desaparece en pleno vuelo**

El vuelo MH-370 de Malaysia Airlines despegó de Kuala Lumpur (Malasia) con destino a Pekín (China) el 8 de marzo de 2014 y la compañía perdió la conexión pasadas las 2 horas de vuelo. En el avión viajaban 239 personas, de las cuales 227 eran pasajeros y 12 tripulantes.

El modelo de avión es un Boeing de número B777-200, una aeronave especialista en viajes transoceánicos. Su piloto era un malasio de 53 años con una experiencia de 18.365 horas de vuelo. La gran mayoría de sus ocupantes eran de nacionalidad china, 153, y no viajaba ningún español. Según las autoridades de este país, el avión no ha entrado en su espacio aéreo y se desconocen las causas de su desaparición. Vietnam considera que el avión se encuentra en las aguas del Golfo de Tailandia, mientras que la compañía aérea ese mismo día, a falta de pruebas, desmiente que se haya estrellado.

Se activaron los dispositivos de búsqueda y rescate pero no se encontró ningún rastro. Son diversas las hipótesis que se plantearon, posible atentado terrorista, un cambio de rumbo y continuó en dirección a la Antártida, sufrió un fallo y se precipitó al mar, secuestro y aterrizaje en algún lugar, o que explotó en pleno vuelo. Después de un año, haber invertido 85 millones de euros en la búsqueda y haber rastreado 24.000 kilómetros cuadrados<sup>15</sup>; todas estas hipótesis siguen sin resolverse, y el avión sin

---

<sup>15</sup>Información obtenida de <http://www.elmundo.es/internacional/2014/03/09/531c699b22601d2b5c8b456c.html> (consultado 23/03/15)

aparecer. Algunos como el Primer Ministro malasio, Najib Razak, lo califican de un hecho “sin precedentes en la historia de la aviación por su complejidad y dificultad técnica”<sup>16</sup>. Ese día levantó gran interés por la desaparición y pasado el tiempo por lo extraordinario del hecho sin que se encuentre su paradero.

Lo único que se confirmó fue la existencia de varios pasaportes falsos de pasajeros que embarcaron, y que el satélite Immarsat siguió recibiendo señales horas después, por lo que expertos han afirmado que el avión continuó volando durante 6 horas más hasta que agotó su combustible<sup>17</sup>.

### **Abril: Fallece el Nobel de Literatura Gabriel García Márquez a los 87 años**

El escritor y periodista colombiano Gabriel García Márquez fallecía en México a las 14:00h hora local (19:00h hora española) a sus 87 años. Recientemente había estado ingresado el 31 de marzo de 2014 en el hospital durante 8 días por una infección pulmonar, aunque otras fuentes, tras su fallecimiento, apuntaban a que esta era un agravamiento del cáncer que aquejaba y que se le había extendido a pulmones, ganglios e hígado<sup>18</sup>.

Es uno de los grandes escritores de la literatura universal y en 1982 fue galardonado con el Premio Nobel de Literatura. Entre sus obras más destacadas podemos encontrar “Cien años de soledad” con la que vendió unos 530 millones de ejemplares en más de 30 idiomas<sup>19</sup>, “El amor en los tiempos del cólera”, “El coronel no tiene quien le escriba”, “El otoño del patriarca”, “Crónica de una muerte anunciada” o “La hojarasca”. También

---

<sup>16</sup>Información obtenida de [http://elpais.com/tag/vuelo\\_mh370/a/](http://elpais.com/tag/vuelo_mh370/a/) (consultado 23/03/15)

<sup>17</sup>Información obtenida de <http://www.rtve.es/noticias/20140308/malaysia-airlines-pierde-contacto-avion-transportaba-239-personas/892100.shtml> (consultado 23/03/15)

<sup>18</sup>Información obtenida de <http://www.elmundo.es/cultura/2014/04/17/53503235e2704e2e468b457e.html> (consultado 11/06/15)

<sup>19</sup>Información obtenida de [http://www.bbc.com/mundo/ultimas\\_noticias/2014/04/140417\\_ultnot\\_muere\\_garcia\\_marquez\\_jgc](http://www.bbc.com/mundo/ultimas_noticias/2014/04/140417_ultnot_muere_garcia_marquez_jgc) (consultado 11/06/15)

escribió grandes reportajes como “Relato de un naufrago” o “Noticia de un secuestro; y cuentos como “Ojos de perro azul” o “Doce cuentos peregrinos”<sup>20</sup>.

Su fallecimiento en México, país donde residió durante décadas<sup>21</sup>, fue noticia internacional por la importancia de sus obras y la gran difusión de ellas en muchos países e idiomas. La noticia se conoció a última hora de la tarde del jueves 17 de abril, y la noticia fue ampliamente difundida en los medios de comunicación de todas las partes del mundo.

### **Mayo: Podemos consigue 5 escaños en las elecciones europeas**

El partido de Pablo Iglesias da la sorpresa en las elecciones europeas y consigue 5 escaños convirtiéndose así en la cuarta fuerza política con 1.2 millones de votos, un 7.97% del total.

El Partido Popular gana las elecciones europeas con 16 escaños, aunque pierde 8 respecto a las elecciones de 2009. El Partido Socialista Obrero Español consigue 14 escaños, perdiendo 7 respecto a las anteriores europeas. La coalición Izquierda Plural, liderada por Izquierda Unida se convierte en tercera fuerza política con 6 escaños; muy seguida de la sorpresa de las elecciones, Podemos, que logra 5 escaños y supera así a Unión Progreso y Democracia que ocupa el quinto lugar con 4 escaños. El resto de plazas de eurodiputados se reparten de la siguiente manera: 3 para Coalición por Europa, 2 para la coalición liderada por Esquerra Republicana y 2 también para Ciudadanos, que se hace un hueco en su primera participación en las europeas<sup>22</sup>. Los Pueblos Deciden y Primavera Europea consiguen 1 escaño cada uno, hasta completar así los 54 totales.

---

<sup>20</sup>Información obtenida de [http://cultura.elpais.com/cultura/2014/02/06/actualidad/1391715274\\_928706.html](http://cultura.elpais.com/cultura/2014/02/06/actualidad/1391715274_928706.html) (consultado 11/06/15)

<sup>21</sup>Información obtenida de <http://www.rtve.es/noticias/20140417/muere-escriptor-gabriel-garcia-marquez-87-anos-domicilio-mexico/921740.shtml> (consultado 11/06/15)

<sup>22</sup>Información obtenida de [http://www.telecinco.es/informativos/europeas2014/Europeas\\_2014-elecciones\\_25\\_de\\_mayo-resultados-Gobierno-Soraya\\_Saenz\\_de\\_Santamaria\\_0\\_1801275384.html](http://www.telecinco.es/informativos/europeas2014/Europeas_2014-elecciones_25_de_mayo-resultados-Gobierno-Soraya_Saenz_de_Santamaria_0_1801275384.html) (consultado 23/03/15)

De este modo, Podemos se convierte en la gran sorpresa de las elecciones europeas, ya que las encuestas no preveían tal cantidad de votos para la agrupación morada. Al partido, que fue fundado el 11 de marzo de 2014, le bastaron menos de 3 meses para conseguir 1.2 millones de votos. Pese a este buen resultado, desde el partido político se mantuvo en todo momento que no es suficiente y que su objetivo es convertirse en la alternativa al bipartidismo en las próximas elecciones generales, en las que anunciaron que se van a presentar.

El resultado de las elecciones europeas deja entrever una posible y real fractura del bipartidismo, con el aumento del apoyo de partidos como Podemos. El apoyo al bipartidismo de PP y PSOE ha caído un 49% en estas elecciones europeas, principalmente a causa del descontento ciudadano que tuvo su origen en el 15M y se ha visto canalizado en un gran número de votos hacia nuevas iniciativas ciudadanas<sup>23</sup>.

### **Junio: De Juan Carlos I a Felipe VI**

El Rey Juan Carlos I anunciaba mediante un comunicado por Televisión Española desde el Palacio de la Zarzuela que abdicaba al trono en favor de su hijo Felipe VI. En el vídeo emitido por RTVE<sup>24</sup> hacía hincapié en que una nueva generación más joven reclamaba ahora el protagonismo y que su hijo, el Príncipe de Asturias, tenía la madurez, preparación y sentido de la responsabilidad suficientes como para asumir la Jefatura del Estado.

Abdica el 2 de junio de 2014 a sus 76 años después de 39 al frente de la monarquía. Accedió al trono el 22 de noviembre de 1975 y este relevo se convierte así en el primero de la actual democracia española. Tras el anuncio de abdicación, se reunió el Consejo de Ministros y se estableció el 19 de junio como fecha para la coronación del que era actual Príncipe de Asturias, que sería coronado como Felipe VI a sus 46 años. Su hija

---

<sup>23</sup>Información obtenida de <http://www.rtve.es/noticias/20140526/podemos-sorpresa-europeas-se-convierte-cuarta-fuerza-cinco-escaños/943108.shtml> (consultado 23/03/15)

<sup>24</sup>Información obtenida de <http://www.rtve.es/noticias/20140602/rey-abdica-hijo-principe-felipe/946961.shtml> (consultado 03/06/15)



Leonor se convertiría en este mismo momento en la actual Princesa de Asturias y futura heredera a la corona, al no tener ningún hermano varón<sup>25</sup>.

En la ceremonia de coronación del 19 de junio, a las 9:30h en el Palacio de la Zarzuela Juan Carlos impondrá a su hijo el fajín de Capitán de los Ejércitos<sup>26</sup>. Después Felipe de Borbón acudirá ya sin la compañía de su padre al Congreso de los Diputados donde se realizará el acto de coronación ante diputados y senadores. Después, ya como Felipe VI dirigirá su primer discurso como Rey, y sobre las 13:00h recibirán en el Palacio Real a unos 2.000 invitados.

El relevo en la corona de Juan Carlos I a Felipe VI es uno de los eventos más importantes del año, y de la historia de España, ya que es el primer relevo en la actual democracia. Además es el primero que se produce por abdicación del Rey anterior, algo histórico en España.

### **Julio: Pedro Sánchez es elegido nuevo Secretario General del PSOE**

Con un 49% de los votos, Pedro Sánchez era elegido el 13 de julio de 2014 como nuevo Secretario General del Partido Socialista Obrero Español, que sustituiría así a Alfredo Pérez Rubalcaba. La elección de los militantes del partido, que no era vinculante, tuvo que ser ratificada en un Congreso Extraordinario los días 26 y 27 de julio.

Es la primera vez que las bases del partido podían elegir a su secretario con voto directo y secreto. Entre los aspirantes al puesto estaban Pedro Sánchez, que obtuvo el 49% de los votos; Eduardo Madina con el 36% y Pérez Tapias con el 15%<sup>27</sup>.

La participación de los militantes socialistas rozó el 66%, es decir, unos 130.000 de los 200.000 afiliados. La decisión se ratifica en el Congreso Extraordinario, y además,

---

<sup>25</sup>Información obtenida de [http://www.antena3.com/celebrities/famosos-realeza/infanta-leonor-sera-princesa-asturias-abdicacion-rey-juan-carlos\\_2014060200148.html](http://www.antena3.com/celebrities/famosos-realeza/infanta-leonor-sera-princesa-asturias-abdicacion-rey-juan-carlos_2014060200148.html) (consultado 03/06/15)

<sup>26</sup>Información obtenida de <http://www.lavanguardia.com/politica/felipe-vi/20140618/54409995748/como-sera-coronacion-felipe-vi.html> (consultado 03/06/15)

<sup>27</sup>Información obtenida de <http://www.rtve.es/noticias/20140714/militantes-eligen-sanchez-como-secretario-general-del-psoe-49-votos/972643.shtml> (consultado 16/04/15)

como el nuevo Secretario General anunció en el momento de su elección, se realizarían unas primarias en noviembre para elegir quien es el representante que va a Moncloa.

La elección de Pedro Sánchez como Secretario General sustituye a Alfredo Pérez Rubalcaba y pretende abanderar la regeneración del PSOE. Es un candidato de partido, que se ha formado desde la base y que está llamado a ser el candidato “de la unidad para construir una alternativa al PP”<sup>28</sup>.

Hace apenas año y medio no estaba en política, según el propio Sánchez afirma, y es que el ascenso hasta el liderato del partido lo ha realizado a la carrera. Lo que más se destaca de él, es ser un político sin pasado. Se afilió al partido a los 21 años, es economista y profesor de universidad; y en su currículum destacan dos legislaturas en el Congreso de los Diputados, en las que en ambas fue repescado tras renunciaciones de otros miembros. También fue concejal en Madrid entre 2004 y 2009<sup>29</sup>.

### **Agosto: Repatrián a Manuel Pajares, primer español infectado de ébola**

Desde marzo se detectó un brote de virus de ébola que a los pocos meses se convirtió en el más mortífero de la historia. La epidemia afectaba principalmente a Liberia, Sierra Leona y Nigeria con más de 1.600 afectados y unos 900 fallecidos<sup>30</sup>.

Manuel Pajares, sacerdote de 75 años y superior del Hospital Católico de San José de Monrovia (Liberia), fue el primer español en contraer el virus. Desde el Ministerio de Sanidad se activaron los protocolos de evacuación y se procedió a la repatriación del sacerdote. Un avión con destino a Liberia partió de Torrejón el 6 de agosto, de vuelta traía a Manuel Pajares y a su hermana, a quien también se la realizaron las pruebas del virus aunque dieron negativo.

---

<sup>28</sup> Información obtenida de <http://www.rtve.es/noticias/20140714/sanchez-confirma-habra-primarias-pero-fecha-fijara-nueva-ejecutiva/972860.shtml> (consultado 16/04/15)

<sup>29</sup> Información obtenida de [http://www.telecinco.es/informativos/nacional/Pedro-Sanchez-aprovecho-Diaz-Madina\\_0\\_1827000307.html](http://www.telecinco.es/informativos/nacional/Pedro-Sanchez-aprovecho-Diaz-Madina_0_1827000307.html) (consultado 16/04/15)

<sup>30</sup> Información obtenida de [http://sociedad.elpais.com/sociedad/2014/08/05/actualidad/1407227683\\_136407.html](http://sociedad.elpais.com/sociedad/2014/08/05/actualidad/1407227683_136407.html) (consultado 03/06/15)

Para el traslado del infectado se activaron los protocolos de máxima seguridad de la Organización Mundial de la Salud, y aunque el contagio es muy bajo excepto por fluidos, la alarma social causada fue importante<sup>31</sup>.

Manuel Pajares llegó a España el 7 de agosto y fue trasladado al Hospital Carlos III de Madrid, donde fue atendido también de acuerdo a todos los protocolos de seguridad de la OMS<sup>32</sup>. La alta cantidad de muertes en otros países, el desconocimiento de un medicamento efectivo contra el virus y la fácil propagación del mismo a través de fluidos, hacía despertar las alarmas entre la sociedad, más aún con la llegada del misionero a Madrid, por ello la noticia despertó gran interés.

### **Septiembre: Escocia vota “No” a la independencia**

Escocia celebró el 18 de septiembre de 2014 un referéndum por la independencia. Los ciudadanos con posibilidad de voto deberían responder “Sí” o “No” sobre si querían que Escocia fuera independiente de Reino Unido. La jornada tuvo un 84.59% de participación, datos que ya son históricos en una consulta democrática de estas características<sup>33</sup>. Los habitantes de Escocia decidieron que finalmente no se separarían con un 55.30%, es decir, poco más de 2 millones de votos frente a los 1.6 que optaban por la independencia.

Podían votar unos 4.3 millones de personas, el único requisito para poder votar era vivir en Escocia y tener más de 16 años. De este modo pudieron participar también británicos, europeos y personas de otras partes del mundo residentes allí. Se quedan

---

<sup>31</sup> Información obtenida de <http://www.rtve.es/noticias/20140806/espana-repatriara-religioso-aislado-liberia-tras-confirmarse-tiene-ebola/987620.shtml> (consultado 03/06/15)

<sup>32</sup> Información obtenida de <http://www.elmundo.es/salud/2014/08/07/53e33f22ca474115568b4574.html> (consultado 03/06/15)

<sup>33</sup> Información obtenida de <http://www.rtve.es/noticias/20140919/sondeo-da-victoria-referendum-escocia-54-votos/1014320.shtml> (consultado 26/03/15)

fuera de la decisión los escoceses que, pese a ser su tierra, están habitando fuera de las fronteras de Escocia<sup>34</sup>.

El resultado del referéndum escocés tuvo una gran expectación, sobre todo por parte de países con procesos secesionistas. Desde Cataluña, estuvieron muy atentos al referéndum e incluso los representantes de los partidos catalanes a favor de la independencia se trasladaron a Escocia, ya que se pretendía que fuera el previo y la validación de la consulta catalana del 9 de noviembre<sup>35</sup>. La repercusión de los resultados de este referéndum en España fueron claves para el desarrollo del proceso catalán en meses siguientes, y la forma de ver la gente el mismo.

Las encuestas preveían una victoria del “Sí”, que fue cambiando a medida que transcurría la jornada electoral. De este modo, la campaña “Better Together” de los unionistas se impuso sobre el “Yes Scotland” de los separatistas. La no consecución y el anuncio de dimisión del Primer Ministro escocés Alex Salmond tras conocer los resultados, tuvieron su repercusión en la forma de ver la posibilidad de una independencia de Cataluña, incluso según 20 minutos, una buena parte de una encuesta cree que el proceso escocés influirá en el voto<sup>36</sup>.

### **Octubre: Más de 15 millones gastados en tarjetas opacas de Caja Madrid**

83 de los 86 consejeros y directivos de Caja Madrid que disponían de las tarjetas opacas, hicieron uso de ellas y gastaron entre 2003 y 2012 un total de 15.5 millones de euros. La noticia fue conocida el 1 de octubre de 2014 y ha sido uno de los escándalos de corrupción más destacados del año, según lo han calificado muchos medios. Durante los primeros días dimitieron 7 altos cargos, y es que solo 3 de los que poseían este tipo

---

<sup>34</sup>Información obtenida de [http://www.antena3.com/noticias/mundo/quien-puede-votar-referendum-escoces\\_2014091800208.html](http://www.antena3.com/noticias/mundo/quien-puede-votar-referendum-escoces_2014091800208.html) (consultado 26/03/15)

<sup>35</sup>Información obtenida de [http://www.telecinco.es/informativos/internacional/Salmond-anuncia-dimision-independencia-referendum\\_0\\_1862700463.html](http://www.telecinco.es/informativos/internacional/Salmond-anuncia-dimision-independencia-referendum_0_1862700463.html) (consultado 26/03/15)

<sup>36</sup>Información obtenida de <http://www.20minutos.es/encuesta/5280/0/0/> (consultado 26/03/15)

de tarjetas no hicieron uso de ellas<sup>37</sup>. Además, 28 usaron estas tarjetas después de haber sido cesados de su cargo<sup>38</sup>.

Estas tarjetas opacas, eran emitidas al margen del circuito legal y se gestionaban de forma separada a las tarjetas de la empresa. La fiscalía detalla que 3 de esos millones se gastaron en restaurantes, 2 en dinero en efectivo, lo que supone un 33.2%, 1.5 en viajes y más de un millón en grandes superficies<sup>39</sup>.

Además, entre las personas que las usaron aparecen cargos como “inspectores de Hacienda (el presidente Miguel Blesa), un expresidente de la Agencia Tributaria (Estanislao Rodríguez Ponga) o incluso un exministro de Economía y Hacienda (Rodrigo Rato), a los que se presupone un buen conocimiento de la legislación tributaria”. De los 15.5 millones de euros gastados, la gran mayoría no ha sido devuelto o no se tiene conocimiento de ello.

El origen del desmantelamiento de estas tarjetas tiene lugar con la llegada en mayo de 2012 de José Ignacio Goirigolzarri a la presidencia de Bankia. Es el artífice de “encontrar el dinero que faltaba de Caja Madrid y que a su vez repercutía en Bankia tras la fusión”<sup>40</sup>. Este escándalo de corrupción fue investigado posteriormente por la Agencia Tributaria, tanto sobre los fondos de origen de las tarjetas como de su uso, y despertó una gran expectación al ser uno de los problemas que más preocupa a la sociedad<sup>41</sup>.

---

<sup>37</sup>Información obtenida de <http://www.rtve.es/noticias/20141003/total-83-consejeros-directivos-caja-madrid-gastaron-155-millones-sin-justificar-tarjetas-opacas/1021983.shtml> (consultado 07/04/15)

<sup>38</sup>Información obtenida de [http://www.antena3.com/noticias/economia/exconsejeros-caja-madrid-utilizaron-tarjetas-opacas-ser-cesados\\_2014100200299.html](http://www.antena3.com/noticias/economia/exconsejeros-caja-madrid-utilizaron-tarjetas-opacas-ser-cesados_2014100200299.html) (consultado 07/04/15)

<sup>39</sup> Información obtenida de <http://www.rtve.es/noticias/20141006/agencia-tributaria-investigara-uso-tarjetas-caja-madrid-origen-fondos/1023580.shtml> (consultado 07/04/15)

<sup>40</sup>Información obtenida de [http://www.teinteresa.es/dinero/Cronologia-escandalo-tarjetas-Caja-Madrid\\_0\\_1223278538.html](http://www.teinteresa.es/dinero/Cronologia-escandalo-tarjetas-Caja-Madrid_0_1223278538.html) (consultado 07/04/15)

<sup>41</sup>Información obtenida de [http://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/3040\\_3059/3045/es3045mar.pdf](http://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/3040_3059/3045/es3045mar.pdf) (consultado 07/04/15)

## **Noviembre: Cataluña celebra una consulta alternativa sobre la independencia**

Tras años reclamando la independencia, Cataluña celebró el 9 de noviembre de 2014 una consulta alternativa. En un primer momento, la intención era un referéndum con validez legal para declarar la independencia de esta comunidad autónoma. Así lo había anunciado Artur Mas, Presidente de la Generalitat, y lo mantenía el 27 de septiembre de 2014.

Dos días después el Tribunal Constitucional anuncia la suspensión de la consulta catalana. El 30 de septiembre, el Govern suspende la campaña independentista pero mantiene que el proceso continuará adelante. Semanas después, el 14 de octubre, se anuncia que en el 9-N se celebrará un acto alternativo a la consulta, ya que tendrá lugar un proceso participativo con papeletas y locales abiertos, según declaraciones del Presidente de la Generalitat<sup>42</sup>. Los resultados no serían vinculantes, solo tendrían carácter consultivo.

Las doble pregunta realizada a los ciudadanos, sería “¿Quiere usted que Cataluña sea un Estado?” y en caso de que esta respuesta fuera afirmativa, “¿Quiere que sea un Estado independiente?”<sup>43</sup>. En el proceso participaron un total de 2.305.290 personas, según datos del Govern recogidos por RTVE. De ellos 1.8 millones de personas votaron por la independencia, lo que supone un 81% de los participantes. El 10% quieren que sea un Estado pero que no sea independiente y el 4.54% se habría opuesto a la independencia<sup>44</sup>.

La consulta no contaba con un censo, podían votar todas aquellas personas mayores de 16 años que presentaran su DNI y tuvieran un domicilio en Cataluña. Para Artur Mas la jornada fue un “éxito total”, mientras que el Gobierno lo ha calificado de “farsa”, en la

---

<sup>42</sup>Información obtenida de <http://www.elmundo.es/cataluna/2014/11/09/545f27f7ca474143438b456b.html> (consultado 07/14/15)

<sup>43</sup>Información obtenida de [http://www.teinteresa.es/espana/Cronologia-convocatoria-hoy\\_0\\_1244875773.html](http://www.teinteresa.es/espana/Cronologia-convocatoria-hoy_0_1244875773.html) (consultado 07/04/15)

<sup>44</sup> Información obtenida de <http://www.rtve.es/noticias/20141110/81-votantes-consulta-del-9n-18-millones-apoyan-independencia-cataluna/1045120.shtml> (consultado 07/04/15)

que muchos ciudadanos no han querido participar por no tener validez legal<sup>45</sup>. Pese a las discrepancias, la consulta transcurrió dentro de la normalidad sin incidentes, excepto algún caso aislado. Levantó una gran expectación tanto en Cataluña como en el resto de España.

### **Diciembre: Alfonso Alonso asume el cargo de Ministro de Sanidad tras la dimisión de Ana Mato**

Después de la dimisión en el cargo de la Ministra de Sanidad Ana Mato tras el auto del juez Pablo Ruz en su implicación en el Caso Gürtel. Una semana después, el 3 de diciembre de 2014, Alfonso Alonso asumía el cargo a decisión del Presidente del Gobierno Mariano Rajoy.

Alfonso Alonso era el actual Portavoz del Gobierno en el Congreso de los Diputados. Un político con una amplia trayectoria y experiencia, ya que fue alcalde de Vitoria, su ciudad natal, en unos años complicados para el Partido Popular, desde 1999 hasta 2007. Además, es hombre de confianza de la Vicepresidenta del Gobierno Soraya Saénz de Santamaría<sup>46</sup>

No era el candidato esperado, ya que la sanidad no es su especialidad, él es abogado. Sin embargo, la apuesta por Alfonso Alonso está enmarcada dentro de los tímidos cambios que está realizando el Gobierno para dar un mayor impulso y reforzar así el perfil del ejecutivo<sup>47 48</sup>.

De este modo, Alfonso Alonso juró su cargo a las 13:00h ante el Rey en el Palacio de la Zarzuela, para posteriormente tomar posesión como Ministro de Sanidad. En un año

---

<sup>45</sup> Información obtenida de [http://www.telecinco.es/informativos/nacional/proclama-superarse-claramente-millones-votantes\\_0\\_1889475325.html](http://www.telecinco.es/informativos/nacional/proclama-superarse-claramente-millones-votantes_0_1889475325.html) (consultado 07/04/15)

<sup>46</sup> Información obtenida de <http://www.rtve.es/noticias/20141202/alfonso-alonso-nuevo-ministro-sanidad-servicios-sociales-igualdad/1060081.shtml> (consultado 11/06/15)

<sup>47</sup> Información obtenida de <http://www.elmundo.es/espana/2014/12/02/547e017ae2704e551e8b4570.html> (consultado 11/06/15)

<sup>48</sup> Información obtenida de [http://politica.elpais.com/politica/2014/12/02/actualidad/1417516140\\_405761.html](http://politica.elpais.com/politica/2014/12/02/actualidad/1417516140_405761.html) (consultado 11/06/15)

complicado en la gestión de este ministerio que fue muy criticado con la crisis del ébola en el verano de 2014 y por los recortes llevados a cabo por el Gobierno<sup>49</sup>.

### **3.3. Estudio del número de espectadores**

Para ver si la audiencia incrementa en los eventos seleccionados, estudiamos las cifras de audiencia de los dos informativos de cada cadena y su variación, estableciendo si aumenta si supera en 100.000 espectadores la audiencia media mensual de los informativos de esa cadena, disminuye si son más de 100.000 espectadores menos respecto a la media, o si es próximo a la habitual establecemos que se mantiene.

#### **3.3.1 La Infanta Cristina es imputada por segunda vez**

El día 7 de enero, martes, nos encontramos como noticia destacada la imputación de la Infanta Cristina. Como podemos ver en la siguiente tabla donde se recogen las audiencias que hubo este día en las tres cadenas y en los dos informativos de cada una de ellas, 15:00h y 21:00h respectivamente, el número de espectadores aumenta en relación a la media de las cadenas en ese mes en cuatro de los seis informativos analizados.

---

<sup>49</sup> Información obtenida de <http://www.rtve.es/noticias/20141202/alfonso-alonso-nuevo-ministro-sanidad-servicios-sociales-igualdad/1060081.shtml> (consultado 11/06/15)



Tabla 3. Número de espectadores y su variación en los informativos del 7 de enero

<b>Enero – Imputación Infanta Cristina</b>				
<b>Cadena</b>	<b>Audiencia Media del mes</b>	<b>Audiencia de los informativos analizados</b>	<b>Variación</b>	<b>Aumenta / Disminuye / Se mantiene</b>
<b>La 1 de TVE</b>	2.181.717	2.138.000	- 43.717	=
		2.331.000	+ 149.283	↑
<b>Antena 3</b>	2.025.177	2.217.000	+ 191.823	↑
		2.128.000	+ 102.823	↑
<b>Telecinco</b>	2.410.108	1.826.000	- 584.108	↓
		3.047.000	+ 636.892	↑

FUENTE: elaboración propia a partir de datos de Kantar Media proporcionados por Ecoteuve y Laguiatv

Televisión Española registra un leve descenso respecto a la media de lunes a viernes de enero en esta cadena, sin embargo es una cifra mínima en comparación a los más de 2 millones de espectadores que se registran. En el Telediario de la noche la cadena ve como incrementan en casi 150.000 su número de espectadores.

Antena 3 presenta un aumento de personas que ven sus informativos este día, en el de mediodía son unos 190.000 más, mientras que en el de la noche algo más de 100.000.

Telecinco por su parte es la cadena que experimenta un descenso considerable en su informativo de mediodía, con casi 600.000 espectadores menos; sin embargo, esta cifra aumenta a la inversa en las noticias de la noche, cuando tiene más de 600.000 televidentes, y se convierte así en el segundo espacio televisivo más visto del día como podemos ver en la tabla 4.

Tabla 4. Programas más vistos el 7 de enero de 2014

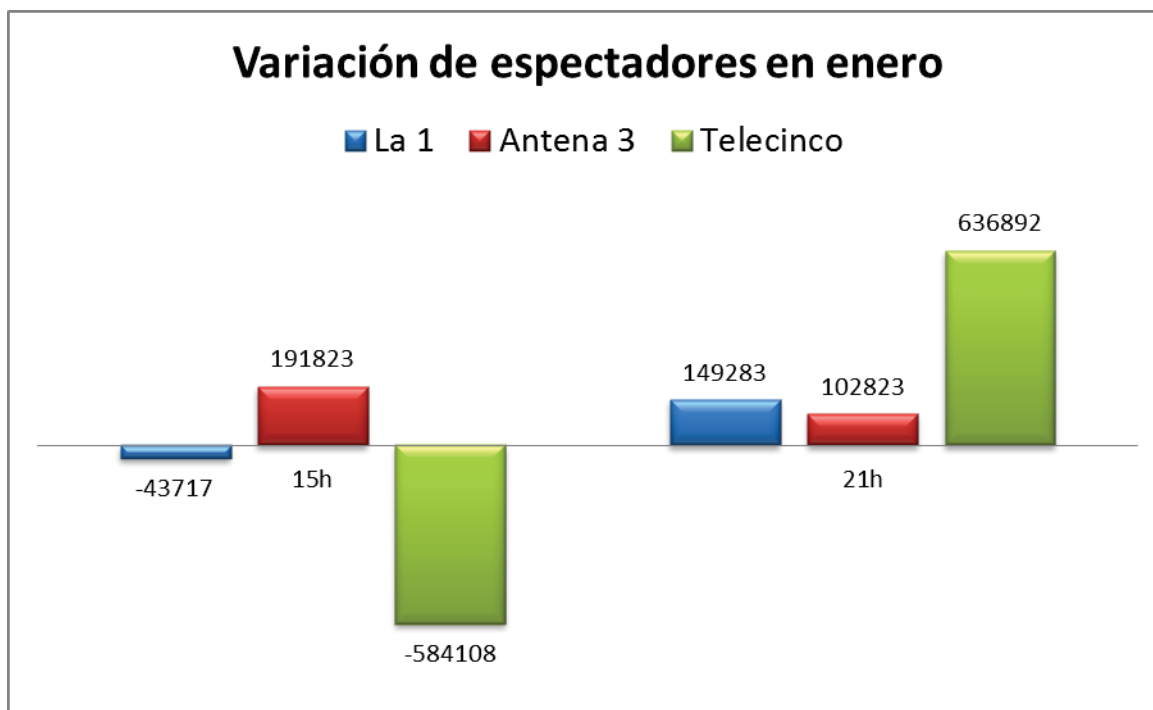
<b>Audiencias del 7 de enero de 2014</b>			
	<b>Programa</b>	<b>Espectadores</b>	<b>Share</b>
<b>1°</b>	Bienvenidos al Lolita	3.551.000	18.3%
<b>2°</b>	Informativos Telecinco 21:00	3.047.000	16.8%
<b>3°</b>	Pasapalabra	2.739.000	18.2%

FUENTE: elaboración propia a partir de datos de Kantar Media proporcionados por Laguiatv

Esta amplia variación de un informativo a otro es característica en esta cadena, ya que tras la observación de todas las cifras de audiencia anuales, las noticias de mediodía no tienen una elevada aceptación como norma general, mientras que las de la noche, con Pedro Piqueras a la cabeza, reflejan datos de audiencia muy superiores.

Estas variaciones se ven de forma más clara en el siguiente gráfico, a la izquierda la variación en los datos de los informativo de las 15:00 horas, y a la derecha los de la noche a las 21:00 horas.

Gráfico 2. Variación del número de espectadores el 7 de enero



FUENTE: elaboración propia

### 3.3.2 Fuentes enfrentamientos en Ucrania que se saldan con 21 muertos

En este caso las tensiones bélicas en la Europa oriental no suben los índices de audiencia, quizás porque aun siendo algo de gran repercusión a nivel internacional y consecuencias globales, la lejanía geográfica hace que no despierte un total interés. De los cinco informativos analizados durante este día, en tres de ellos disminuye y en dos se mantiene. Es uno menos que en otros días de análisis ya que el martes 18 de febrero La 1 retransmitía un partido de Champions League, relegando su informativo a media hora de boletín de noticias en el descanso del partido, y por lo tanto de este no hay cifras de audiencia al no ser el Telediario 2 habitual.

Tabla 5. Número de espectadores y su variación en los informativos del 18 de febrero

<b>Febrero – Ucrania al borde de la Guerra Civil</b>				
<b>Cadena</b>	<b>Audiencia Media del mes</b>	<b>Audiencia de los informativos analizados</b>	<b>Variación</b>	<b>Aumenta / Disminuye / Se mantiene</b>
<b>La 1 de TVE</b>	2.193.289	2.144.000	- 49.289	=
		*	*	*
<b>Antena 3</b>	2.055.275	2.051.000	- 4.275	=
		1.766.000	- 289.275	↓
<b>Telecinco</b>	2.479.375	1.972.000	- 507.375	↓
		2.295.000	- 184.375	↓

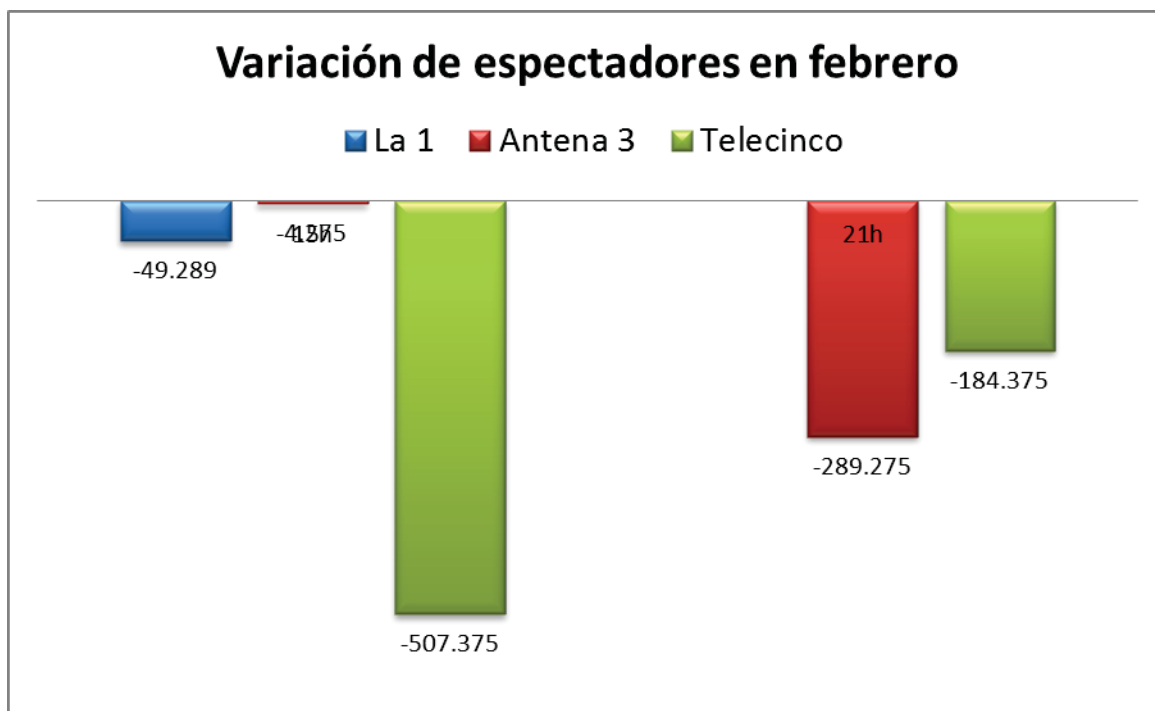
\*El martes 18 de febrero no hay Telediario 2 a causa de la retransmisión de un partido de Champions League.

FUENTE: elaboración propia a partir de datos de Kantar Media proporcionados por Ecoteuve y Laguiatv

El número de espectadores que ven los informativos este día es inferior a la media. En el caso de los informativos de mediodía de La 1 y Antena 3, la audiencia disminuye de forma ligera respecto a la media de cada una de estas cadenas de lunes a viernes en este mes, un descenso casi inapreciable.

Sin embargo, el informativo de la noche de Antena 3 pierde unos 290.000 espectadores respecto a la media que posee este mes; e Informativos Telecinco tiene 500.000 menos en sus noticias de mediodía y casi 200.000 en sus noticias de la noche. Estas pérdidas de audiencia respecto a la media de los informativos de cada cadena se ven reflejadas en el gráfico 3:

Gráfico 3. Variación del número de espectadores el 18 de febrero



FUENTE: elaboración propia

### 3.3.3 Desaparece un avión con 239 personas a bordo

De los seis informativos analizados tres de ellos mantienen la audiencia ya que superan levemente la media de estos programas de cada cadena y tres de ellos se encuentran por debajo y por lo tanto disminuyen. Aquel día la noticia era la desaparición del avión, sin saber si era definitiva, por lo que el impacto no era tan grande como pasado el tiempo.

Tabla 6. Número de espectadores y su variación en los informativos del 8 de marzo

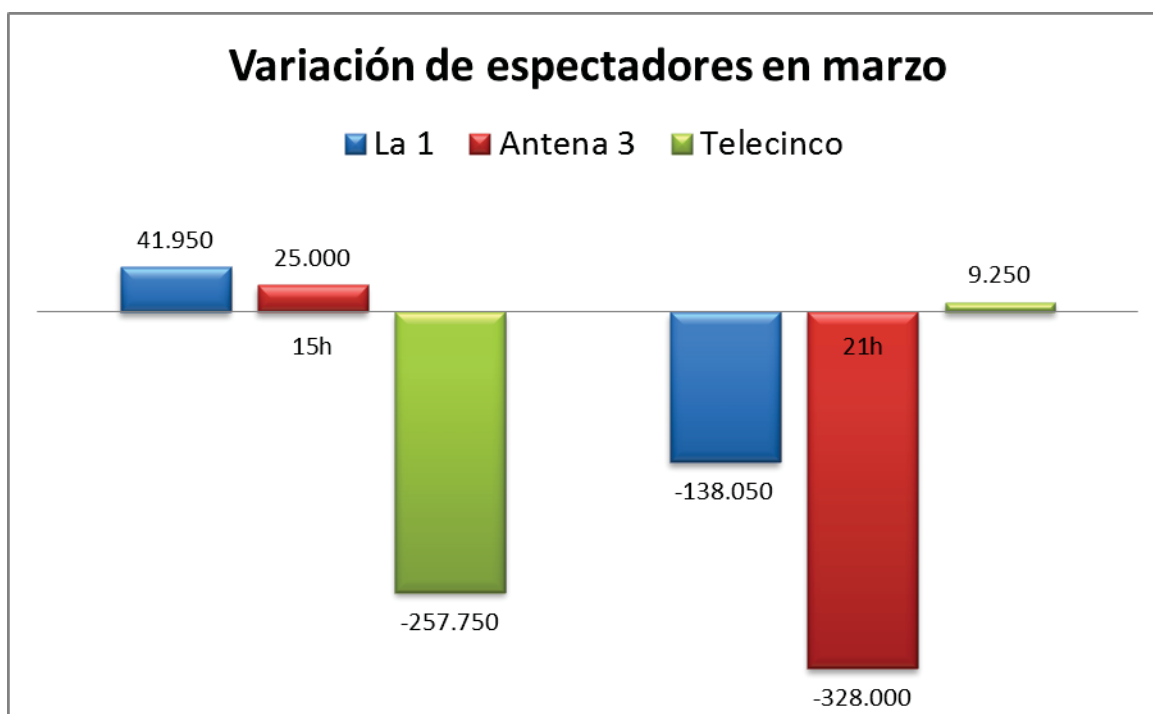
<b>Marzo – Vuelo Malaysia Airlines</b>				
<b>Cadena</b>	<b>Audiencia Media del mes</b>	<b>Audiencia de los informativos analizados</b>	<b>Variación</b>	<b>Aumenta / Disminuye / Se mantiene</b>
<b>La 1 de TVE</b>	1.949.050	1.991.000	+ 41.950	=
		1.811.000	- 138.050	↓
<b>Antena 3</b>	1.988.000	2.013.000	+ 25.000	=
		1.660.000	- 328.000	↓
<b>Telecinco</b>	1.757.750	1.500.000	- 257.750	↓
		1.767.000	+ 9.250	=

FUENTE: elaboración propia a partir de datos de Kantar Media proporcionados por Ecoteuve y Laguiatv

En los informativos de mediodía de La 1 y Antena 3 –Telediario 1 y A3 Noticias 1- la audiencia aumentó levemente, por lo que podemos decir que se mantienen en la media de sus respectivas cadenas los fines de semana. En los informativos de la noche, la audiencia cae respecto a la media, en La 1 más de 100.000 espectadores y en Antena 3 disminuye en más de 300.000.

Informativos Telecinco presenta un descenso frente a su audiencia media en los informativos del fin de semana a mediodía, con unos 250.000 espectadores menos, mientras que por la noche son 9.000 más de la media, un aumento casi inapreciable que podemos decir que se mantiene en sus cuotas de pantalla habituales.

Gráfico 4. Variación del número de espectadores el 8 de marzo



FUENTE: elaboración propia

### 3.3.4 El adiós al escritor y periodista Gabriel García Márquez

La noticia del fallecimiento del literato universal Gabriel García Márquez se produjo a las 19:00 hora española, y las primeras informaciones se conocieron a última hora de la tarde del 17 de abril de 2014. Por este motivo, los informativos de ese día aun no registraron la noticia, aunque sí lo hicieron los del 18 de abril por lo que se analizan los datos sobre este día.

De los 6 informativos analizados se observa que todos ellos presentan grandes caídas de audiencia por encima de los 100.000 espectadores respecto a la media de audiencia del mes de cada una de las cadenas.

Tabla 7. Número de espectadores y su variación en los informativos del 18 de abril

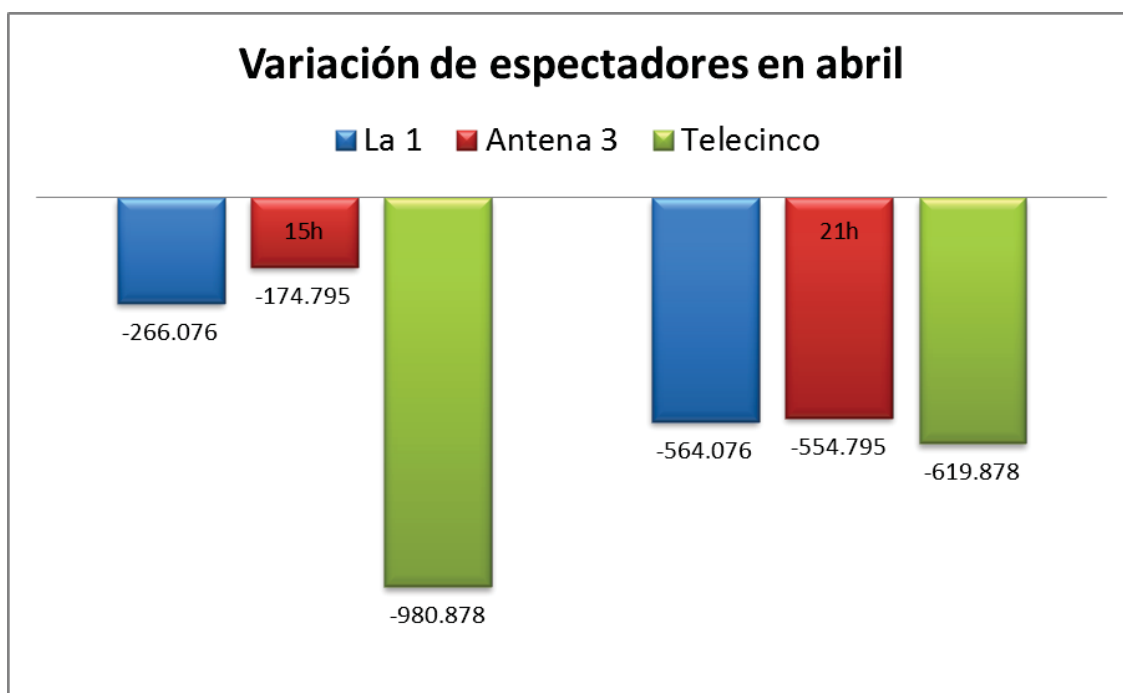
<b>Abril – Fallece Gabriel García Márquez</b>				
<b>Cadena</b>	<b>Audiencia Media del mes</b>	<b>Audiencia de los informativos analizados</b>	<b>Variación</b>	<b>Aumenta / Disminuye / Se mantiene</b>
<b>La 1 de TVE</b>	1.794.076	1.528.000	- 266.076	↓
		1.230.000	- 564.076	↓
<b>Antena 3</b>	1.594.795	1.420.000	- 174.795	↓
		1.040.000	- 554.795	↓
<b>Telecinco</b>	2.041.878	1.061.000	- 980.878	↓
		1.422.000	- 619.878	↓

FUENTE: elaboración propia a partir de datos de Kantar Media proporcionados por Ecoteuve y Laguiatv

Como vemos en el gráfico 5, los informativos que mayores caídas presentan son los de Telecinco, con casi un millón de espectadores menos en las noticias de las 15:00h y algo más de 600.000 en las de la noche.

Por su parte La 1 y Antena 3 presentan resultados muy parejos pero también en negativo. A mediodía presentan cifras de audiencia por debajo de lo habitual con casi 300.000 espectadores menos La 1, y casi 200.000 menos Antena 3. Sin embargo las grandes caídas en estas dos cadenas se producen por la tarde con más de medio millón de espectadores en negativo.

Gráfico 5. Variación del número de espectadores el 18 de abril



FUENTE: elaboración propia

Pese a estas cifras tan negativas, el Telediario 1 de Televisión Española fue el tercer espacio informativo más visto del día<sup>50</sup>.

Tabla 8. Programas más vistos el 18 de abril de 2014

Audiencias del 18 de abril de 2014			
	Programa	Espectadores	Share
1º	Multicine	1.703.000 esp.	15.8%
2º	Sálvame deluxe	1.550.000 esp.	15.5%
3º	Telediario 1	1.528.000 esp.	13.8%

FUENTE: elaboración propia a partir de datos de Kantar Media proporcionados por Laguiatv

<sup>50</sup> Información obtenida de <http://laguiatv.abc.es/audiencias/20140418.html> (consultado 11/06/15)



### 3.3.5 Podemos es la sorpresa de las elecciones europeas

Cuatro de los cinco informativos analizados este día presentan un aumento en el número de espectadores respecto a la audiencia media de cada una de las cadenas los fines de semana de este mes. Son 5 los informativos en esta ocasión, ya que no ha sido posible encontrar datos de audiencia de Antena 3 Noticias 1 este día.

Tabla 9. Número de espectadores y su variación en los informativos del 25 de mayo

<b>Mayo – Podemos en las Europeas</b>				
<b>Cadena</b>	<b>Audiencia Media del mes</b>	<b>Audiencia de los informativos analizados</b>	<b>Variación</b>	<b>Aumenta / Disminuye / Se mantiene</b>
<b>La 1 de TVE</b>	1.702.937	1.909.000	+ 206.063	↑
		2.388.000	+ 685.063	↑
<b>Antena 3</b>	1.681.933	*	*	*
		2.175.000	+ 493.067	↑
<b>Telecinco</b>	1.450.555	1.220.000	- 230.555	↓
		1.809.000	+ 358.445	↑

\* Del día 25 de mayo no se han encontrado datos de audiencia de Antena 3 Noticias 1

FUENTE: elaboración propia a partir de datos de Kantar Media proporcionados por Ecoteuve y Laguiatv

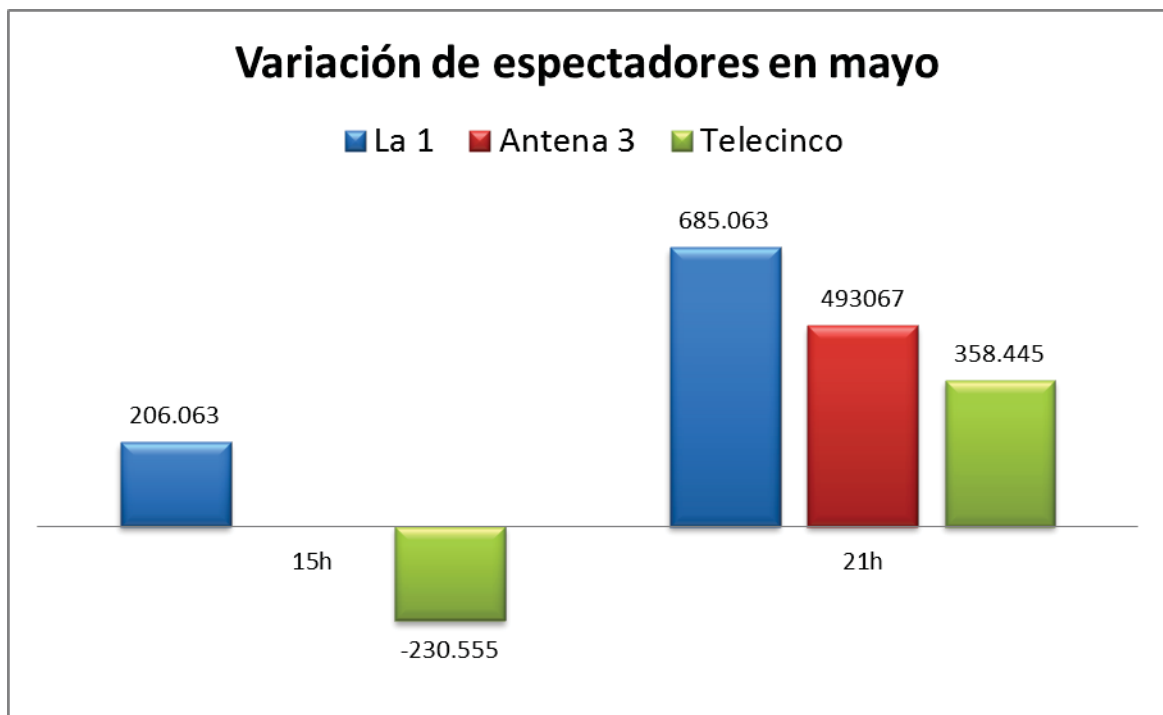
Los Telediarios de La 1 de Televisión Española presentan variaciones positivas en este día analizado. El de las 15:00 horas contaba con unos 200.000 espectadores más que la media de mayo, y el Telediario de la noche rozaba los 700.000 espectadores más.

En Antena 3 no se encontraron datos de audiencia en el informativo de mediodía, pero sí en Antena 3 Noticias 2, con casi 500.000 espectadores más sobre la media de los fines de semana este mes.

Por su parte Telecinco presenta el único dato negativo por debajo de la media, es en su informativo de las 15:00 horas con unos 200.000 espectadores menos, cifra que recupera en las noticias de la noche con más de 350.000 en positivo.

Como se puede apreciar en el gráfico 6, destaca que en las tres cadenas en los tres informativos de las 21:00 horas aumenta la audiencia respecto a las medias del mes. Esto puede deberse a que es un evento prefijado con antelación. Son unas elecciones europeas, cuyos datos se conocen al completo cuando acaba la jornada, lo que explicaría este aumento en los segundos informativos del día.

Gráfico 6. Variación del número de espectadores el 25 de mayo



FUENTE: elaboración propia

### 3.3.6 El relevo en la corona, de Juan Carlos I a Felipe VI

El relevo en la corona española no se produjo en un día, y es por ello que este acontecimiento requiere del estudio de dos días en especial: el lunes 2 de junio, día que el Rey Juan Carlos I decide abdicar el trono en favor de su hijo Felipe de Borbón; y el jueves 19 de junio, fecha en la que Felipe de Borbón le sucede en el trono y por lo tanto es nombrado Rey de España con el nombre de Felipe VI.

El lunes 2 de junio, la noticia es anunciada por la mañana. Vemos como cuatro de los seis informativos aumentan de forma considerable su audiencia media.

Tabla 10. Número de espectadores y su variación en los informativos del 2 de junio

<b>Junio – Juan Carlos I abdica</b>				
<b>Cadena</b>	<b>Audiencia Media del mes</b>	<b>Audiencia de los informativos analizados</b>	<b>Variación</b>	<b>Aumenta / Disminuye / Se mantiene</b>
<b>La 1 de TVE</b>	1.584.761	2.110.000	+ 525.239	↑
		1.948.000	+ 363.239	↑
<b>Antena 3</b>	1.588.166	2.076.000	+ 487.834	↑
		1.521.000	- 67.166	=
<b>Telecinco</b>	2.182.567	1.938.000	- 244.567	↓
		2.661.000	+ 478.433	↑

FUENTE: elaboración propia a partir de datos de Kantar Media proporcionados por Ecoteuve y Laguiatv

La 1 de Televisión Española registró un aumento de su audiencia media de lunes a viernes de este mes. De hecho Telediario 1 fue quien más elevó el número de espectadores en relación a la media propia, ya que con más de 500.000 televidentes llegó a superar los 2 millones de personas frente al televisor. En el informativo de esta cadena a las 21:00 horas, fueron más de 350.000 espectadores por encima de la media habitual.

Antena 3 eleva también la audiencia de su informativo de mediodía por encima de la media, es decir, a pocas horas de que la noticia saltara a los medios. Lo hace con algo menos de 500.000 espectadores, sin embargo su informativo de noche se queda un poco por debajo de la media con unos 70.000 espectadores menos.

La única cadena que no aumenta su número de espectadores en relación a la media habitual en el informativo de las 15:00 horas de Telecinco, con cerca de 250.000 televidentes menos. Es contrarrestado por casi 500.000 más de los habituales en sus noticias de la noche, donde supera los 2 millones y medio de espectadores y se convierte así en el segundo espacio televisivo más visto del día.

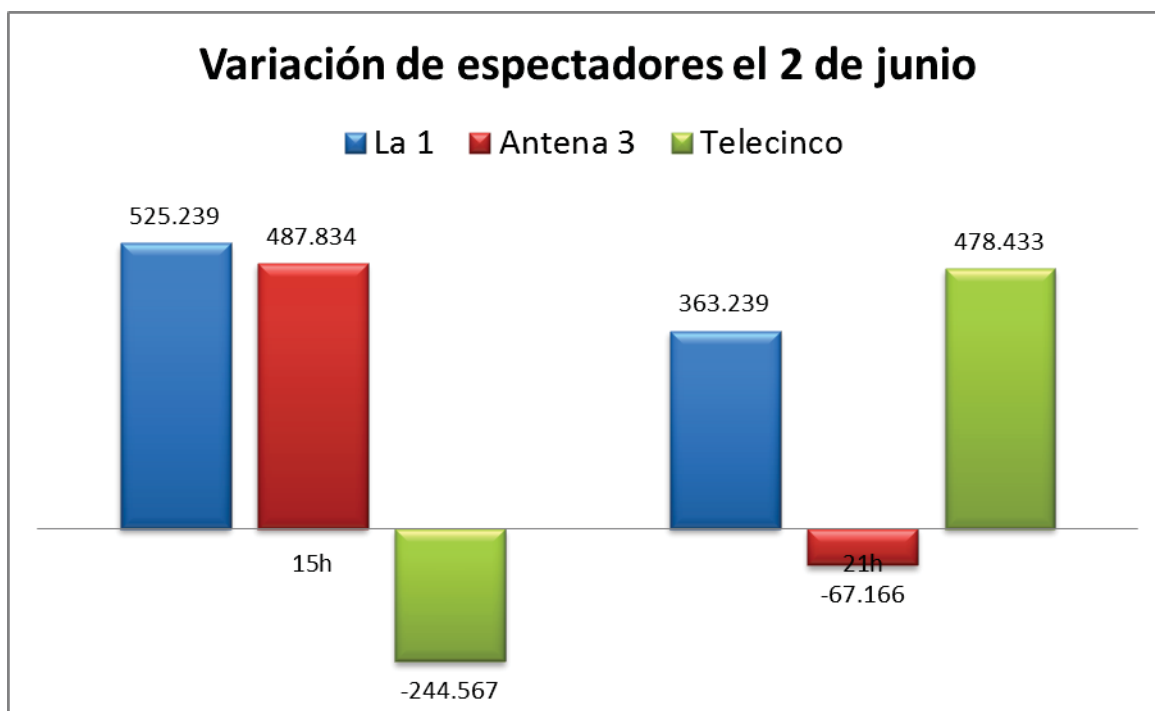
Tabla 11. Programas más vistos el 2 de junio de 2014

<b>Audiencias del 2 de junio de 2014</b>			
	<b>Programa</b>	<b>Espectadores</b>	<b>Share</b>
<b>1°</b>	Cuéntame como pasó	3.313.000	16.5%
<b>2°</b>	Informativos Telecinco 21:00	2.661.000	17.8%
<b>3°</b>	El intermedio	2.602.000	14%

FUENTE: elaboración propia a partir de datos de Kantar Media proporcionados por Laguiatv

En el gráfico 7 se observa el incremento de espectadores casi generalizado en los informativos del 2 de junio.

Gráfico 7. Variación del número de espectadores el 2 de junio



FUENTE: elaboración propia

El relevo de Felipe VI en el trono fue seguido en menor medida en los informativos estudiados. Dos de los cinco analizados registraron audiencias superiores a las medias habituales. Telecinco no emitió su informativo de las 21:00 horas a causa de la retransmisión de un partido de fútbol del Mundial de Brasil.

Tabla 12. Número de espectadores y su variación en los informativos del 19 de junio

<b>Junio – Felipe VI le sucede en el trono</b>				
<b>Cadena</b>	<b>Audiencia Media del mes</b>	<b>Audiencia de los informativos analizados</b>	<b>Variación</b>	<b>Aumenta / Disminuye / Se mantiene</b>
<b>La 1 de TVE</b>	1.584.761	2.317.000	+ 732.239	↑
		1.523.000	- 61.761	=
<b>Antena 3</b>	1.588.166	1.945.000	+ 356.834	↑
		1.550.000	- 38.166	=
<b>Telecinco</b>	2.182.567	1.800.000	- 382.567	↓
		*	*	*

\*El día 19 no hay Informativo a las 21h. a causa de la retransmisión de un partido del Mundial de Fútbol de Brasil.

FUENTE: elaboración propia a partir de datos de Kantar Media proporcionados por Ecoteuve y Laguiatv

La variación más destacada fueron los más de 700.000 espectadores por encima de la media del Telediario 1 de Televisión Española que se convierte en el tercer espacio televisivo más visto del día como podemos ver en la tabla 13. Algo parecido ocurrió en Antena 3, aunque el aumento en este caso fue menor, algo más de 350.000 espectadores.

Tabla 13. Programas más vistos el 19 de junio de 2014

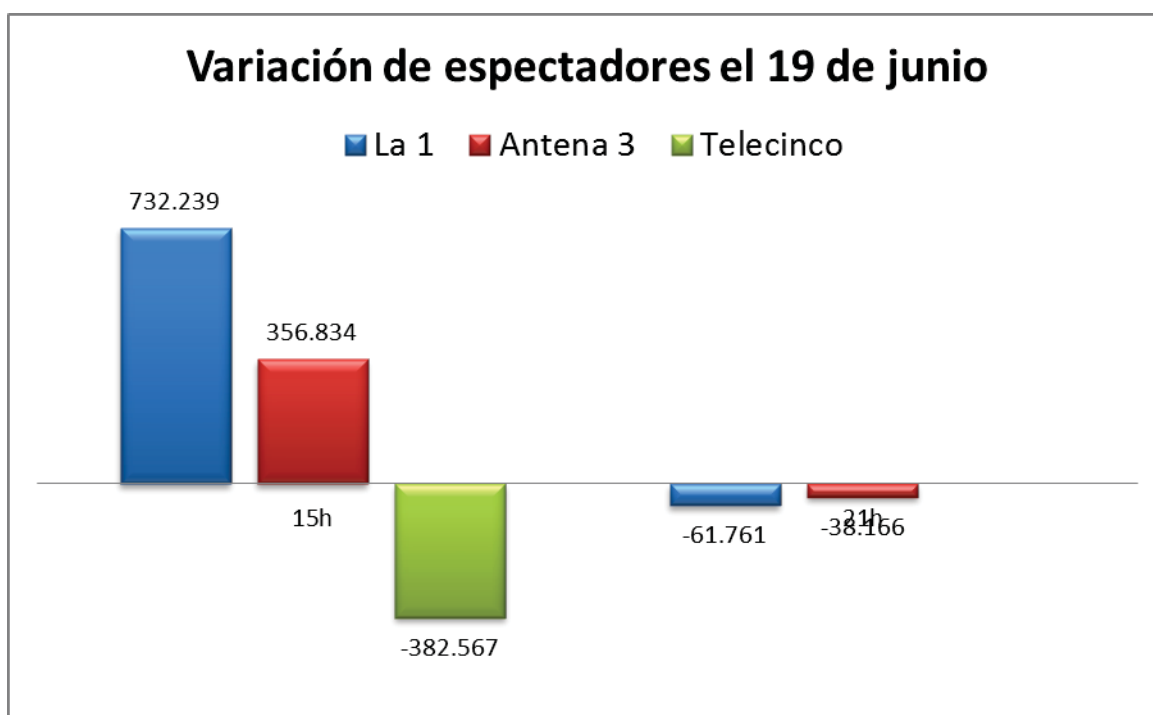
<b>Audiencias del 19 de junio de 2014</b>			
	<b>Programa</b>	<b>Espectadores</b>	<b>Share</b>
<b>1º</b>	Brasil 14:Futbol	3.925.000	25.3%
<b>2º</b>	Cine	2.410.000	17.5%
<b>3º</b>	Telediario 1	2.317.000	16.2%

FUENTE: elaboración propia a partir de datos de Kantar Media proporcionados por Laguiatv

Los informativos de noche de La 1 y Antena 3 tuvieron cuotas de pantalla por debajo de la media, pero de manera leve, ya que en ningún caso superaron los 100.000 espectadores por debajo, fueron de casi 40.000 menos y 60.000 menos respectivamente.

Informativos Telecinco en la franja del mediodía fue el único que perdió espectadores en relación a la media de ese mes, cerca de 400.000 menos.

Gráfico 8. Variación del número de espectadores el 19 de junio



FUENTE: elaboración propia

### 3.3.7 Pedro Sánchez es el nuevo Secretario General del PSOE

En tres de los cinco informativos analizados la audiencia aumenta respecto a la media de espectadores que tienen estos espacios en este mes. Son 5 los informativos analizados puesto que la noche del 19 de julio Informativos Telecinco 21:00 horas no se emite debido a la retransmisión de un partido de fútbol del Mundial de Brasil.

Tabla 14. Número de espectadores y su variación en los informativos del 13 de julio

<b>Julio – Pedro Sánchez Secretario General</b>				
<b>Cadena</b>	<b>Audiencia Media del mes</b>	<b>Audiencia de los informativos analizados</b>	<b>Variación</b>	<b>Aumenta / Disminuye / Se mantiene</b>
<b>La 1 de TVE</b>	1.286.188	1.370.000	+ 83.812	↑
		602.000	- 684.188	↓
<b>Antena 3</b>	1.311.308	1.479.000	+ 167.692	↑
		867.000	- 444.308	↓
<b>Telecinco</b>	1.270.533	1.485.000	+ 214.467	↑
		*	*	*

\*El domingo 13 de julio no hay Informativo a las 21h. a causa de la retransmisión de un partido del Mundial de Fútbol de Brasil.

FUENTE: elaboración propia a partir de datos de Kantar Media proporcionados por Ecoteuve y Laguiatv

Podemos destacar que los tres informativos que aumentan su número de espectadores son los de mediodía. Lo hacen en diferente medida, Televisión Española con más de 80.000 televidentes, Antena 3 noticias con más de 150.000 y Telecinco con más de 200.000. Es decir, los tres reflejan cuotas por encima de la media en el momento en el que se conoce la noticia.

En los informativos de la noche, a las 21:00 horas, observamos considerables descensos en la audiencia del Telediario 2 de Televisión Española y de Antena 3 Noticias 2. Como hemos explicado anteriormente, Telecinco estaba emitiendo al mismo tiempo la final del Mundial de Fútbol de Brasil, concretamente la selección alemana contra la selección argentina. El partido fue lo más visto del día, tuvo una audiencia de más de 10 millones y medio de espectadores con un 64.9% de *share*. La prórroga superó esta cifra con más de 12 millones y medio de espectadores y un 67.5% de *share*, momento en el que la selección alemana se llevó la victoria por 1-0 con gol de Gotze en el minuto 113 de juego.

Así lo muestra el ranking de lo más visto del día 13 de julio de 2014:

Tabla 15. Programas más vistos el 13 de julio de 2014

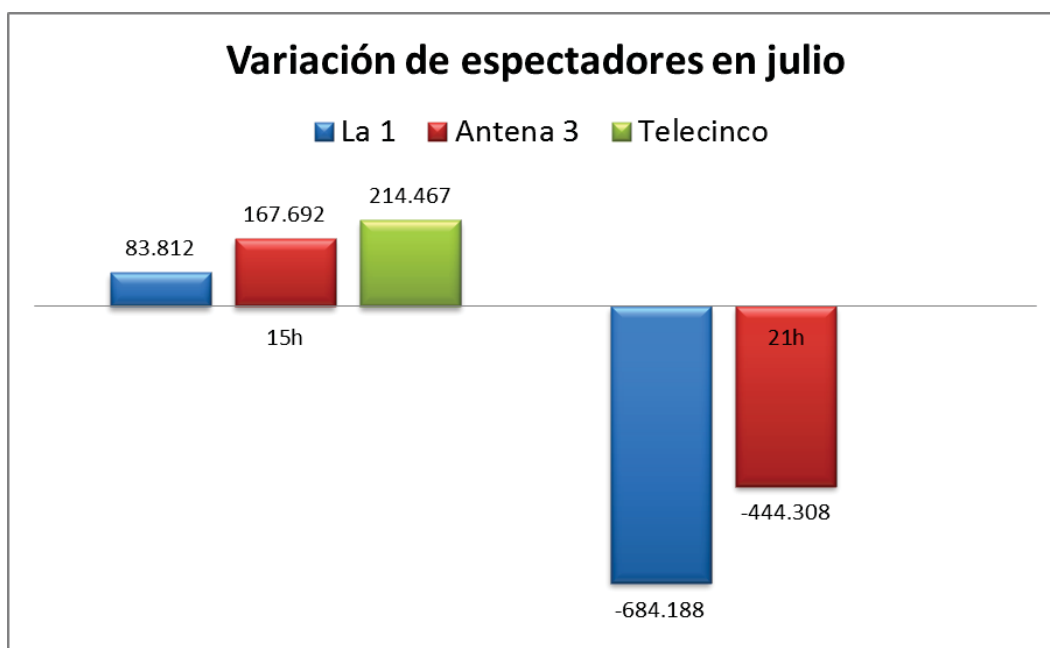
<b>Audiencias del 13 de julio de 2014</b>			
	<b>Programa</b>	<b>Espectadores</b>	<b>Share</b>
<b>1º</b>	Brasil 14: prórroga	12.691.000	67.5%
<b>2º</b>	Brasil 14: fútbol	10.693.000	64.9%
<b>3º</b>	Brasil 14: post	8.237.000	51.4%

FUENTE: elaboración propia a partir de datos de Kantar Media proporcionados por Laguiatv

Esta emisión futbolística atrae a una gran cantidad de audiencia, ya que es el deporte más seguido en España. Esto explica el gran descenso en las audiencias de los informativos de Televisión Española y Antena 3 a las 21:00h, ya que coincidían con el partido de fútbol. El Telediario 2 tuvo casi 700.000 espectadores menos que su media habitual y Antena 3 Noticias 2 casi 450.000 espectadores menos. Ninguno de los dos llegó al millón de espectadores.

La gran diferencia entre los informativos de mediodía y los de la noche en cuanto a número de espectadores se puede ver claramente en el gráfico 9:

Gráfico 9. Variación del número de espectadores el 13 de julio



FUENTE: elaboración propia



### 3.3.8 El primer español infectado de ébola llega a España

El día de la llegada del misionero a suelo español tras el contagio de su enfermedad, se registraron aumentos en las audiencias en uno de los seis informativos analizados, mientras que en otros dos el número de espectadores disminuyó respecto a la media.

Tabla 16. Número de espectadores y su variación en los informativos del 7 de agosto

<b>Agosto – Repatriación del primer español infectado de ébola</b>				
<b>Cadena</b>	<b>Audiencia Media del mes</b>	<b>Audiencia de los informativos analizados</b>	<b>Variación</b>	<b>Aumenta / Disminuye / Se mantiene</b>
<b>La 1 de TVE</b>	1.327.820	1.399.000	+ 71.180	=
		1.042.000	- 285.820	↓
<b>Antena 3</b>	1.335.025	1.655.000	+ 319.975	↑
		863.000	- 472.025	↓
<b>Telecinco</b>	1.598.904	1.578.000	- 20.904	=
		1.600.000	+ 1.096	=

FUENTE: elaboración propia a partir de datos de Kantar Media proporcionados por Ecoteuve y Laguiatv

La 1 de Televisión Española aumentó levemente su número de espectadores en el Telediario 1 con 70.000 más de los habituales. Por su parte Antena 3 Noticias 1 fue el informativo al que más gente acudió. Ganó más de 300.000 espectadores por encima de su media en este mes, a pesar de esto, no llegó a los 2 millones de televidentes, pero fue el segundo espacio televisivo con más audiencia del día.<sup>51</sup>

<sup>51</sup> Información obtenida de <http://laguiatv.abc.es/audiencias/20140807.html> (consultado 06/06/15)

Tabla 17. Programas más vistos el 7 de agosto de 2014

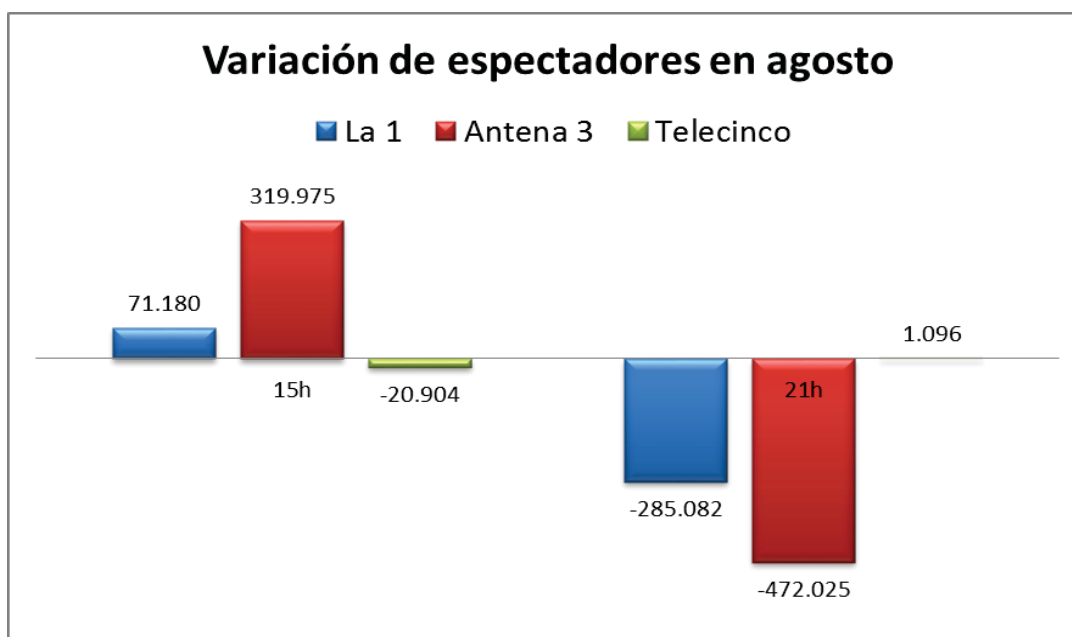
<b>Audiencias del 7 de agosto de 2014</b>			
	<b>Programa</b>	<b>Espectadores</b>	<b>Share</b>
<b>1°</b>	Sálvame: Diario	1.725.000 esp.	19.1%
<b>2°</b>	Antena 3 Noticias 1	1.655.000 esp.	14.6%
<b>3°</b>	El Secreto de Puente Viejo	1.640.000 esp.	18%

FUENTE: elaboración propia a partir de datos de Kantar Media proporcionados por Laguiatv

El informativo de mediodía de Telecinco tuvo una leve bajada de audiencia, con unos 20.000 espectadores menos respecto a su media. La bajada fue más pronunciada en el segundo Telediario de La 1 y más aún en Antena 3 Noticias 2, con caídas de casi 300.000 y casi 500.000 espectadores menos respecto a la media. En esta franja de la noche, el único informativo en positivo fue el de Telecinco con unos 1.000 espectadores más.

Como podemos ver en el gráfico 10, los informativos de Antena 3 son los que más variaciones presentan, mientras que los de Telecinco se mantienen muy próximos a su media de agosto. Son más notorias las caídas de audiencia en esta jornada.

Gráfico 10. Variación del número de espectadores el 7 de agosto



FUENTE: elaboración propia

### 3.3.9 El pueblo escocés vota “No” a la independencia

La votación escocesa se convertía en una referencia de lo que podría suceder en España, por lo que levantó gran expectación. De hecho, la mayoría de los políticos catalanes a favor de la independencia se desplazaron a Escocia este día, y en sus discursos anteriores mencionaban la similitud de ambos casos y la necesidad de un referéndum como el que se iba a llevar a cabo en la región escocesa. Finalmente el resultado fue que Escocia votó “NO” a la independencia.

Dos de los seis informativos analizados aumentaron notablemente sus audiencias, el resto se quedaron próximos a la media de espectadores de septiembre, por lo que se mantienen.

Tabla 18. Número de espectadores y su variación en los informativos del 18 de septiembre

<b>Septiembre – Referéndum en Escocia</b>				
<b>Cadena</b>	<b>Audiencia Media del mes</b>	<b>Audiencia de los informativos analizados</b>	<b>Variación</b>	<b>Aumenta / Disminuye / Se mantiene</b>
<b>La 1 de TVE</b>	1.738.243	1.781.000	+ 42.757	=
		1.789.000	+ 50.757	=
<b>Antena 3</b>	1.663.139	1.840.000	+ 176.861	↑
		1.621.000	- 42.139	=
<b>Telecinco</b>	2.007.302	1.931.000	- 76.302	=
		2.454.000	+ 446.698	↑

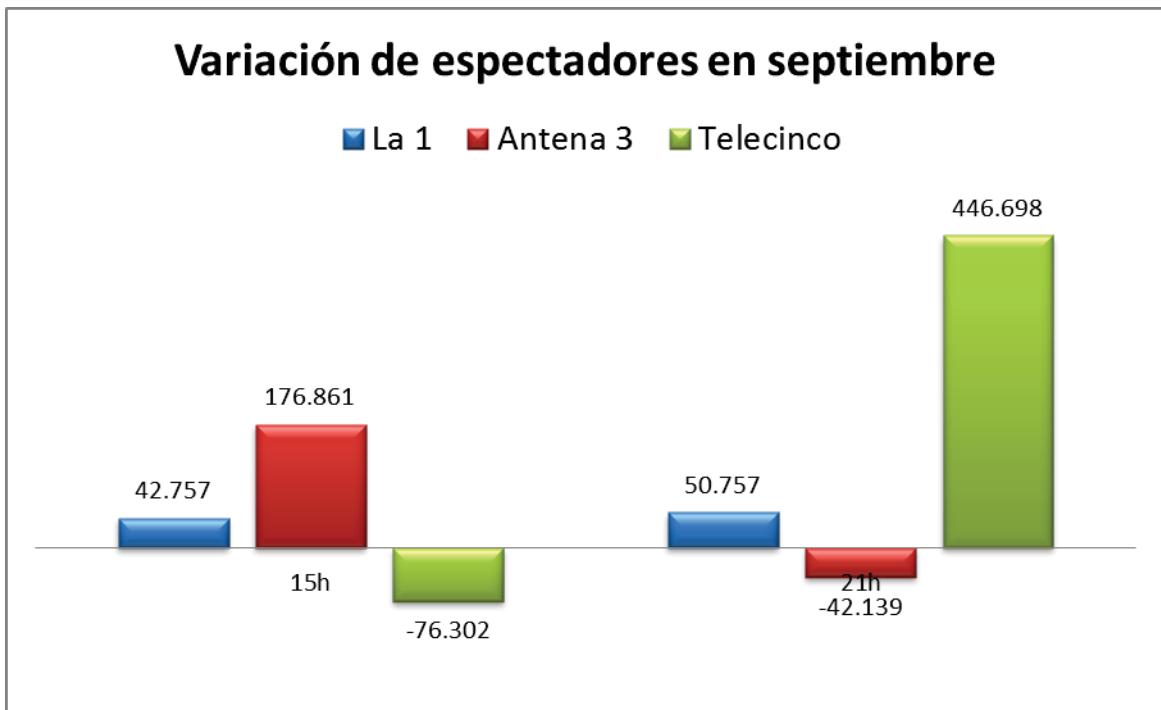
FUENTE: elaboración propia a partir de datos de Kantar Media proporcionados por Ecoteuve y Laguiatv

Telediario 1 y Telediario 2 de Televisión Española elevaron levemente su media, con unos 40.000 y 50.000 espectadores respectivamente.

Por su parte, Antena 3 aumentó su número de espectadores en las noticias del mediodía con más de 150.000 por encima de la media de sus informativos en el mes de septiembre. En Antena 3 Noticias 2, sin embargo, se registra una leve caída de unas 40.000 personas.

Informativos Telecinco es el que mayor variación registra en sus dos informativos, al medio día pierde más de 70.000 espectadores, pero en las noticias de la noche, Informativos Telecinco 21 horas, gana casi 450.000 personas por encima de la media habitual las que ven este informativo, llegando así a casi 2 millones y medio de espectadores y convirtiéndose en el cuarto espacio televisivo más visto por detrás de Águila Roja (3.703.000 espectadores), Gran Hermano (2.947.000 espectadores) y El Hormiguero 3.0 (2.757.000 espectadores).

Gráfico 11. Variación del número de espectadores el 18 de septiembre



FUENTE: elaboración propia

### 3.3.10 Las tarjetas Black de Caja Madrid

Pese a la gran repercusión mediática posterior, solo uno de los seis informativos aumentó levemente su audiencia media del mes de octubre, Informativos Telecinco 21h;

pero fue el tercer espacio informativo más visto del día en cuanto a número de espectadores por detrás de Pequeños Gigantes y El Hormiguero 3.0.

Tabla 19. Programas más vistos el 1 de octubre de 2014

<b>Audiencias del 1 de Octubre de 2014</b>			
	<b>Programa</b>	<b>Espectadores</b>	<b>Share</b>
<b>1º</b>	Pequeños Gigantes	3.040.000	24.5%
<b>2º</b>	El Hormiguero 3.0	2.516.000	13.5%
<b>3º</b>	Informativos Telecinco 21:00	2.376.000	15.7%

FUENTE: elaboración propia a partir de datos de Kantar Media proporcionados por Laguiatv

Tabla 20. Número de espectadores y su variación en los informativos del 1 de octubre

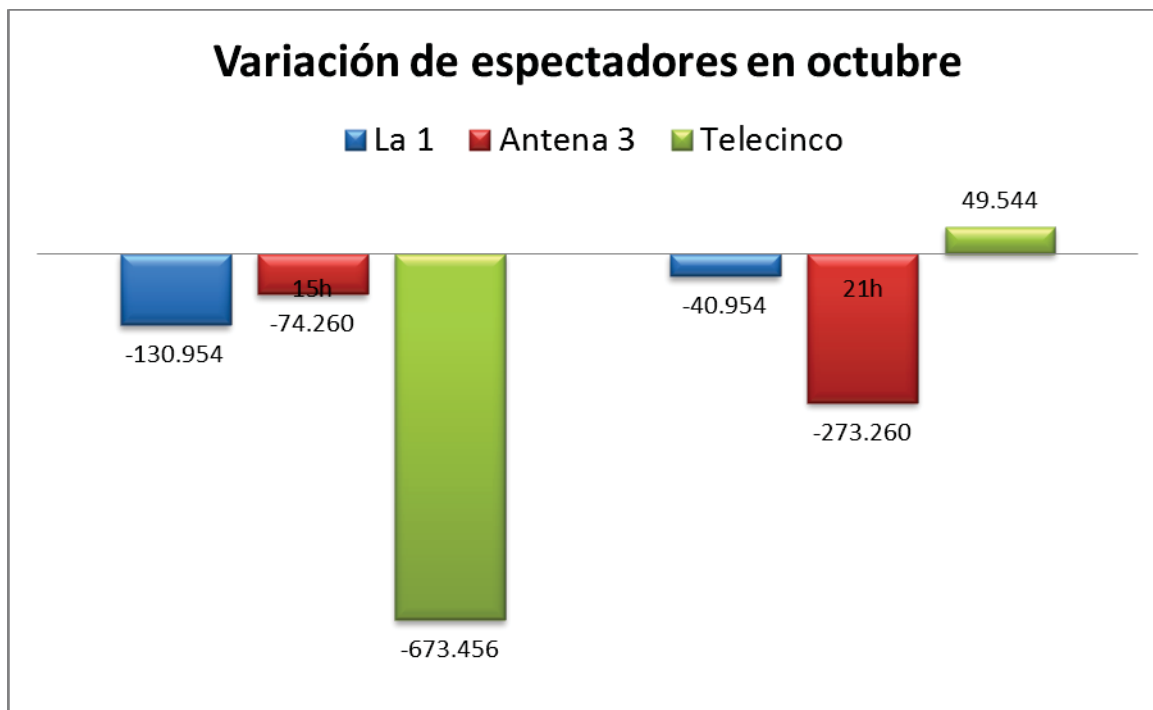
<b>Octubre – Tarjetas Black Caja Madrid</b>				
<b>Cadena</b>	<b>Audiencia Media del mes</b>	<b>Audiencia de los informativos analizados</b>	<b>Variación</b>	<b>Aumenta / Disminuye / Se mantiene</b>
<b>La 1 de TVE</b>	1.915.954	1.785.000	- 130.954	↓
		1.875.000	- 40.954	=
<b>Antena 3</b>	1.932.260	1.858.000	- 74.260	=
		1.659.000	- 273.260	↓
<b>Telecinco</b>	2.326.456	1.653.000	- 673.456	↓
		2.376.000	+ 49.544	=

FUENTE: elaboración propia a partir de datos de Kantar Media proporcionados por Ecoteuve y Laguiatv

Este informativo de las noches de Telecinco aumentó en cerca de 50.000 espectadores, aunque se mantiene así próximo a su media habitual. Algo similar sucede con Telediario 2 y Antena 3 Noticias 1, que aunque presentan cifras negativas, estas son cercanas a la media y por lo tanto consideramos que se mantiene. Los otros tres informativos estudiados disminuyeron su número de espectadores de manera más

amplia pese al hecho noticioso que acontecía. Este descenso generalizado se muestra claramente en el gráfico 12:

Gráfico 12. Variación del número de espectadores el 1 de octubre



FUENTE: elaboración propia

Los Telediarios de Televisión Española perdieron más de 130.000 espectadores en su edición de tarde y unos 40.000 en su edición de noche. En Antena 3 ocurrió algo parecido, aunque al mediodía en esta ocasión el descenso fue menor, con más de 70.000 espectadores menos, cifra que se vio acentuada a las 21 horas con casi 300.000 televidentes menos. Pero sin duda, la pérdida de espectadores más acentuada fue la de Informativos Telecinco 15h. Cerca de 700.000 personas menos vieron este espacio noticioso respecto a la media habitual de la cadena.

### 3.3.11 Cataluña realiza una consulta independentista alternativa

Cinco informativos superaron los 2 millones de espectadores, y cabe destacar, que los tres de las 21:00 horas cuentan con cifras positivas por encima de la media del mes en cada cadena. Se trata de una jornada consultiva, y al igual que en los días en los que se

celebran elecciones, los datos de participación se van adelantando durante el transcurso del día, pero los resultados se conocen a últimas horas de la tarde.

Tabla 21. Número de espectadores y su variación en los informativos del 9 de noviembre

<b>Noviembre – Consulta Catalana</b>				
<b>Cadena</b>	<b>Audiencia Media del mes</b>	<b>Audiencia de los informativos analizados</b>	<b>Variación</b>	<b>Aumenta / Disminuye / Se mantiene</b>
<b>La 1 de TVE</b>	1.887.053	2.112.000	+ 224.947	↑
		2.590.000	+ 702.947	↑
<b>Antena 3</b>	2.078.056	2.418.000	+ 339.944	↑
		2.197.000	+ 118.944	↑
<b>Telecinco</b>	1.862.100	1.809.000	- 53.100	=
		2.406.000	+ 543.900	↑

FUENTE: elaboración propia a partir de datos de Kantar Media proporcionados por Ecoteuve y Laguiatv

En los informativos de mediodía, vemos como Televisión Española aumenta en más de 200.000 espectadores su audiencia media del mes de noviembre. De la misma forma lo hace Antena 3, pero en mayor medida con más de 300.000 televidentes. Telecinco por el contrario es la nota discordante en estos resultados, pierde unos 50.000 espectadores, pero es una cifra que se encuentra muy cerca de la media habitual y no supone una gran caída en su audiencia.

En las horas en las que se dan los primeros resultados de la consulta soberanista, en torno a las 21 horas, los tres informativos registran valores positivos respecto a la media. Telediario 2 de Televisión Española es quien tiene un gran aumento de espectadores durante la jornada. Sube en 700.000 su cifra habitual con una audiencia de más de 2 millones y medio de espectadores, convirtiéndose así en el tercer espacio televisivo más visto del día por detrás de dos programas de Salvados.

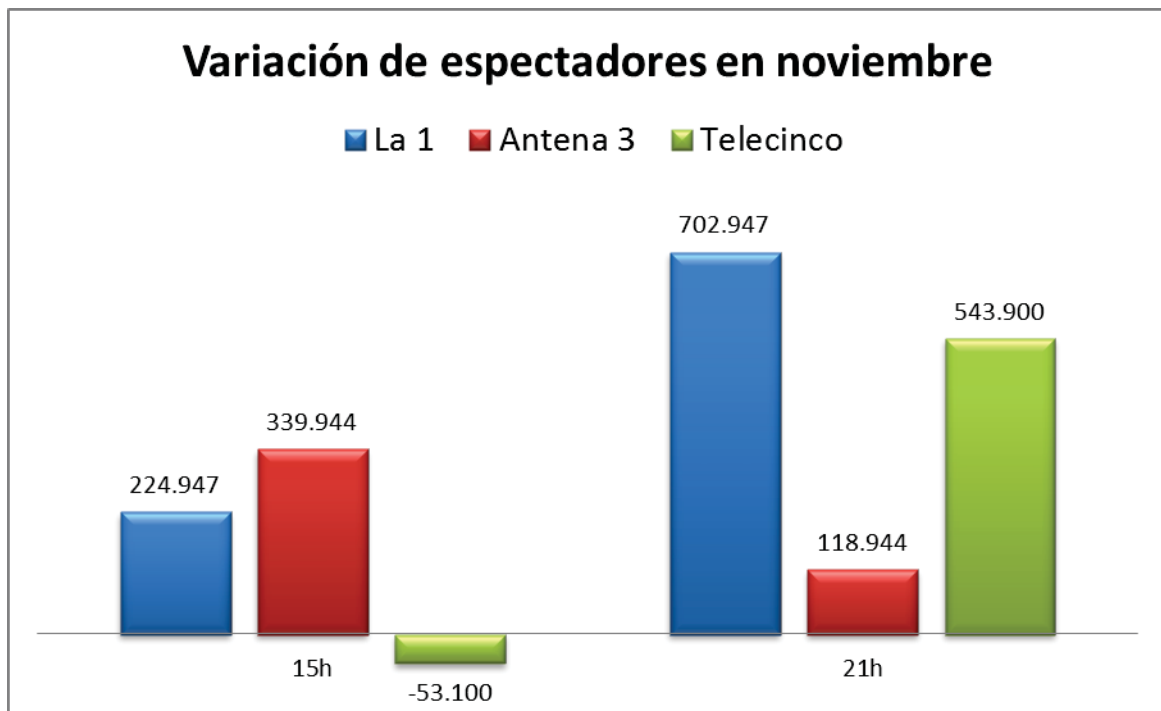
Tabla 22. Programas más vistos el 9 de noviembre de 2014

Audiencias del 9 de noviembre de 2014			
	Programa	Espectadores	Share
1°	Salvados	3.279.000	15.6%
2°	Salvados	2.996.000	14.8%
3°	Telediario fin de semana 2	2.590.000	13.1%

FUENTE: elaboración propia a partir de datos de Kantar Media proporcionados por Laguiatv

Antena 3 Noticias 2 aumenta en más de 100.000 personas su audiencia media y Telecinco lo hace en cerca de 550.000 personas más de lo habitual.

Gráfico 13. Variación del número de espectadores el 9 de noviembre



FUENTE: elaboración propia

### 3.3.12 Alfonso Alonso es el nuevo Ministro de Sanidad

Este día se observan aumentos en tres de los seis informativos analizados, y llama la atención que son en la franja de las 21:00h. De los otros tres restantes, en dos de ellos la



audiencia se mantiene en una cifra aproximada a la media habitual, mientras que en otro desciende.

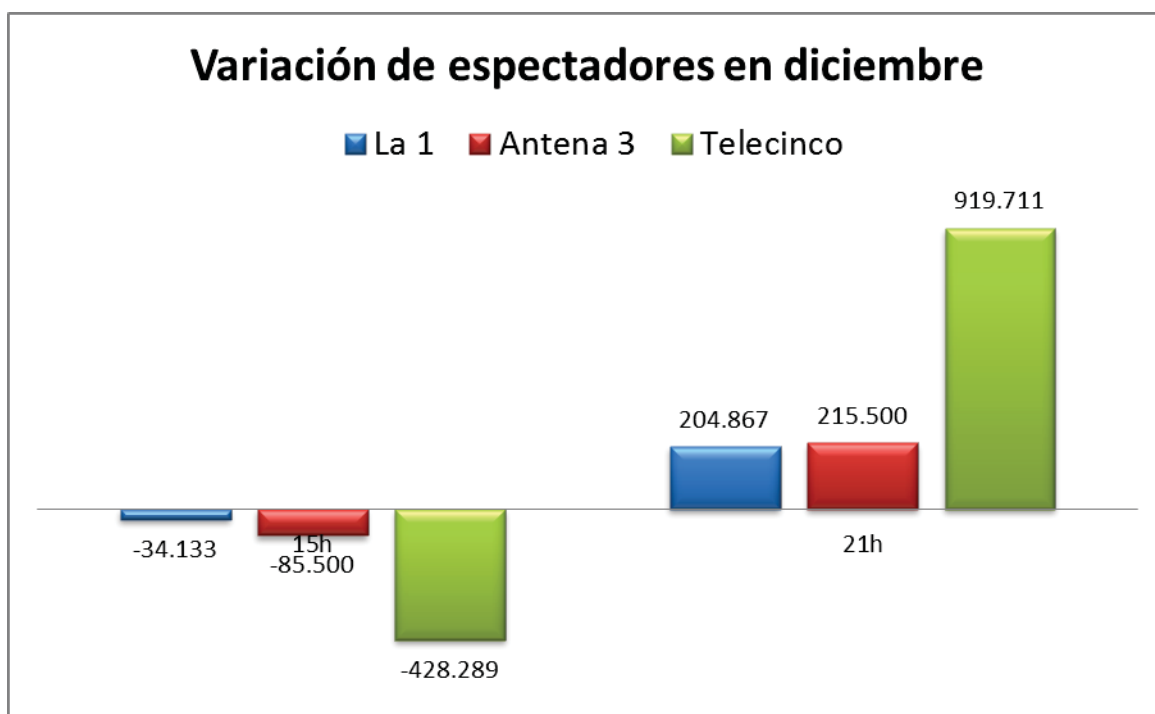
Tabla 23. Número de espectadores y su variación en los informativos del 3 de diciembre

<b>Diciembre – Alfonso Alonso nuevo Ministro de Sanidad</b>				
<b>Cadena</b>	<b>Audiencia Media del mes</b>	<b>Audiencia de los informativos analizados</b>	<b>Variación</b>	<b>Aumenta / Disminuye / Se mantiene</b>
<b>La 1 de TVE</b>	1.873.133	1.839.000	- 34.133	=
		2.078.000	+ 204.867	↑
<b>Antena 3</b>	1.902.500	1.817.000	- 85.500	=
		2.118.000	+ 215.500	↑
<b>Telecinco</b>	2.175.289	1.747.000	- 428.289	↓
		3.095.000	+ 919.711	↑

FUENTE: elaboración propia a partir de datos de Kantar Media proporcionados por Ecoteuve y Laguiatv

Como podemos ver en el gráfico 14, todos los informativos de las 15:00h pierden audiencia respecto a su media habitual. En el caso de La 1 y Antena 3 son cifras muy similares y menores a 100.000 espectadores, por lo que consideramos, como establecimos en los criterios iniciales, que la audiencia se mantiene. Informativos Telecinco 15:00h experimenta una gran caída en cuanto al número de espectadores con más de 400.000 menos de la media.

Gráfico 14. Variación del número de espectadores el 3 de diciembre



FUENTE: elaboración propia

En los informativos de la noche, en todos ellos aumentan el número de espectadores este día, La 1 y Antena 3 lo hacen de forma discreta con algo más de 200.000 cada una. Sin embargo, Informativos Telecinco 21:00h es el que refleja una variación mayor con 900.000 espectadores más que su media habitual. Supera de este modo los 3 millones de espectadores y se convierte en el espacio televisivo más visto del 3 de diciembre\*.

Tabla 24. Programas más vistos el 3 de diciembre de 2014

<b>Audiencias del 3 de diciembre de 2014</b>			
	<b>Programa</b>	<b>Espectadores</b>	<b>Share</b>
<b>1º</b>	Informativos Telecinco 21:00	3.095.000 esp.	18.1%
<b>2º</b>	El hormiguero 3.0	2.802.000 esp.	14.1%
<b>3º</b>	Pasapalabra	2.736.000 esp.	19.2%

FUENTE: elaboración propia a partir de datos de Kantar Media proporcionados por Laguiatv

### 3.3.13 Recuento de resultados

Para obtener una serie de conclusiones al finalizar el estudio, se contabilizan los datos de los 78 informativos estudiados en los apartados anteriores, haciendo la suma correspondiente de los que aumentan la audiencia, los que disminuyen o los que se mantienen, en función del criterio de 100.000 espectadores que marcamos con anterioridad.

En cuanto al número de espectadores, la audiencia consideramos que aumenta en 28 de los 78 analizados. Disminuye en 24 de ellos y se mantiene en 22 de los informativos, como puede observarse en la siguiente tabla. Hay 4 en los que no fue posible obtener datos, bien porque el informativo no se emitió al ser interrumpido por otra programación o bien por no encontrarse datos al respecto.

Tabla 25. Comportamiento de la audiencia en los informativos estudiados

	<b>Aumenta ↑</b>	<b>Disminuye ↓</b>	<b>Se mantiene =</b>	<b>Sin datos</b>
<b>Número de informativos</b>	28	24	22	4

FUENTE: elaboración propia

De este modo, la tendencia de la audiencia es a aumentar en los días estudiados correspondientes a los acontecimientos más destacados del año. Sin embargo, no es una cifra destacada, ya que los tres criterios se encuentran muy cercanos entre sí.

Lo que sí que hemos observado en la masa de datos de este estudio, es que aunque en estos 12 eventos no es tanta la diferencia, pese a que el resultado mayoritario es que aumenta, pero si se diferencia entre acontecimientos inesperados y programados, se observa cómo en estos últimos la audiencia suele aumentar casi siempre.

Destacan de este modo las audiencias de días prefijados ya estudiados como la coronación de Felipe VI o la Consulta Catalana, y otros no estudiados en el trabajo cuyos datos reflejan cifras muy superiores a las habituales, como puede ser un aumento de más de 2 millones de espectadores en Telediario 1 el 22 de diciembre a causa del

Sorteo de Lotería de Navidad o un aumento en Telediario 2 el 31 de diciembre previo a la finalización del año.

### 3.4. Estudio del movimiento de la audiencia

Para cada uno de los acontecimientos seleccionados a lo largo del año 2014, vamos a analizar del mismo modo si los espectadores se dirigen a una cadena u otra en función del tipo de evento que acontece. De este modo, para este análisis utilizaremos el *share* de los informativos de los días seleccionados, ya que como hemos visto anteriormente, es el porcentaje de audiencia que tiene una cadena en relación al total de la gente que está viendo la televisión en ese momento.

Con este dato, podremos ver si para cada uno de los eventos, los espectadores se han decantado por La 1 de Televisión Española, por Antena 3 o en su defecto por Telecinco. Tendremos como referencia orientativa el *share* medio mensual de los informativos de cada cadena en ese mes del que hablamos, pero la verdadera comparación se realizará entre los porcentajes de *share* de las tres cadenas que se estudian.

#### 3.4.1 La Infanta Cristina es imputada por segunda vez

En enero, concretamente el día 7, la imputación de la Infanta Cristina fue la noticia más destacada de los informativos. El *share* medio de los programas noticiosos estudiados de lunes a viernes es el que aparece representado en la tabla 26. Destaca Telecinco con un 15.05%, por encima de las otras dos cadenas que tienen algo más del 13%.

Tabla 26. Share medio de los informativos del mes de enero

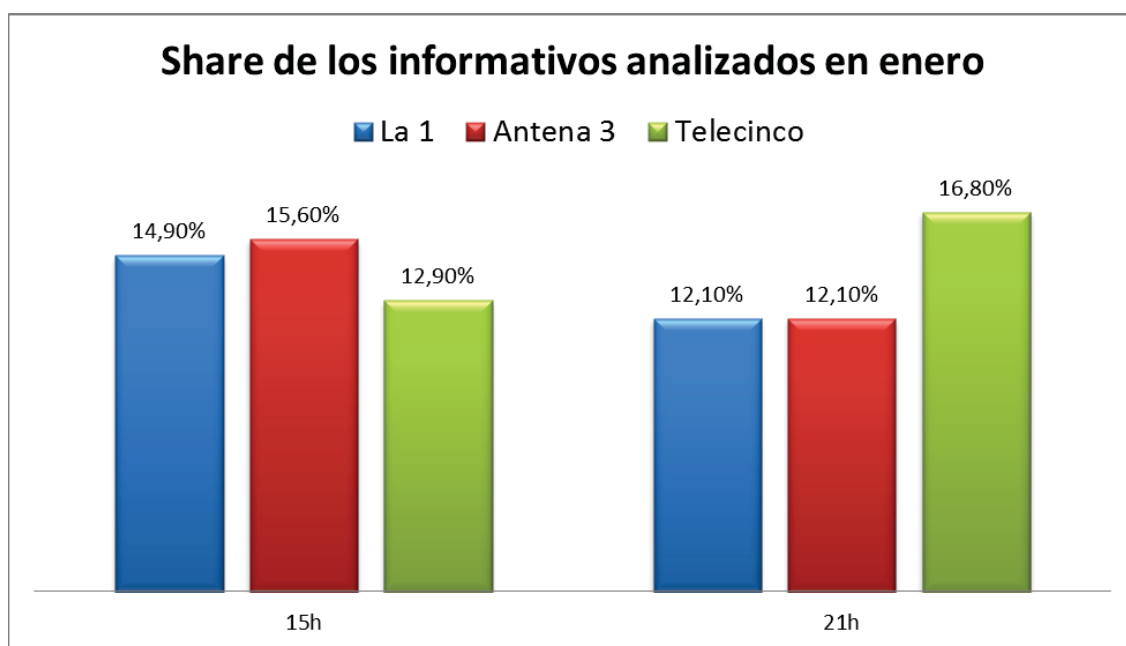
	<b>La 1 de TVE</b>	<b>Antena 3</b>	<b>Telecinco</b>
<b>Share Medio del mes</b>	13.42%	13.12%	15.05%

FUENTE: elaboración propia a partir de datos de Kantar Media proporcionados por Ecoteuve y Laguiatv

La variación de los informativos se produjo de forma diferente en las dos franjas horarias estudiadas. Al mediodía, la gente se decantó por Antena 3 para informarse sobre la imputación de la Infanta, cadena con una ideología más hacia la derecha; y por Televisión Española, cadena pública. Lo que explicaría el movimiento de la audiencia a cadenas más conservadoras sobre un tema monárquico y que además no coincide para nada con la media en el *share* que presentan las cadenas este mes.

En la franja de la noche, se mantienen datos cercanos a los *share* medios de este mes. Telecinco, que tiene su informativo de mayor audiencia a las 21 horas con Pedro Piqueras, aumenta su *share* hasta 16.8%, mientras que La 1 y Antena 3 reducen levemente la media que mantenían.

Gráfico 15. Share de los informativos analizados el 7 de enero



FUENTE: elaboración propia

### 3.4.2 Violentos enfrentamientos en Ucrania entre la policía y los manifestantes

En el mes de febrero, los informativos de La 1, Antena 3 y Telecinco tuvieron unas medias en el *share* muy parecidas a los datos que se registraron en enero. Telecinco destaca con más del 15% mientras que La 1 y Antena 3 se quedan en algo más del 13%.

Tabla 27. Share medio de los informativos del mes de febrero

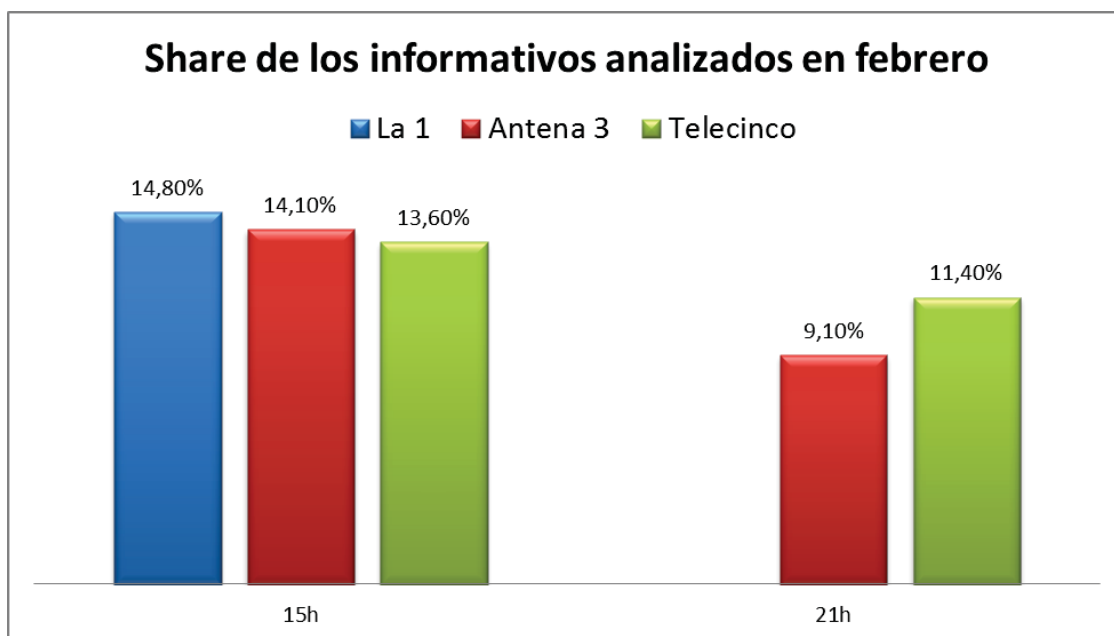
	<b>La 1 de TVE</b>	<b>Antena 3</b>	<b>Telecinco</b>
<b>Share Medio del mes</b>	13.48%	13.19%	15.36%

FUENTE: elaboración propia a partir de datos de Kantar Media proporcionados por Ecoteuve y Laguiatv

El conflicto en Ucrania, con este país al borde de la guerra civil, fue seguido el martes 18 de febrero por una audiencia que en el informativo de las 15:00 horas se decantó por La 1 de Televisión Española en mayor medida. Sin embargo, la diferencia fue muy pequeña, le sigue muy de cerca Antena 3 con solo un 0.7% menos de *share*. Telecinco es la menos vista en esta franja con un 13.6%, pero muy cerca de las otras dos cadenas.

En los informativos de la noche, Televisión Española no emitió Telediario 2 por la retransmisión de un partido de Champions League, lo que hizo bajar de forma considerable los *share* de los otros dos informativos, que registran porcentajes muy lejos de su media. Entre ambos, en esta franja la audiencia prefirió el informativo de Telecinco.

Gráfico 16. Share de los informativos analizados el 18 de febrero



FUENTE: elaboración propia

### 3.4.3 Un avión de Malaysia Airlines desaparece en pleno vuelo

El *share* medio del mes de marzo de 2014 en los informativos de las cadenas estudiadas presentó importantes variaciones respecto a los dos meses anteriores. El *share* medio de Informativos Telecinco cayó hasta el 11.84%, cuando en meses anteriores estaba por encima del 15%. La 1 también bajó un poco respecto al mes anterior y Antena 3 elevó unas décimas su *share* medio hasta 13.59%.

Tabla 28. Share medio de los informativos del mes de marzo

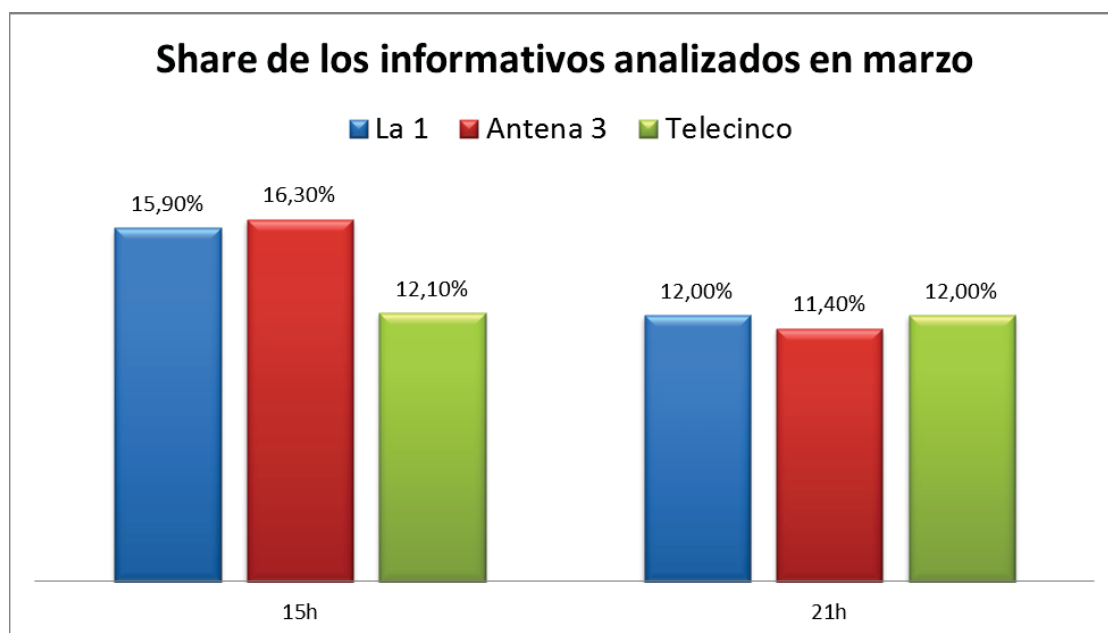
	<b>La 1 de TVE</b>	<b>Antena 3</b>	<b>Telecinco</b>
<b>Share Medio del mes</b>	12.92%	13.59%	11.84%

FUENTE: elaboración propia a partir de datos de Kantar Media proporcionados por Ecoteuve y Laguiatv

Para informarse de la noticia más relevante del 8 de marzo de 2014 y de ese mes en general, la desaparición del avión de la compañía Malaysia Airlines, la audiencia se decanta por Antena 3 con más de un 16% de *share*, y en segundo término por La 1 con un 15.9%. Ambos porcentajes muy por encima de la media habitual. Telecinco recibe menos audiencia en relación a sus otras dos competidoras en la franja del mediodía.

A las 21:00 horas, los tres informativos muestran una enorme igualdad en cuanto a atracción de audiencia, La 1 y Telecinco, empatan con *shares* del 12%, mientras que Antena 3 se queda unas décimas por debajo, pero podríamos decir que la audiencia no escoge claramente una cadena en esta franja como si ocurre al mediodía.

Gráfico 17. Share de los informativos analizados el 8 de marzo



FUENTE: elaboración propia

### 3.4.4 Fallece el escritor y periodista Gabriel García Márquez

En el mes de abril, el *share* medio de los informativos de estas tres cadenas muestra que los informativos a los que más gente acudió en este mes fueron los de Telecinco con un 14.3%. La 1 y Antena 3 se quedan lejos de esta cifra con 12.6% y 11.7% respectivamente.

Tabla 29. Share medio de los informativos del mes de abril

	La 1 de TVE	Antena 3	Telecinco
<b>Share Medio del mes</b>	12.61%	11.66%	14.27%

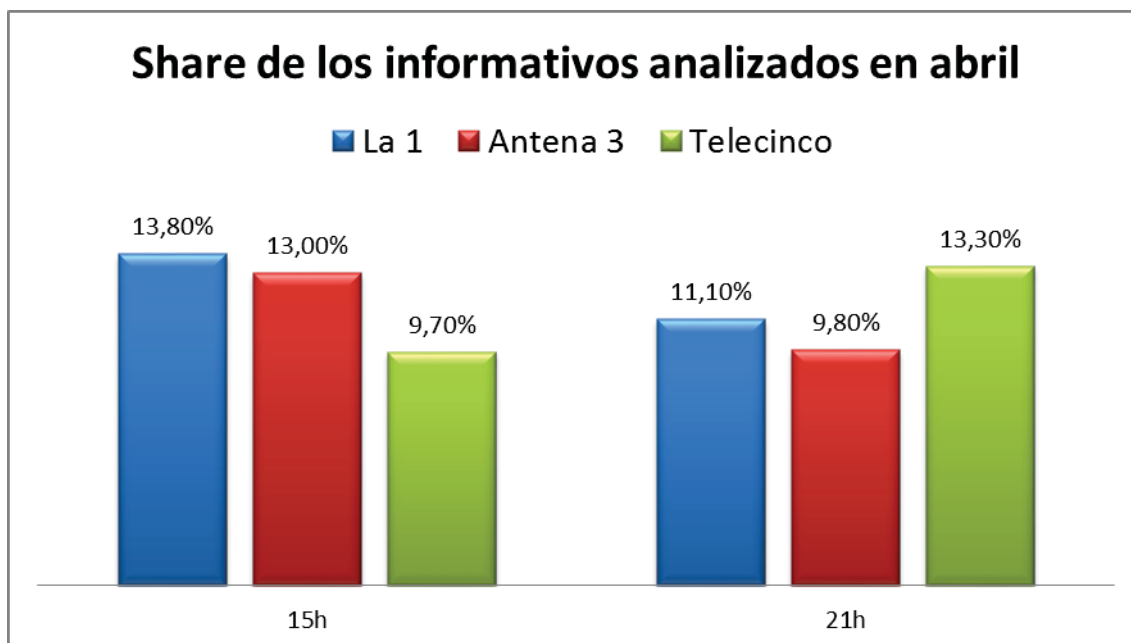
FUENTE: elaboración propia a partir de datos de Kantar Media proporcionados por Ecoteuve y Laguiatv

Con los datos de *share* desglosados del día 18 de abril, vemos en el gráfico 18 que en la franja del mediodía los espectadores se decantaron en mayor medida por el informativo de La 1 de Televisión Española con un 13.8% de *share*. Le siguió de cerca Antena 3 Noticias 1 con un 13%, mientras que Telecinco reflejó un porcentaje mucho menor.



En los informativos de la noche la tendencia fue la opuesta, la audiencia acudió en mayor medida a Telecinco, prefiriendo así esta cadena para informarse con un 13.3%. La 1 y Antena 3 le siguen de lejos con un 11.1% y un 9.8% respectivamente.

Gráfico 18. Share de los informativos analizados el 18 de abril



FUENTE: elaboración propia

### 3.4.5 Podemos sorprende en las elecciones europeas

El *share* medio de los informativos de estas cadenas en el mes de mayo reflejó un mayor gusto de la audiencia por las noticias de Antena 3, seguido muy de cerca por los telediarios de La 1. Telecinco se quedó en esta ocasión algo más lejos de sus competidores con apenas un 11% de *share*.

Tabla 30. Share medio de los informativos del mes de mayo

	La 1 de TVE	Antena 3	Telecinco
<b>Share Medio del mes</b>	12.47%	12.91%	11.06%

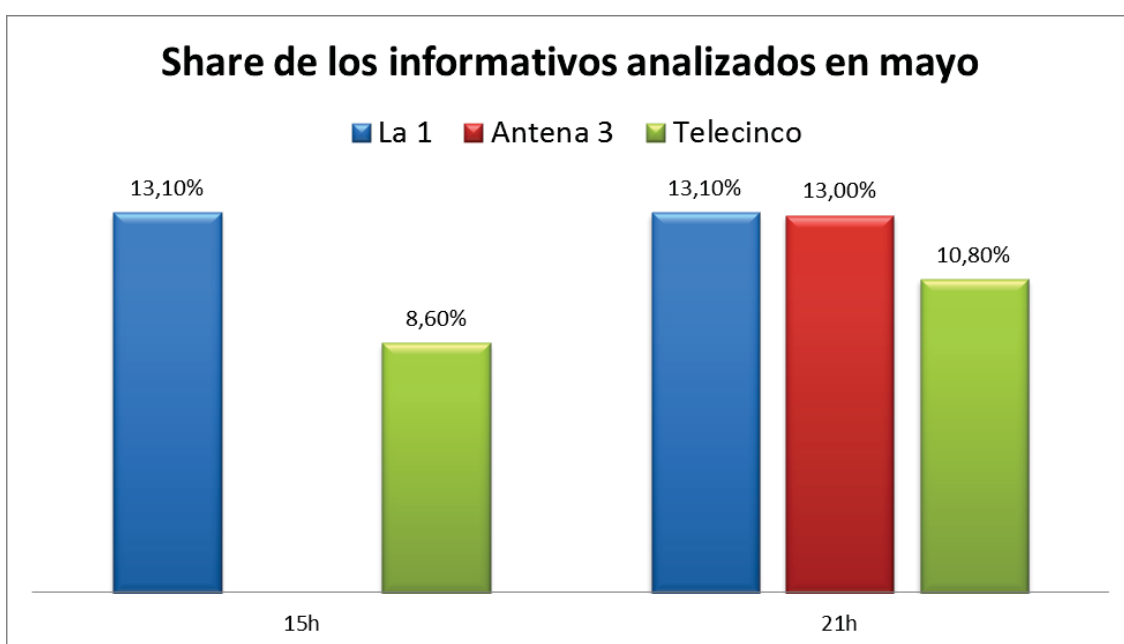
FUENTE: elaboración propia a partir de datos de Kantar Media proporcionados por Ecoteuve y Laguiatv

La sorpresa de Podemos en las europeas tuvo un mayor seguimiento en La 1 y Antena 3 en ambas franjas. A mediodía, cuando aún no se conocían los resultados, la audiencia se

decantó en mayor medida por La 1 con más de un 13% frente al casi 9% de Telecinco. No se encontraron datos sobre Antena 3 Noticias 1, por lo que no podemos comparar el *share* que tuvo.

Cuando los primeros resultados ya se daban a conocer, la audiencia decidió decantarse de nuevo por La 1 para informarse de las elecciones europeas, y muy de cerca Antena 3 con un 13%. Menor aceptación tuvo Telecinco, cadena más progresista de las tres, que no llegó al 11%.

Gráfico 19. Share de los informativos analizados el 25 de mayo



FUENTE: elaboración propia

### 3.4.6 Juan Carlos I abdica en favor de su hijo Felipe VI

Junio fue el mes en el que podemos decir que tiene lugar el acontecimiento más importante del año, se producía en España una sucesión en la corona por primera vez en democracia desde la dictadura franquista. Además se realizaba por abdicación, algo histórico en España. Como ya explicamos en puntos anteriores, las audiencias del relevo en la corona las hemos analizado en dos días, el de la abdicación -2 de junio- y el de la coronación de Felipe VI -19 de junio-. La audiencia general de todo el mes se decantó en mayor medida por los informativos de La 1 de Televisión Española con un 14.6%.

Muy de cerca se quedó Antena 3 con un 14.3% y un punto por detrás Telecinco con algo más del 13%.

Tabla 31. Share medio de los informativos del mes de junio

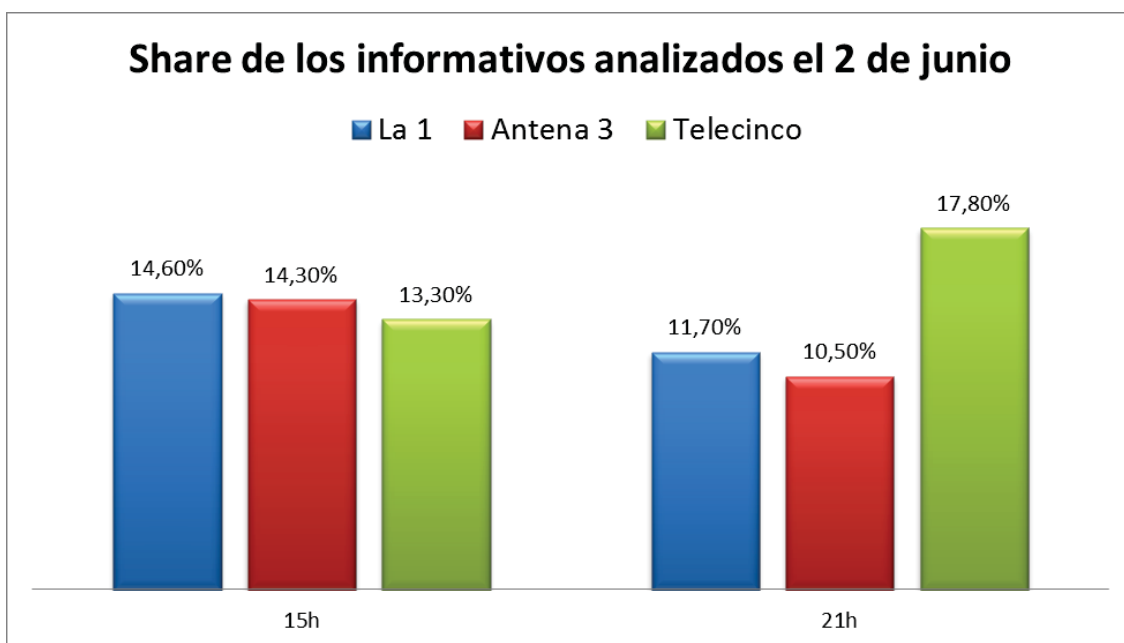
	<b>La 1 de TVE</b>	<b>Antena 3</b>	<b>Telecinco</b>
<b>Share Medio del mes</b>	11.88%	12%	16%

FUENTE: elaboración propia a partir de datos de Kantar Media proporcionados por Ecoteuve y Laguiatv

La noticia de la abdicación de Juan Carlos I se conoció a primera hora de la mañana, y la audiencia acudió a mediodía principalmente al informativo de La 1 de Televisión Española y en segundo lugar al de Antena 3, recordemos que la primera es la cadena pública y la segunda es una cadena más conservadora que Telecinco, que es más progresista, y esta es una noticia de carácter monárquico. La menos vista fue de este modo Telecinco.

Por la noche, el panorama cambió radicalmente, la cadena que atrajo más personas fue Telecinco por una amplia diferencia con un 17.80% de *share*. Entre las otras dos, La 1 obtuvo más audiencia en esa franja, aunque muy de cerca le sigue Antena 3.

Gráfico 20. Share de los informativos analizados el 2 de junio



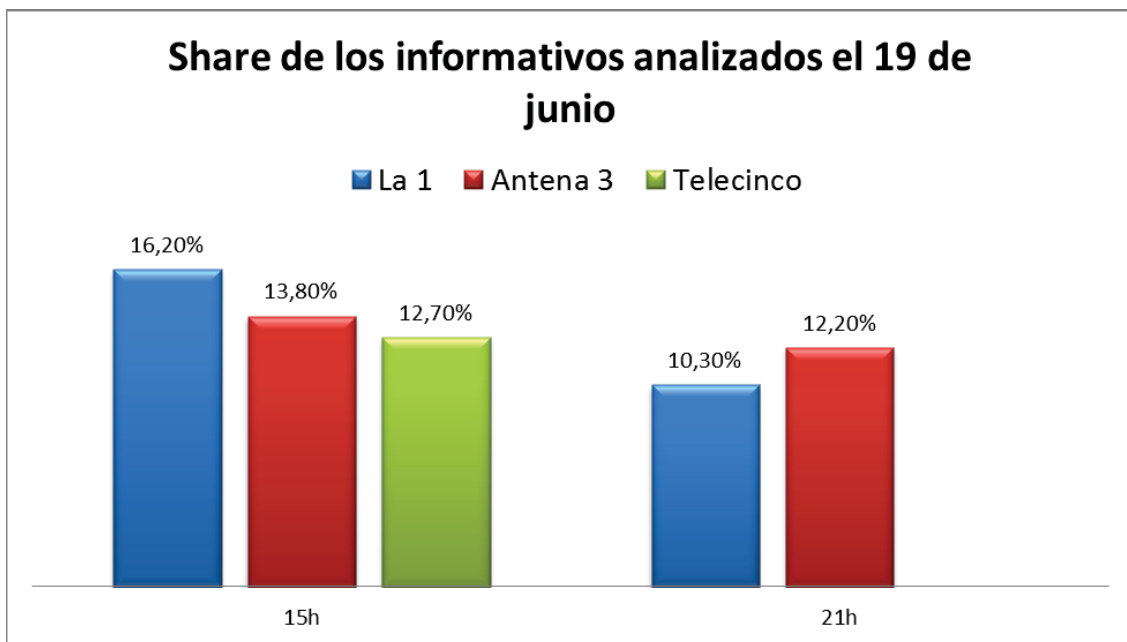
FUENTE: elaboración propia

El día fijado para la sucesión en la corona por Felipe VI fue el 19 de junio, que coincidió con uno de los partidos de la Selección Española en el Mundial de Brasil. Por este motivo, Telecinco no emitió el informativo de las 21:00 horas.

La audiencia prefirió de forma destacada Televisión Española –cadena pública- al mediodía para informarse aquel día, con un *share* de más del 16%. Antena 3 y Telecinco registraron porcentajes muy parejos en torno al 13%.

En los datos de las 21:00 horas, como ya hemos comentado, Telecinco no emitió su informativo, y entre La 1 y Antena 3, la audiencia en esta ocasión prefirió la segunda con más del 12% frente al 10.3% de La 1. Estos porcentajes son más bajos de lo habitual, ya que gran parte de la audiencia se encontraba viendo el partido de fútbol en Telecinco que tuvo 3.925.000 espectadores y un 25.3% de *share*.

Gráfico 21. Share de los informativos analizados el 19 de junio



FUENTE: elaboración propia

### 3.4.7 El PSOE elige nuevo Secretario General, Pedro Sánchez

El *share* medio de los informativos de las cadenas analizadas en el mes de julio presenta bastante igualdad entre sus porcentajes. De la más vista a la menos solo hay un punto de

diferencia. Antena 3 se pone en este mes en cabeza con casi un 13% de *share*, mientras que la menos vista es La 1 con casi un 12%. Telecinco se encuentra en el punto medio entre las dos.

Tabla 32. Share medio de los informativos del mes de julio

	<b>La 1 de TVE</b>	<b>Antena 3</b>	<b>Telecinco</b>
<b>Share Medio del mes</b>	11.89%	12.88%	12.58%

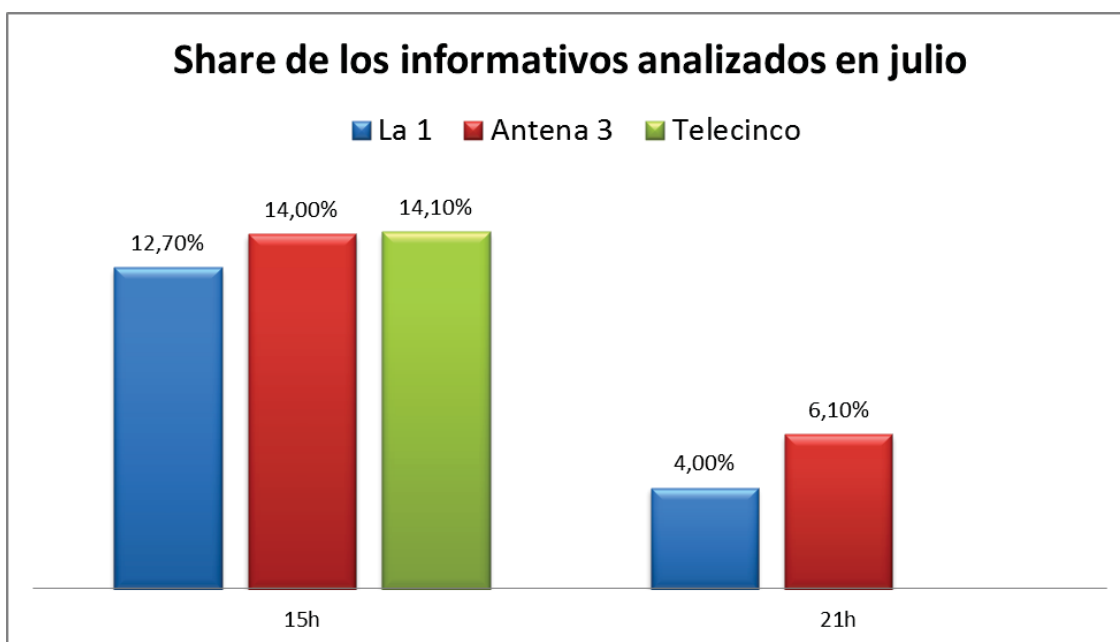
FUENTE: elaboración propia a partir de datos de Kantar Media proporcionados por Ecoteuve y Laguiatv

La elección de Pedro Sánchez como Secretario General del PSOE (Partido Socialista Obrero Español) es seguida en mayor medida en Telecinco. Algo lógico si pensamos que el partido tiene una ideología de izquierdas y Telecinco es la cadena más cercana de las tres a la misma.

Pese a ser la más seguida en cuanto al *share*, Antena 3 noticias se sitúa muy cerca con un 14%. En este caso La 1 se ve relegada a más de un punto por debajo en el *share* en su informativo del mediodía.

En la franja de la tarde-noche, los informativos reflejan porcentajes muy bajos, la causa es la emisión en Telecinco de la final del Mundial de fútbol de Brasil entre Alemania y Argentina, que tuvo una audiencia de 10.693.000 espectadores y nada menos que un 64.9% de *share*. Por este motivo no hubo informativo en Telecinco a las 21:00 horas y los *shares* de La 1 y Antena 3 no superaron el 6%.

Gráfico 22. Share de los informativos analizados el 13 de julio



FUENTE: elaboración propia

### 3.4.8 El primer español infectado con ébola es repatriado a España

En las medias de los informativos de las cadenas analizadas durante el mes de agosto, destaca el *share* de Telecinco con un 15.5%, con cierta distancia sobre las otras dos cadenas, ya que Antena 3 le sigue con un 12.7% y La 1 con un 12.1%.

Tabla 33. Share medio de los informativos del mes de agosto

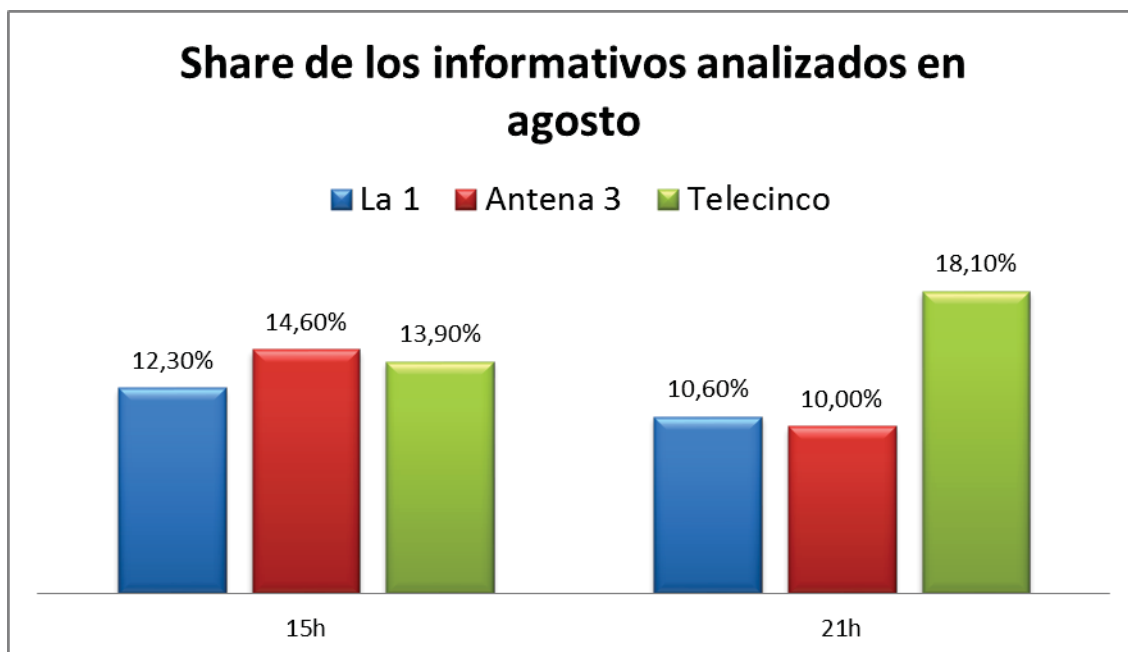
	La 1 de TVE	Antena 3	Telecinco
<b>Share Medio del mes</b>	12.08%	12.67%	15.50%

FUENTE: elaboración propia a partir de datos de Kantar Media proporcionados por Ecoteuve y Laguiatv

La repatriación del primer español con ébola desde Sierra Leona fue seguida en los informativos del mediodía en mayor medida en el de Antena 3 con casi un 15% de *share* y le sigue Telecinco con casi un 14%. Telediario 1 es el que menos audiencia atrae en esta franja horaria.

En la tarde-noche del 7 de agosto la audiencia se decantó por Telecinco para informarse de las novedades que se producían con más de un 18% de *share*, muy por encima de sus competidoras, ya que La 1 solo consiguió un 10.6% y Antena 3 un 10%.

Gráfico 23. Share de los informativos analizados el 7 de agosto



FUENTE: elaboración propia

### 3.4.9 Escocia celebra su referéndum independentista

Las audiencias del mes de septiembre se decantaron de manera similar al mes anterior por los informativos de las cadenas analizadas. Telecinco se mantiene en un *share* superior al 15% con cierta holgura sobre sus competidores. Mientras que los informativos de La 1 y Antena 3 reflejan porcentajes de *share* similares, pero se sitúa un poco por encima esta última.

Tabla 34. Share medio de los informativos del mes de septiembre

	La 1 de TVE	Antena 3	Telecinco
Share Medio del mes	12.60%	12.80%	15.19%

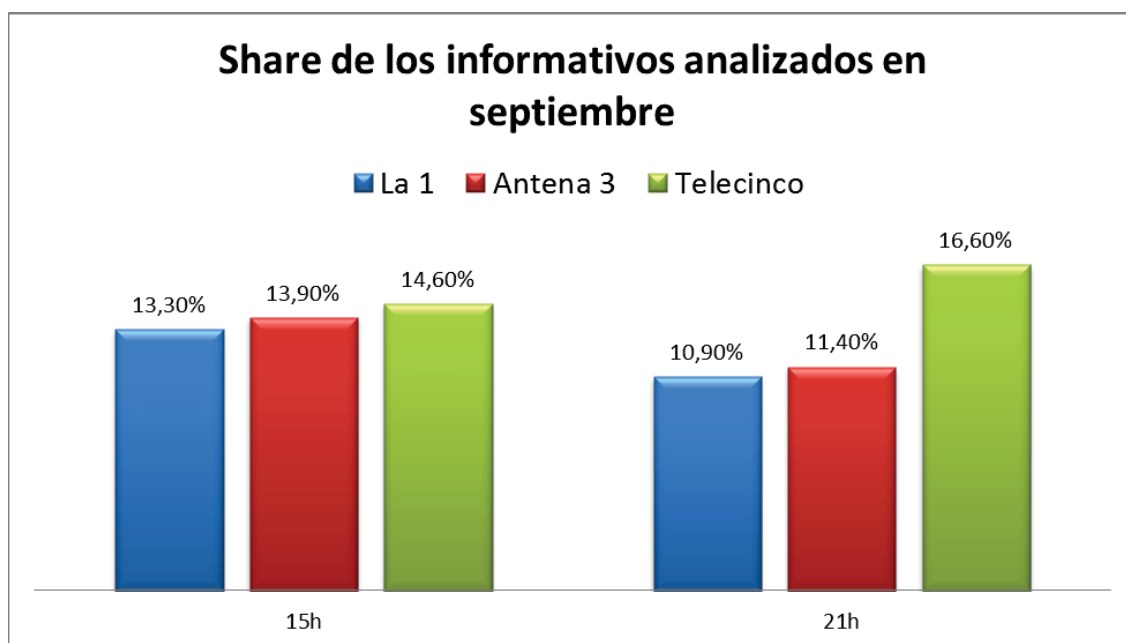
FUENTE: elaboración propia a partir de datos de Kantar Media proporcionados por Ecoteuve y Laguiatv

Las votaciones y los resultados del referéndum por la independencia de Escocia fueron seguidos por los españoles principalmente en Telecinco, tanto al mediodía como en los informativos de la noche.

A las 15:00 horas, cuando aún lo único que podían conocerse eran datos de participación, la audiencia acudió en mayor medida a Informativos Telecinco con más de un 14% de *share*. Muy cerca le seguía Antena 3 con este porcentaje y La 1 con 13,3%. Sin embargo, a las 21:00 horas, con algunos datos ya sobre los resultados y las primeras aproximaciones de lo que podía suceder, los espectadores decidieron claramente informarse a través de Telecinco, que registró un 16.6% de *share*. Amplia distancia con Antena 3 que tuvo 11.4% y La 1 que se quedó cerca del 11%.

En esta ocasión coincide también la ideología del hecho, los independentistas son más afines con una ideología de izquierdas, y casualmente la audiencia decide la cadena de las estudiadas de carácter más progresista.

Gráfico 24. Share de los informativos analizados el 18 de septiembre



FUENTE: elaboración propia



### 3.4.10 Sale a la luz el escándalo de las tarjetas Black de Caja Madrid

El escándalo de las Tarjetas Black de Caja Madrid salió a la luz el 1 de octubre. El *share* medio de los informativos de este mes se mantuvo similar a los anteriores, aunque aumentó levemente el porcentaje de todas las cadenas. Telecinco siguió como el informativo de los estudiados más elegido por la audiencia con cerca de un 16% de *share*. Antena 3 y La 1 tuvieron cifras similares, pero en esta ocasión Antena 3 con un 13.7% y la cadena pública con un 13.12%.

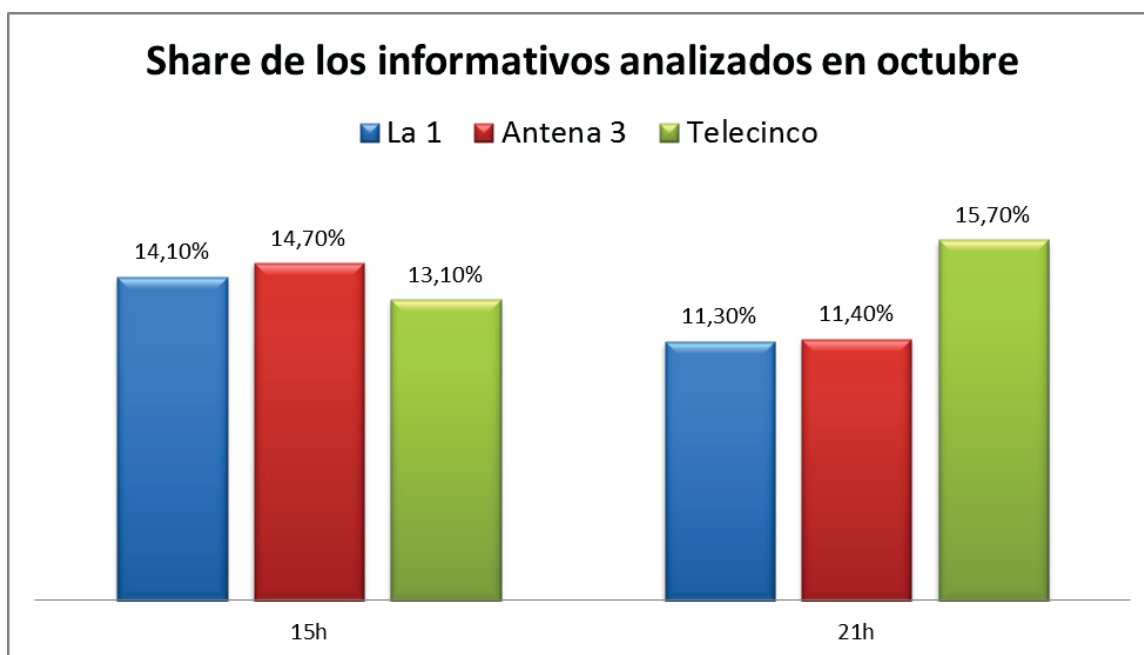
Tabla 35. Share medio de los informativos del mes de octubre

	<b>La 1 de TVE</b>	<b>Antena 3</b>	<b>Telecinco</b>
<b>Share Medio del mes</b>	13.12%	13.76%	15.98%

FUENTE: elaboración propia a partir de datos de Kantar Media proporcionados por Ecoteuve y Laguiatv

La audiencia se decantó de diferente manera en las dos franjas de los informativos. Mientras que al mediodía Informativos Telecinco fue el menos visto de los tres, por la noche obtuvo un *share* del 15.7% muy superior a las otras dos cadenas, que tuvieron algo más del 11% de *share*. Al mediodía la audiencia estuvo muy repartida, en primer lugar se encontró Antena 3 con 14.7%, y le siguieron a poca distancia Telediario 1 e Informativos Telecinco 15:00h.

Gráfico 25. Share de los informativos analizados el 1 de octubre



FUENTE: elaboración propia

### 3.4.11 Cataluña celebra su consulta alternativa

En noviembre se produce una variación en el *share* de las cadenas. Antena 3 destaca sobre las demás con un 14% de *share* medio, le siguen La 1 de Televisión Española y Telecinco que pasa a la última posición de las tres en cuando a audiencia de los informativos con un 12.35%.

Tabla 36. Share medio de los informativos del mes de noviembre

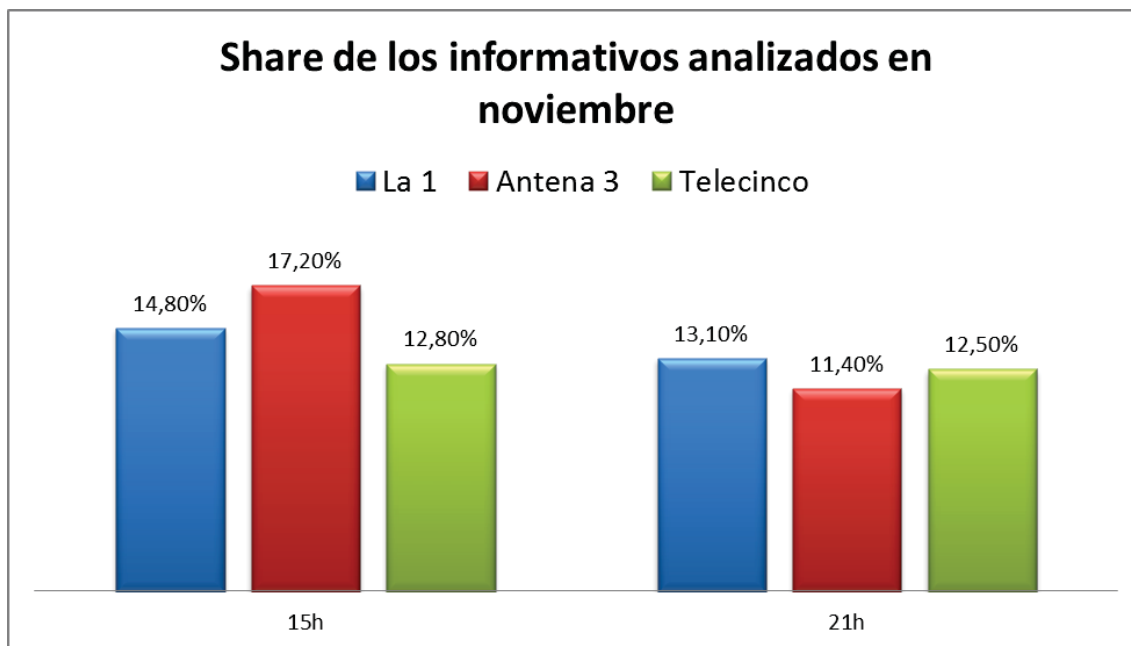
	La 1 de TVE	Antena 3	Telecinco
<b>Share Medio del mes</b>	12.42%	14%	12.35%

FUENTE: elaboración propia a partir de datos de Kantar Media proporcionados por Ecoteuve y Laguiatv

La consulta soberanista catalana fue seguida en mayor medida en la franja de las 15:00 horas en el informativo de Antena 3 Noticias 1 con más de un 17% de *share*. Un porcentaje destacado por encima del casi 15% de Telediario 1 y el casi 13% de Informativos Telecinco.

A las 21:00 horas, la cadena preferida por la audiencia para informarse sobre los datos de la consulta catalana no es Antena 3 como ocurre al mediodía; en esta ocasión los porcentajes de *share* son más similares. La 1 es la que más espectadores atrae con 13.1%. Le sigue muy de cerca Telecinco y Antena 3 pasa al último lugar.

Gráfico 26. Share de los informativos analizados el 9 de noviembre



FUENTE: elaboración propia

### 3.4.12 Alfonso Alonso es nombrado nuevo Ministro de Sanidad

Los *share* medios de los informativos del mes de diciembre reflejan que la audiencia se decanta en mayor medida por Telecinco con casi un 15%, frente al 13.6% de Antena 3 y el casi 13% de La 1.

Tabla 37. Share medio de los informativos del mes de diciembre

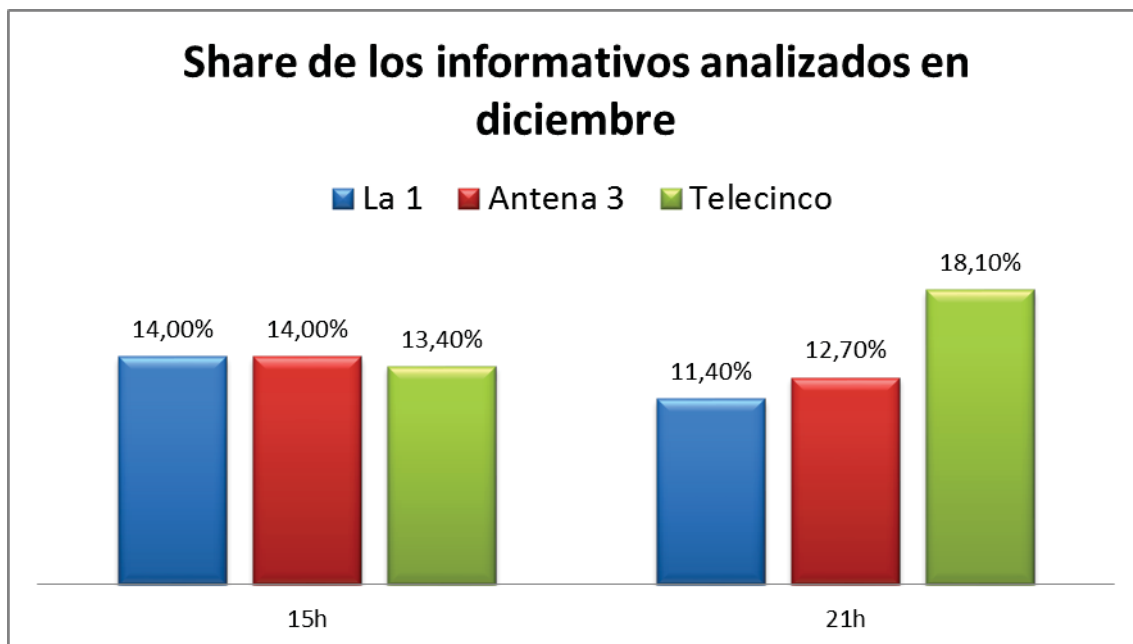
	La 1 de TVE	Antena 3	Telecinco
<b>Share Medio del mes</b>	12.98%	13.57%	14.78%

FUENTE: elaboración propia a partir de datos de Kantar Media proporcionados por Ecoteuve y Laguiatv

En los informativos del mediodía la preferencia por una cadena u otra para informarse está muy repartida, las tres reflejan un *share* muy similar, La 1 y Antena 3 con un 14%

y Telecinco un poco por detrás con un 13.4%. Sin embargo, por la tarde-noche la audiencia elige claramente para informarse a Informativos Telecinco 21:00h con más de un 18% de *share* y muy por encima de sus dos competidoras que se quedan en un 11.4% y un 12.7%.

Gráfico 27. Share de los informativos analizados el 3 de diciembre



FUENTE: elaboración propia

### 3.4.13 Resumen de resultados

Para ver la preferencia de la audiencia de forma más clara, se recoge en la siguiente tabla el informativo preferido de cada franja en los eventos seleccionados, basándose en el *share*.

Tabla 38. Informativo más visto de cada una de las franjas estudiadas

Acontecimiento	15:00h			21:00h		
	La 1	A3	T5	La 1	A3	T5
Imputación Infanta Cristina		X				X
Ucrania al borde de la Guerra Civil	X				X	
Vuelo Malaysia Airlines		X		=		=
Fallece Gabriel García Márquez	X					X
Podemos en las Europeas	X			X		
Juan Carlos I abdica	X					X
Felipe VI le sucede en el trono	X				X	
Pedro Sánchez Secretario General			X		X	
Repatriación 1er español ébola		X				X
Referéndum en Escocia			X			X
Tarjetas Black Caja Madrid		X				X
Consulta Catalana		X		X		
Alfonso Alonso Ministro de Sanidad	=		=			X

FUENTE: elaboración propia

Se puede destacar que en aspectos electorales que afectan al ámbito nacional, como los resultados de las elecciones europeas o la consulta catalana, la audiencia elige en primer lugar a la cadena pública para informarse en ambos informativos en mayo y en uno de ellos en noviembre, tomando como alternativa Antena 3, una cadena de ideología más conservadora que Telecinco. Sin embargo, para las elecciones independentistas de Escocia, la audiencia se decanta por Telecinco en ambos informativos.

Lo mismo sucede con la elección de Pedro Sánchez como Secretario General del PSOE, la tendencia general es que en la franja de las 15:00 horas Informativos Telecinco no sea el preferido como sí ocurre a las 21:00 horas, sin embargo, en la elección del líder socialista, la audiencia prefiere Telecinco al mediodía para informarse, lo que coincide con la ideología de la cadena.

En cuando a los acontecimientos monárquicos sucedidos en 2014, en ambos casos la audiencia prefiere Televisión Española -cadena pública- para informarse a las 15:00

horas. Aunque esto no sucede a la noche, donde los espectadores eligen Telecinco en la abdicación de Juan Carlos I, y Antena 3 para la sucesión de Felipe VI.

Fuera de estos eventos seleccionados se han encontrado otras preferencias de la audiencia en eventos programados. Uno de ellos es el sorteo de navidad del 22 de diciembre, donde hemos encontrado los siguientes datos en el Telediario de las 15:00 horas próximo al sorteo:

Tabla 39. Datos de audiencia del 22 de diciembre de 2014

	<b>La 1 TVE</b>		<b>Antena 3</b>		<b>Telecinco</b>	
<b>22 de diciembre</b>	2.212.000	<b>17.1%</b>	1.827.000	14.3%	1.465.000	11.5%

FUENTE: elaboración propia a partir de datos de Kantar Media proporcionados por Ecoteuve y Laguiatv

Se observa una clara preferencia de la audiencia por el Telediario 1 de la cadena pública para informarse del sorteo de navidad con más de un 17% de share, porcentaje no habitual en esta cadena y en esta franja.

## 4. Conclusiones

El estudio sobre el comportamiento de las audiencias en 2014 en los informativos de las tres principales cadenas generalistas pretende ver si se cumplen las dos hipótesis planteadas inicialmente.

En cuanto a la primera hipótesis en la que consideramos que –la audiencia media de los informativos de las cadenas generalistas españolas con mayor trayectoria, La 1 de Televisión Española, Antena 3 y Telecinco, aumenta en los acontecimientos claves de cada mes-, podemos concluir que tras el estudio de los datos de audiencia de los informativos anuales en estas tres cadenas, y más en concreto en los 12 acontecimientos seleccionados como más relevantes según los criterios de noticiabilidad marcados, la audiencia tiende a aumentar en estos días respecto a la media habitual.

Sin embargo, es una leve tendencia, ya que como vimos en el estudio, en 28 de los informativos la audiencia aumentaba, en 24 disminuía y en 22 se mantenía. Son resultados próximos entre sí, por lo que no aumenta con una gran diferencia en los acontecimientos más importantes del año, aunque los datos en concreto de 2014 reflejan que sí en su mayoría.

Lo que sí podemos afirmar en relación al número de espectadores, es que este aumento se produce de forma generalizada en los eventos que están planificados o programados con tiempo y no así en acontecimientos que se producen de forma improvisada. Como señalan Armentia y Caminos (2009), la irrupción de las fuentes o las noticias pueden ser de tres formas: fortuitas, previsibles o programadas. Es decir, es la tendencia de aumento la que predomina, pero se produce de forma clara en eventos que la audiencia sabe que van a suceder, en la tercera categoría que marcan estos autores.

Por ejemplo, la audiencia aumenta claramente con la coronación de Felipe VI, una fecha fijada previamente para el 19 de junio. También sucede esto en la consulta catalana sobre la independencia del 9 de noviembre, hecho planificado con mucha antelación y sobre el que se daban noticias días previos.

Este mismo comportamiento de la audiencia lo hemos encontrado en otros hechos que se producen en ocasiones anualmente, que no han sido considerados dentro de las noticias más importantes, pero que provocan aumentos destacados en los espectadores que ven los informativos. Partiendo de la observación de los datos anuales, se aprecia que la audiencia aumenta en los informativos en otros hechos planificados como puede ser el sorteo de navidad, con más de 2 millones de espectadores en el Telediario 1 de Televisión Española.

De este modo, se puede concluir que la audiencia tiende a aumentar los días en los que surgen los acontecimientos más importantes del año de forma leve, pero sobre todo este aumento se produce cuando se trata de eventos prefijados que la audiencia sabe que van a ocurrir.

Respecto a la segunda hipótesis en la que -la audiencia prefiere los canales de corte conservador, La 1 y Antena 3 para informarse de los acontecimientos de temática conservadora, mientras que para informarse sobre acontecimientos de carácter más progresista prefieren Telecinco-, se concluye que la audiencia sí decide a qué canal acudir en función del evento.

Se observa que en los eventos de corte conservador, como podemos encontrar dentro de los analizados la abdicación de Juan Carlos I el 2 de junio, la coronación de Felipe VI el 19 de junio, o de carácter democrático que afectan al territorio nacional como las elecciones europeas del 25 de mayo o la consulta soberanista catalana del 9 de noviembre, que la audiencia prefiere informarse por cadenas que tengan una ideología más próxima al acontecimiento, bien acudiendo a la cadena pública, La 1 de Televisión Española, o bien acudiendo a los informativos de Antena 3.

Destaca también entre los eventos estudiados justo el perfil ideológico contrario. Los espectadores también deciden acudir a una cadena de corte progresista cuando la noticia sigue este patrón. De este modo, pese a no ser el informativo preferido en la franja de las 15:00 horas, acuden a Telecinco para informarse sobre el nombramiento de Pedro Sánchez como Secretario General del Partido Socialista Obrero Español el 13 de julio.

Lo mismo nos encontramos en las elecciones independentistas de Escocia. El 18 de septiembre los espectadores se decantaron en mayor medida por una cadena progresista como Telecinco para informarse de los resultados, ya que días anteriores se preveía que serían favorables a la independencia, no como finalmente sucedió con la victoria del “no”. La audiencia prefirió esta cadena incluso en la franja de mediodía, en la que suele reflejar unas cifras de espectadores más bajas.

Algo similar sucede, como en el estudio de la hipótesis anterior, en acontecimientos prefijados. El nivel de elección de la audiencia por una cadena u otra aumenta en estos eventos planificados. Por poner dos ejemplos, El Telediario 1 de Televisión Española es preferido de forma destacada sobre los otros dos a las 15:00 horas el día 22 de diciembre, justo después del sorteo de navidad con un 17.1% de *share*, cifra no habitual. Así, la audiencia se decanta por la cadena pública para hechos con tanta tradición como este.



También sucede lo mismo el 31 de diciembre antes de las campanadas de fin de año. El informativo preferido por la audiencia es el Telediario 2 de Televisión Española. Nuevamente un día especial como el de nochevieja en el que los espectadores acuden a la cadena pública.

Se puede concluir que la audiencia decide los informativos del canal que van más acorde con el hecho que acontece. Si este es de corte conservador, como puede ser un asunto monárquico, democrático o de cualquier otra índole pero con gran tradición, los espectadores acuden a La 1 por ser la cadena pública o a Antena 3 que es de ideología más conservadora. Mientras que si el evento es todo lo contrario, con un carácter progresista, como noticias sobre el Partido Socialista Obrero Español, los espectadores acuden a Telecinco para informarse.

Por lo tanto, la primera hipótesis de este Trabajo Fin de Grado se cumple parcialmente, ya que la audiencia no aumenta en todos los acontecimientos seleccionados como los más importantes del año, pero sí que lo hace en los que son previsibles y tienen una fecha fijada. La segunda hipótesis se cumple, ya que la audiencia elige unos informativos u otros en función del acontecimiento noticioso y de la ideología de este y de la cadena como hemos visto en los eventos estudiados.

## 5. Bibliografía

- Armentia Vizuet, J. I. & Caminos Marcet, J. M. (2009). *Redacción informativa en prensa*. Barcelona: Ariel.
- Bernaola, I., Adrover, M. & Sánchez-Chiquito, J. M. (2011). *Programas informativos y de opinión en televisión*. Madrid: Síntesis.
- BOE. (31-08-2009). Ley 8/2009, de 28 de agosto, de financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española. Recuperado de <http://www.boe.es/boe/dias/2009/08/31/pdfs/BOE-A-2009-13988.pdf>
- Centro de Investigaciones Sociológicas. (2014). Barómetro de noviembre 2014. Recuperado de [http://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/3040\\_3059/3045/es3045mar.pdf](http://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/3040_3059/3045/es3045mar.pdf)
- Estudio General de Medios, tercera oleada. (2014). Recuperado de [http://www.aimc.es/spip.php?action=acceder\\_documento&arg=2700&cle=1f6b921b96885ef680ea038a98081ef089ceb32b&file=pdf%2Fresumegm314.pdf](http://www.aimc.es/spip.php?action=acceder_documento&arg=2700&cle=1f6b921b96885ef680ea038a98081ef089ceb32b&file=pdf%2Fresumegm314.pdf)
- Gimeno, G. & Peralta, M. (2008). *El lenguaje de las noticias de televisión*. Barcelona: UOC.
- Gomis, L. (2008). *Teoría de los géneros periodísticos*. Barcelona: UOCpress.
- Informe Barlovento. (2014). Análisis Televisivo 2014. Recuperado de <http://www.barloventocomunicacion.es/images/publicaciones/analisis-televisivo-2014-Barlovento.pdf>
- Jauset, J. A. (2008). *Las audiencias en la televisión*. Barcelona: UOC.
- Marín, C. (2008). *Periodismo audiovisual. Información, entretenimiento y tecnologías multimedia*. Barcelona: Gedisa.
- Martínez Albertos, J. L. (2007). *Curso general de redacción periodística*. Madrid: Thomson
- Peralta, M. (2012). *Teleinformativos: La noticia digital en televisión*. Barcelona: UOC

## 6. Webgrafía

- Álvarez, J. (2014). Los fracasos de 2014: 'Dreamland', 'Viernes al show', 'Los reyes del empeño' o 'Ex'. Recuperado de <http://www.bluper.es/noticias/los-fracasos-de-2014-dreamland-los-viernes-al-show-los-reyes-del-empe%C3%B1o-o-ex>
- Antena 3, Agencias. (2014). 28 exconsejeros de Caja Madrid utilizaron 'tarjetas opacas' tras ser cesados. Recuperado de [http://www.antena3.com/noticias/economia/exconsejeros-caja-madrid-utilizaron-tarjetas-opacas-ser-cesados\\_2014100200299.html](http://www.antena3.com/noticias/economia/exconsejeros-caja-madrid-utilizaron-tarjetas-opacas-ser-cesados_2014100200299.html)
- Antena3.com. (2014). ¿Quién puede votar en el referéndum escocés?. Recuperado de [http://www.antena3.com/noticias/mundo/quien-puede-votar-referendum-escoces\\_2014091800208.html](http://www.antena3.com/noticias/mundo/quien-puede-votar-referendum-escoces_2014091800208.html)
- BBC Mundo. (2014). Fallece el escritor colombiano Gabriel García Márquez. Recuperado de [http://www.bbc.com/mundo/ultimas\\_noticias/2014/04/140417\\_ultnot\\_muere\\_garcia\\_marquez\\_jgc](http://www.bbc.com/mundo/ultimas_noticias/2014/04/140417_ultnot_muere_garcia_marquez_jgc)
- CelebritiesA3. (2014). La infanta Leonor será la Princesa de Asturias tras la abdicación del Rey Juan Carlos y la coronación del príncipe Felipe. Recuperado de [http://www.antena3.com/celebrities/famosos-realeza/infanta-leonor-sera-princesa-asturias-abdicacion-rey-juan-carlos\\_2014060200148.html](http://www.antena3.com/celebrities/famosos-realeza/infanta-leonor-sera-princesa-asturias-abdicacion-rey-juan-carlos_2014060200148.html)
- Cruz Martín, M. C. (2014). El rey abdica en su hijo, el príncipe Felipe. Recuperado de <http://www.rtve.es/noticias/20140602/rey-abdica-hijo-principe-felipe/946961.shtml>
- Cué, C. E. (2014). Rajoy nombra a Alonso para Sanidad y refuerza el perfil político del Ejecutivo. Recuperado de [http://politica.elpais.com/politica/2014/12/02/actualidad/1417516140\\_405761.html](http://politica.elpais.com/politica/2014/12/02/actualidad/1417516140_405761.html)
- Daily Mail & National Geographic, (2014). ¿No sabes qué pasa en Ucrania? Aquí te decimos. Recuperado de <http://www.sopitas.com/site/281450-no-sabes-que-pasa-en-ucrania-aqui-te-decimos-galeria/>

- Dale, J. (2014). Cómo será la coronación de Felipe VI. Recuperado de <http://www.lavanguardia.com/politica/felipe-vi/20140618/54409995748/como-sera-coronacion-felipe-vi.html>
- El Mundo. (2014). Preguntas sin respuesta del avión de Malaysia Airlines desaparecido. Recuperado de <http://www.elmundo.es/internacional/2014/03/09/531c699b22601d2b5c8b456c.html>
- Europa Press. (2014). Artur Mas califica de "éxito total" la jornada del 9N en Cataluña. Recuperado de [http://www.telecinco.es/informativos/nacional/proclama-superarse-claramente-millones-votantes\\_0\\_1889475325.html](http://www.telecinco.es/informativos/nacional/proclama-superarse-claramente-millones-votantes_0_1889475325.html)
- Formulativ (2014). La Champions barre con casi 8,4 millones (42,2%) y lleva a 'Los misterios de Laura' a su máximo de temporada (14,2%). Recuperado de <http://www.formulativ.com/noticias/36857/audiencias-champions-barre-los-misterios-de-laura-anota-record-temporada/>
- Fuenteálamo, M., Urreiztieta, E. & Inda, E. (2014). La infanta se aferra a la confianza en su marido y al desconocimiento. Recuperado de <http://www.elmundo.es/baleares/2014/02/08/52f5f0fc22601d767a8b456b.html>
- García, J. G. (2014). Muere Gabriel García Márquez. Recuperado de <http://www.elmundo.es/cultura/2014/04/17/53503235e2704e2e468b457e.html>
- Gutierrez, J. (2014). Podemos, la sorpresa de las europeas, se convierte en la cuarta fuerza con cinco escaños. Recuperado de <http://www.rtve.es/noticias/20140526/podemos-sorpresa-europeas-se-convierte-cuarta-fuerza-cinco-escaños/943108.shtml>
- Hernández, M. (2014). Rajoy elige a Alfonso Alonso ministro de Sanidad y da peso político al gobierno. Recuperado de <http://www.elmundo.es/espana/2014/12/02/547e017ae2704e551e8b4570.html>
  - <http://ecoteuve.eleconomista.es/programa/Antena-3-Noticias-1/audiencias>
  - <http://ecoteuve.eleconomista.es/programa/Antena-3-noticias-3>
  - <http://ecoteuve.eleconomista.es/programa/Informativos-Telecinco/audiencias>

- <http://ecoteuve.eleconomista.es/programa/Informativos-Telecinco-2100/audiencias>
- <http://ecoteuve.eleconomista.es/programa/Telediario-1/audiencias>
- <http://ecoteuve.eleconomista.es/programa/Telediario-2/audiencias>
- Infoadex. (2015). La inversión publicitaria en medios crece un 5,9% en 2014 según InfoAdex. Recuperado de <http://www.marketingdirecto.com/actualidad/publicidad/la-inversion-publicitaria-en-medios-crece-un-59-en-2014-segun-infoadex/>
- Informativos Telecinco & Agencias. (2014). Pedro Sánchez, un secretario general forjado "partido a partido". Recuperado de [http://www.telecinco.es/informativos/nacional/Pedro-Sanchez-aprovecho-Diaz-Madina\\_0\\_1827000307.html](http://www.telecinco.es/informativos/nacional/Pedro-Sanchez-aprovecho-Diaz-Madina_0_1827000307.html)
- Informativos Telecinco & Agencias. (2014). Salmond dimite tras el rechazo a la independencia en el referéndum escocés. Recuperado de [http://www.telecinco.es/informativos/internacional/Salmond-anuncia-dimision-independencia-referendum\\_0\\_1862700463.html](http://www.telecinco.es/informativos/internacional/Salmond-anuncia-dimision-independencia-referendum_0_1862700463.html)
- Informativos Telecinco. (2014). Batacazo del PP y el PSOE y sorpresa de Podemos, que logra 5 escaños. Recuperado de [http://www.telecinco.es/informativos/europeas2014/Europeas\\_2014-elecciones\\_25\\_de\\_mayo-resultados-Gobierno-Soraya\\_Saenz\\_de\\_Santamaria\\_0\\_1801275384.html](http://www.telecinco.es/informativos/europeas2014/Europeas_2014-elecciones_25_de_mayo-resultados-Gobierno-Soraya_Saenz_de_Santamaria_0_1801275384.html)
- Kantar Media (Ecoteuve). (2014). Cadenas de televisión más vistas. Recuperado de <http://ecoteuve.eleconomista.es/audiencias/index.html>, y de
- Kantar Media (Laguiatv). (2014). Audiencias. Recuperado de <http://laguiatv.abc.es/audiencias/>
- L. M. (2014). Cronología del escándalo de las tarjetas black de Caja Madrid. Recuperado de [http://www.teinteresa.es/dinero/Cronologia-escandalo-tarjetas-Caja-Madrid\\_0\\_1223278538.html](http://www.teinteresa.es/dinero/Cronologia-escandalo-tarjetas-Caja-Madrid_0_1223278538.html)
- La Vanguardia (Agencias). (2014). El juez Castro imputa a la infanta Cristina por blanqueo de capitales y delito fiscal. Recuperado de <http://www.lavanguardia.com/politica/20140107/54398866696/juez-castro-imputa-infanta-cristina.html>

- Manresa, A. (2014). La infanta, imputada por segunda vez. Recuperado de [http://politica.elpais.com/politica/2014/01/07/actualidad/1389078291\\_184088.html](http://politica.elpais.com/politica/2014/01/07/actualidad/1389078291_184088.html)
- Manrique Sabogal, W. (2014). Muere Gabriel García Márquez: genio de la literatura universal. Recuperado de [http://cultura.elpais.com/cultura/2014/02/06/actualidad/1391715274\\_928706.html](http://cultura.elpais.com/cultura/2014/02/06/actualidad/1391715274_928706.html)
- Martín Plaza, A. (2014). Los militantes eligen a Sánchez como secretario general del PSOE con el 49% de los votos. Recuperado de <http://www.rtve.es/noticias/20140714/militantes-eligen-sanchez-como-secretario-general-del-psoe-49-votos/972643.shtml>
- Menéndez, M. (2014). El juez Castro imputa a la infanta Cristina por presuntos delitos de fraude fiscal y de blanqueo. Recuperado de <http://www.rtve.es/noticias/20140107/juez-castro-imputa-infanta-cristina-presunto-delito-fiscal-blanqueo-cita-8-marzo/840860.shtml>
- Migelez, X. (2014). Pésimo final para 'Ex, ¿qué harías por tus hijos' (7,9%), mientras que 'The River' dice adiós con medias del 4,9% y 5,8%. Recuperado de <http://www.formulatv.com/noticias/40001/audiencias-pesima-despedida-ex-que-harias-por-tus-hijos/>
- Prats, J. (2014). España se dispone a repatriar al sacerdote infectado de ébola. Recuperado de [http://sociedad.elpais.com/sociedad/2014/08/05/actualidad/1407227683\\_136407.html](http://sociedad.elpais.com/sociedad/2014/08/05/actualidad/1407227683_136407.html)
- Redondo, D. (2014). TVE certifica el fracaso y aparta a 'El pueblo más divertido' Recuperado de [http://cadenaser.com/ser/2014/06/27/television/1403836527\\_850215.html](http://cadenaser.com/ser/2014/06/27/television/1403836527_850215.html)
- RTVE (Agencias). (2014). 83 consejeros y directivos de Caja Madrid gastaron 15,5 millones sin justificar con tarjetas 'opacas'. Recuperado de <http://www.rtve.es/noticias/20141003/total-83-consejeros-directivos-caja-madrid-gastaron-155-millones-sin-justificar-tarjetas-opacas/1021983.shtml>
- RTVE (Agencias). (2014). Alfonso Alonso, nuevo ministro de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad. Recuperado de

- <http://www.rtve.es/noticias/20141202/alfonso-alonso-nuevo-ministro-sanidad-servicios-sociales-igualdad/1060081.shtml>
- RTVE (Agencias). (2014). España repatriará al religioso aislado en Liberia tras confirmarse que tiene ébola. Recuperado de <http://www.rtve.es/noticias/20140806/espana-repatriara-religioso-aislado-liberia-tras-confirmarse-tiene-ebola/987620.shtml>
  - RTVE (Agencias). (2014). La Agencia Tributaria investigará el origen de los fondos para las tarjetas b de Caja Madrid y su uso. Recuperado de <http://www.rtve.es/noticias/20141006/agencia-tributaria-investigara-uso-tarjetas-caja-madrid-origen-fondos/1023580.shtml>
  - RTVE (Agencias). (2014). La policía asalta la plaza de los manifestantes en Kiev tras la muerte de 21 personas. Recuperado de <http://www.rtve.es/noticias/20140218/policia-asalta-plaza-manifestantes-kiev-tras-muerte-nueve-personas/881200.shtml>
  - RTVE (Agencias). (2014). Malaysia Airlines pierde contacto con un avión que transportaba a 239 personas. Recuperado de <http://www.rtve.es/noticias/20140308/malaysia-airlines-pierde-contacto-avion-transportaba-239-personas/892100.shtml>
  - RTVE (Agencias). 2014. 18 millones de votantes apoyan la independencia de Cataluña. Recuperado de <http://www.rtve.es/noticias/20141110/81-votantes-consulta-del-9n-18-millones-apoyan-independencia-cataluna/1045120.shtml>
  - RTVE. (2014). Escocia vota 'No' a la independencia del Reino Unido con una diferencia de diez puntos. Recuperado de <http://www.rtve.es/noticias/20140919/sondeo-da-victoria-referendum-escocia-54-votos/1014320.shtml>
  - RTVE. (2014). Sánchez espera que las primarias se celebren en noviembre pero la fecha la fijará la nueva Ejecutiva. Recuperado de <http://www.rtve.es/noticias/20140714/sanchez-confirma-habra-primarias-pero-fecha-fijara-nueva-ejecutiva/972860.shtml>
  - Sastre, D. G. (2014). Mas vende como gran éxito su ficción democrática y pide un “referéndum real”. Recuperado de <http://www.elmundo.es/cataluna/2014/11/09/545f27f7ca474143438b456b.html>

- T. I. Agencias (2014). Cronología del 9-N desde su convocatoria en 2013 hasta hoy. Recuperado de [http://www.teinteresa.es/espana/Cronologia-convocatoria-hoy\\_0\\_1244875773.html](http://www.teinteresa.es/espana/Cronologia-convocatoria-hoy_0_1244875773.html)
- Telemania (2014). El público premia en 2014 la libertad "sin deudas" de los informativos de Mediaset. Recuperado de [http://www.telecinco.es/telemania/audiencias/Balance-anual-informativos-Mediaset-telecinco-cuatro\\_0\\_1923600514.html](http://www.telecinco.es/telemania/audiencias/Balance-anual-informativos-Mediaset-telecinco-cuatro_0_1923600514.html)
- Valerio, M. (2014). El primer informe indica que el sacerdote con ébola está estable. Recuperado de <http://www.elmundo.es/salud/2014/08/07/53e33f22ca474115568b4574.html>
- Vertele (2014). Los éxitos y fracasos del 2014 en televisión. Recuperado de <http://www.vertele.com/noticias/los-exitos-y-fracasos-del-2014-en-television/>



## 7. Anexos

### 7.1.La 1 TVE

ENERO 2014

Fecha	Día	TELEDIARIO 1 (15:00H)		TELEDIARIO 2 (21:00H)	
		Espectadores	Share	Espectadores	Share
1 enero 2014	Miércoles	2.180.000	19%	2.848.000	14.6%
2 enero 2014	Jueves	1.938.000	13%	2.458.000	13.6%
3 enero 2014	Viernes	1.938.000	13%	2.458.000	13.6%
4 enero 2014	Sábado	2.295.000	16%	2.318.000	14.3%
5 enero 2014	Domingo	2.103.000	15%	1.893.000	13.2%
6 enero 2014	Lunes	1.938.000	13%	2.458.000	13.6%
<b>7 enero 2014</b>	<b>Martes</b>	<b>2.138.000</b>	<b>14.9%</b>	<b>2.331.000</b>	<b>12.1%</b>
8 enero 2014	Miércoles	2.114.000	15.3%	2.288.000	11.9%
9 enero 2014	Jueves	2.025.000	14.8%	2.165.000	11.7%
10 enero 2014	Viernes	2.035.000	14.7%	1.921.000	11.6%
11 enero 2014	Sábado	2.105.000	15.3%	1.839.000	12.3%
12 enero 2014	Domingo	2.117.000	14.8%	2.667.000	13.3%
13 enero 2014	Lunes	2.137.000	14.6%	2.517.000	12.6%
14 enero 2014	Martes	2.094.000	14.2%	2.253.000	11.5%
15 enero 2014	Miércoles	2.015.000	14.3%	2.234.000	11.8%
16 enero 2014	Jueves	1.964.000	13.8%	2.329.000	12.1%
17 enero 2014	Viernes	2.012.000	14.3%	1.951.000	11.4%
18 enero 2014	Sábado	2.203.000	14.5%	1.873.000	11.4%
19 enero 2014	Domingo	2.407.000	15.7%	2.566.000	12.9%
20 enero 2014	Lunes	2.099.000	14.8%	2.325.000	11.7%
21 enero 2014	Martes	2.062.000	14.4%	2.297.000	11.9%
22 enero 2014	Miércoles	2.244.000	15.5%	2.333.000	11.8%
23 enero 2014	Jueves	2.041.000	14.6%	2.297.000	12%
24 enero 2014	Viernes	2.000.000	14.2%	2.065.000	11.8%
25 enero 2014	Sábado	2.051.000	14.3%	1.781.000	11.6%
26 enero 2014	Domingo	2.003.000	14.5%	2.290.000	11.6%
27 enero 2014	Lunes	2.244.000	15.6%	2.369.000	12%
28 enero 2014	Martes	2.215.000	15.2%	2.347.000	12%
29 enero 2014	Miércoles	2.069.000	14.5%	2.289.000	11.8%
30 enero 2014	Jueves	2.130.000	15.2%	2.497.000	13.2%
31 enero 2014	Viernes	1.821.000	12.8%	1.876.000	11.1%

**Audiencia Media (Lunes a Viernes):** 2.181.717 espectadores

**Audiencia Media (Fin de Semana):** 2.156.937 espectadores

**Share Medio (Lunes a Viernes):** 13.42%

**Share Medio (Fin de Semana):** 13.79%

## LA 1 TVE - FEBRERO 2014

Fecha	Día	TELEDIARIO 1 (15:00H)		TELEDIARIO 2 (21:00H)	
		Espectadores	Share	Espectadores	Share
1 febrero 2014	Sábado	1.993.000	13.3%	1.951.000	11.8%
2 febrero 2014	Domingo	2.157.000	15.5%	2.338.000	11.8%
3 febrero 2014	Lunes	2.112.000	14.7%	2.537.000	12.8%
4 febrero 2014	Martes	2.137.000	14.6%	2.412.000	12.4%
5 febrero 2014	Miércoles	2.096.000	14.3%	2.089.000	11%
6 febrero 2014	Jueves	2.079.000	14.6%	2.238.000	11.3%
7 febrero 2014	Viernes	2.038.000	14.3%	1.875.000	10.9%
8 febrero 2014	Sábado	2.247.000	14.5%	1.764.000	10.7%
9 febrero 2014	Domingo	2.506.000	15.5%	2.726.000	13.3%
10 febrero 2014	Lunes	2.443.000	16.4%	2.656.000	12.1%
11 febrero 2014	Martes	2.346.000	15.8%	2.329.000	11.7%
12 febrero 2014	Miércoles	2.097.000	14.7%	2.380.000	11.9%
13 febrero 2014	Jueves	2.191.000	15.3%	2.522.000	13.1%
14 febrero 2014	Viernes	2.030.000	14.5%	1.997.000	11.8%
15 febrero 2014	Sábado	1.882.000	12.9%	1.721.000	10.8%
16 febrero 2014	Domingo	2.131.000	14.6%	2.340.000	11.5%
17 febrero 2014	Lunes	1.987.000	13.8%	2.548.000	12.8%
<b>18 febrero 2014</b>	<b>Martes</b>	<b>2.144.000</b>	<b>14.8%</b>	*	*
19 febrero 2014	Miércoles	2.044.000	15%	2.341.000	12.3%
20 febrero 2014	Jueves	2.205.000	15.7%	2.311.000	12.1%
21 febrero 2014	Viernes	1.829.000	13.2%	1.921.000	11.2%
22 febrero 2014	Sábado	1.999.000	14.8%	1.715.000	11.2%
23 febrero 2014	Domingo	2.040.000	15.8%	2.045.000	10.1%
24 febrero 2014	Lunes	2.082.000	14.4%	2.371.000	12%
25 febrero 2014	Martes	2.049.000	14.4%	*	*
26 febrero 2014	Miércoles	2.154.000	15.5%	2.221.000	11.8%
27 febrero 2014	Jueves	2.120.000	15.2%	2.260.000	12.4%
28 febrero 2014	Viernes	2.025.000	15.3%	2.129.000	12.3%

\*Los martes 18 y 25 de febrero no hay Telediario 2 a causa de la retransmisión de un partido de Champions League.

**Audiencia Media (Lunes a Viernes):** 2.193.289 espectadores

**Audiencia Media (Fin de Semana):** 2.097.187 espectadores

**Share Medio (Lunes a Viernes):** 13.48%

**Share Medio (Fin de Semana):** 13.01%

## LA 1 TVE - MARZO 2014

Fecha	Día	TELEDIARIO 1 (15:00H)		TELEDIARIO 2 (21:00H)	
		Espectadores	Share	Espectadores	Share
1 marzo 2014	Sábado	2.172.000	14.9%	1.932.000	12.3%
2 marzo 2014	Domingo	1.896.000	13.5%	1.942.000	9.9%
3 marzo 2014	Lunes	2.185.000	14.8%	2.530.000	12.9%
4 marzo 2014	Martes	2.002.000	14%	2.198.000	11.4%
5 marzo 2014	Miércoles	1.774.000	12.9%	2.056.000	10.7%
6 marzo 2014	Jueves	2.166.000	16.5%	2.267.000	12.4%
7 marzo 2014	Viernes	1.720.000	12.8%	1.821.000	11.3%
<b>8 marzo 2014</b>	<b>Sábado</b>	<b>1.991.000</b>	<b>15.9%</b>	<b>1.811.000</b>	<b>12%</b>
9 marzo 2014	Domingo	1.834.000	14.7%	2.280.000	11.7%
10 marzo 2014	Lunes	1.709.000	12.8%	2.268.000	12%
11 marzo 2014	Martes	2.050.000	15.2%	*	*
12 marzo 2014	Miércoles	1.923.000	14%	2.201.000	11.8%
13 marzo 2014	Jueves	1.916.000	14.2%	1.886.000	9.8%
14 marzo 2014	Viernes	1.912.000	14.5%	1.897.000	11.2%
15 marzo 2014	Sábado	1.845.000	14.5%	1.651.000	11.2%
16 marzo 2014	Domingo	1.591.000	12.4%	2.094.000	10.9%
17 marzo 2014	Lunes	1.930.000	14.6%	2.203.000	11.6%
18 marzo 2014	Martes	1.988.000	14.9%	*	*
19 marzo 2014	Miércoles	1.700.000	13.8%	2.232.000	12.5%
20 marzo 2014	Jueves	1.837.000	13.6%	1.824.000	9.6%
21 marzo 2014	Viernes	2.035.000	14.6%	2.025.000	12%
22 marzo 2014	Sábado	2.156.000	15.4%	2.033.000	12.8%
23 marzo 2014	Domingo	2.055.000	14.9%	1.882.000	10.6%
24 marzo 2014	Lunes	2.148.000	14.6%	2.330.000	11.8%
25 marzo 2014	Martes	2.424.000	17.2%	2.302.000	12%
26 marzo 2014	Miércoles	2.066.000	14.9%	2.031.000	11%
27 marzo 2014	Jueves	1.953.000	14%	2.370.000	12.8%
28 marzo 2014	Viernes	2.019.000	14.7%	1.992.000	11.8%
29 marzo 2014	Sábado	2.174.000	15%	1.864.000	11.9%
30 marzo 2014	Domingo	1.889.000	13.8%	1.889.000	10.1%
31 marzo 2014	Lunes	1.967.000	14.3%	2.150.000	12%

\*Los martes 11 y 18 de marzo no hay Telediario 2 a causa de la retransmisión de un partido de Champions League.

**Audiencia Media (Lunes a Viernes):** 2.050.175 espectadores

**Audiencia Media (Fin de Semana):** 1.949.050 espectadores

**Share Medio (Lunes a Viernes):** 13.09%

**Share Medio (Fin de Semana):** 12.92%

## LA 1 TVE - ABRIL 2014

Fecha	Día	TELEDIARIO 1 (15:00H)		TELEDIARIO 2 (21:00H)	
		Espectadores	Share	Espectadores	Share
1 abril 2014	Martes	2.152.000	15.7%	*	*
2 abril 2014	Miércoles	1.999.000	14.1%	2.060.000	11.8%
3 abril 2014	Jueves	1.967.000	13.9%	2.139.000	12.1%
4 abril 2014	Viernes	1.888.000	14.1%	1.689.000	11.1%
5 abril 2014	Sábado	1.977.000	15.1%	1.565.000	12%
6 abril 2014	Domingo	1.612.000	13.1%	1.979.000	11.8%
7 abril 2014	Lunes	1.900.000	14%	2.041.000	11.4%
8 abril 2014	Martes	1.956.000	14.7%	*	*
9 abril 2014	Miércoles	1.804.000	14%	1.758.000	10.8%
10 abril 2014	Jueves	1.744.000	13.4%	1.992.000	11.9%
11 abril 2014	Viernes	1.710.000	12.9%	1.660.000	11.9%
12 abril 2014	Sábado	***	***	***	***
13 abril 2014	Domingo	1.528.000	12.4%	1.769.000	11.3%
14 abril 2014	Lunes	1.693.000	12.6%	1.706.000	11%
15 abril 2014	Martes	1.714.000	13%	1.898.000	12.5%
16 abril 2014	Miércoles	1.789.000	14.1%	**	**
17 abril 2014	Jueves	1.462.000	12%	1.167.000	10.5%
<b>18 abril 2014</b>	<b>Viernes</b>	<b>1.528.000</b>	<b>13.8%</b>	<b>1.230.000</b>	<b>11.1%</b>
19 abril 2014	Sábado	1.665.000	15%	1.452.000	12.1%
20 abril 2014	Domingo	1.442.000	12%	1.802.000	11.6%
21 abril 2014	Lunes	1.861.000	13.5%	2.096.000	11.8%
22 abril 2014	Martes	1.850.000	13.1%	*	*
23 abril 2014	Miércoles	1.760.000	13.3%	1.750.000	11%
24 abril 2014	Jueves	1.879.000	13.8%	1.689.000	9.7%
25 abril 2014	Viernes	1.821.000	13.6%	1.825.000	12.1%
26 abril 2014	Sábado	2.018.000	15.3%	1.413.000	10.9%
27 abril 2014	Domingo	1.576.000	12.4%	1.766.000	11%
28 abril 2014	Lunes	1.802.000	13.1%	1.975.000	11.6%
29 abril 2014	Martes	1.774.000	13%	*	*
30 abril 2014	Miércoles	1.700.000	12.8%	1.541.000	11.1%

\*Los martes 1, 8, 22 y 29 de abril no hay Telediario 2 a causa de la retransmisión de un partido de Champions League.

\*\*El miércoles 16 de abril no hay Telediario 2 a causa de la retransmisión de un partido de Copa del Rey de Fútbol.

\*\*\* Del día 12 de abril no se han encontrado datos de audiencia en ninguno de los dos telediaros.

**Audiencia Media (Lunes a Viernes): 1.794.076 espectadores**

**Audiencia Media (Fin de Semana): 1.683.142 espectadores**

**Share Medio (Lunes a Viernes): 12.61%**

**Share Medio (Fin de Semana): 12.57%**

## LA 1 TVE - MAYO 2014

Fecha	Día	TELEDIARIO 1 (15:00H)		TELEDIARIO 2 (21:00H)	
		Espectadores	Share	Espectadores	Share
1 mayo 2014	Jueves	1.764.000	13.8%	1.164.000	7.9%
2 mayo 2014	Viernes	1.562.000	11.8%	1.466.000	11.1%
3 mayo 2014	Sábado	1.564.000	12.8%	1.231.000	10.7%
4 mayo 2014	Domingo	1.464.000	12.7%	1.480.000	9.6%
5 mayo 2014	Lunes	1.816.000	13.6%	1.881.000	11.5%
6 mayo 2014	Martes	1.942.000	14.4%	1.835.000	11.3%
7 mayo 2014	Miércoles	1.762.000	13.1%	1.853.000	11.5%
8 mayo 2014	Jueves	1.884.000	14.5%	2.029.000	13.1%
9 mayo 2014	Viernes	1.865.000	14.2%	1.556.000	11.9%
10 mayo 2014	Sábado	2.010.000	15.5%	*	*
11 mayo 2014	Domingo	1.619.000	11.9%	1.989.000	12.9%
12 mayo 2014	Lunes	1.922.000	14%	2.138.000	12.8%
13 mayo 2014	Martes	2.019.000	14.4%	1.994.000	12.3%
14 mayo 2014	Miércoles	1.805.000	13.4%	1.280.000	7.5%
15 mayo 2014	Jueves	1.814.000	13.5%	1.727.000	11.7%
16 mayo 2014	Viernes	1.664.000	12.9%	1.381.000	10.5%
17 mayo 2014	Sábado	1.756.000	14%	1.477.000	12.2%
18 mayo 2014	Domingo	1.595.000	12.8%	1.683.000	10.4%
19 mayo 2014	Lunes	1.988.000	14.3%	1.935.000	11.1%
20 mayo 2014	Martes	1.975.000	14.1%	2.000.000	11.5%
21 mayo 2014	Miércoles	1.847.000	13.2%	2.074.000	12%
22 mayo 2014	Jueves	1.857.000	13.7%	2.027.000	12.2%
23 mayo 2014	Viernes	1.853.000	13.6%	1.670.000	11.7%
24 mayo 2014	Sábado	1.952.000	14.1%	**	**
<b>25 mayo 2014</b>	<b>Domingo</b>	<b>1.909.000</b>	<b>13.1%</b>	<b>2.388.000</b>	<b>13.1%</b>
26 mayo 2014	Lunes	2.041.000	14.2%	2.015.000	11.8%
27 mayo 2014	Martes	1.832.000	13.2%	1.890.000	11%
28 mayo 2014	Miércoles	1.849.000	13.5%	2.036.000	12.2%
29 mayo 2014	Jueves	1.783.000	13.2%	1.881.000	11.7%
30 mayo 2014	Viernes	1.824.000	13.5%	1.484.000	10.3%
31 mayo 2014	Sábado	1.805.000	13.3%	1.325.000	10.4%

\*El sábado 10 de mayo no hay Telediario 2 a causa de la retransmisión del Festival de Eurovisión.

\*\*El sábado 24 de mayo no hay Telediario 2 a causa de la retransmisión de la Final de la Champions League.

**Audiencia Media (Lunes a Viernes):** 1.817.818 espectadores

**Audiencia Media (Fin de Semana):** 1.702.937 espectadores

**Share Medio (Lunes a Viernes):** 12.47%

**Share Medio (Fin de Semana):** 12.47%

## LA 1 TVE - JUNIO 2014

Fecha	Día	TELEDIARIO 1 (15:00H)		TELEDIARIO 2 (21:00H)	
		Espectadores	Share	Espectadores	Share
1 junio 2014	Domingo	1.726.000	13%	1.959.000	12.1%
<b>2 junio 2014</b>	<b>Lunes</b>	<b>2.110.000</b>	<b>14.6%</b>	<b>1.948.000</b>	<b>11.7%</b>
3 junio 2014	Martes	1.737.000	12.8%	1.718.000	10.8%
4 junio 2014	Miércoles	1.931.000	14.1%	1.809.000	11.7%
5 junio 2014	Jueves	1.826.000	13.5%	1.804.000	11.6%
6 junio 2014	Viernes	1.836.000	13.5%	1.568.000	12.3%
7 junio 2014	Sábado	1.906.000	14.8%	1.159.000	11.3%
8 junio 2014	Domingo	1.759.000	13.4%	1.812.000	12.1%
9 junio 2014	Lunes	1.875.000	13.3%	1.968.000	12.3%
10 junio 2014	Martes	1.772.000	12.6%	1.691.000	10.8%
11 junio 2014	Miércoles	1.779.000	12.9%	1.896.000	12.5%
12 junio 2014	Jueves	1.873.000	13.7%	1.316.000	8.6%
13 junio 2014	Viernes	1.752.000	13%	611.000	3.9%
14 junio 2014	Sábado	1.668.000	13.7%	1.132.000	11.1%
15 junio 2014	Domingo	1.525.000	12%	1.748.000	12%
16 junio 2014	Lunes	1.991.000	14.1%	1.685.000	11%
17 junio 2014	Martes	1.835.000	13%	1.295.000	8%
18 junio 2014	Miércoles	1.856.000	13.6%	774.000	4.1%
<b>19 junio 2014</b>	<b>Jueves</b>	<b>2.317.000</b>	<b>16.2%</b>	<b>1.523.000</b>	<b>10.3%</b>
20 junio 2014	Viernes	1.997.000	14.8%	1.109.000	9.1%
21 junio 2014	Sábado	2.010.000	16%	843.000	8%
22 junio 2014	Domingo	1.890.000	15%	1.598.000	12.1%
23 junio 2014	Lunes	1.818.000	13.1%	1.545.000	11.7%
24 junio 2014	Martes	1.777.000	13%	1.646.000	10.6%
25 junio 2014	Miércoles	1.733.000	12.9%	1.685.000	11.9%
26 junio 2014	Jueves	1.584.000	12.1%	1.576.000	11.4%
27 junio 2014	Viernes	1.769.000	13.5%	1.221.000	11.3%
28 junio 2014	Sábado	1.881.000	15.6%	1.284.000	12.3%
29 junio 2014	Domingo	1.728.000	14.8%	1.508.000	11.4%
30 junio 2014	Lunes	1.633.000	12.4%	1.429.000	10.5%

**Audiencia Media (Lunes a Viernes):** 1.584.761 espectadores

**Audiencia Media (Fin de Semana):** 1.618.666 espectadores

**Share Medio (Lunes a Viernes):** 11.88%

**Share Medio (Fin de Semana):** 13%

## LA 1 TVE - JULIO 2014

Fecha	Día	TELEDIARIO 1 (15:00H)		TELEDIARIO 2 (21:00H)	
		Espectadores	Share	Espectadores	Share
1 julio 2014	Martes	1.603.000	12.2%	1.516.000	11.2%
2 julio 2014	Miércoles	1.715.000	13.2%	1.814.000	13.4%
3 julio 2014	Jueves	1.795.000	13.8%	1.791.000	13.4%
4 julio 2014	Viernes	1.694.000	13.7%	1.105.000	9.9%
5 julio 2014	Sábado	1.671.000	14.4%	1.023.000	11.3%
6 julio 2014	Domingo	1.553.000	12.9%	1.508.000	11.6%
7 julio 2014	Lunes	1.681.000	13%	1.661.000	12.8%
8 julio 2014	Martes	1.679.000	12.8%	1.265.000	9.6%
9 julio 2014	Miércoles	1.655.000	12.8%	1.244.000	9.3%
10 julio 2014	Jueves	1.509.000	12.2%	1.326.000	11.3%
11 julio 2014	Viernes	1.591.000	13.1%	1.186.000	11.6%
12 julio 2014	Sábado	1.539.000	14%	789.000	8.8%
<b>13 julio 2014</b>	<b>Domingo</b>	<b>1.370.000</b>	<b>12.7%</b>	<b>602.000</b>	<b>4%</b>
14 julio 2014	Lunes	1.651.000	12.6%	1.616.000	13.3%
15 julio 2014	Martes	1.672.000	13.3%	1.330.000	11.6%
16 julio 2014	Miércoles	1.626.000	13.2%	1.409.000	12.5%
17 julio 2014	Jueves	1.534.000	12.5%	1.437.000	12.8%
18 julio 2014	Viernes	1.661.000	13.6%	1.266.000	12.7%
19 julio 2014	Sábado	1.823.000	16.2%	982.000	10.5%
20 julio 2014	Domingo	1.457.000	13.1%	1.336.000	11.8%
21 julio 2014	Lunes	1.584.000	12.9%	1.376.000	12%
22 julio 2014	Martes	1.467.000	12.2%	1.366.000	12.5%
23 julio 2014	Miércoles	1.396.000	11.5%	1.391.000	12.5%
24 julio 2014	Jueves	1.482.000	12%	1.375.000	12.5%
25 julio 2014	Viernes	1.415.000	12.1%	1.043.000	11.2%
26 julio 2014	Sábado	1.415.000	13.3%	842.000	10.6%
27 julio 2014	Domingo	1.456.000	13.2%	1.213.000	11.8%
28 julio 2014	Lunes	1.525.000	12.2%	1.557.000	12.8%
29 julio 2014	Martes	1.543.000	12.3%	1.277.000	11.3%
30 julio 2014	Miércoles	1.543.000	12.7%	1.231.000	11.7%
31 julio 2014	Jueves	1.482.000	12.7%	1.266.000	12%

**Audiencia Media (Lunes a Viernes):** 1.485.891 espectadores

**Audiencia Media (Fin de Semana):** 1.286.188 espectadores

**Share Medio (Lunes a Viernes):** 12.32%

**Share Medio (Fin de Semana):** 11.89%

## LA 1 TVE - AGOSTO 2014

Fecha	Día	TELEDIARIO 1 (15:00H)		TELEDIARIO 2 (21:00H)	
		Espectadores	Share	Espectadores	Share
1 agosto 2014	Viernes	1.537.000	12.9%	1.155.000	11.5%
2 agosto 2014	Sábado	1.473.000	13.8%	1.127.000	12.2%
3 agosto 2014	Domingo	1.437.000	14.6%	1.192.000	11.6%
4 agosto 2014	Lunes	1.512.000	12.9%	1.291.000	11.7%
5 agosto 2014	Martes	1.405.000	12%	1.101.000	10.9%
6 agosto 2014	Miércoles	1.401.000	12.7%	1.256.000	11.9%
<b>7 agosto 2014</b>	<b>Jueves</b>	<b>1.399.000</b>	<b>12.3%</b>	<b>1.042.000</b>	<b>10.6%</b>
8 agosto 2014	Viernes	1.422.000	12.8%	928.000	10.5%
9 agosto 2014	Sábado	1.414.000	13.9%	856.000	11%
10 agosto 2014	Domingo	1.341.000	13.4%	1.062.000	11%
11 agosto 2014	Lunes	1.508.000	13.3%	1.162.000	11.4%
12 agosto 2014	Martes	1.424.000	12.5%	*	*
13 agosto 2014	Miércoles	1.346.000	11.9%	1.060.000	10.5%
14 agosto 2014	Jueves	1.478.000	13.2%	890.000	9.8%
15 agosto 2014	Viernes	1.128.000	11.6%	879.000	9.8%
16 agosto 2014	Sábado	1.454.000	14.7%	817.000	9.3%
17 agosto 2014	Domingo	1.406.000	14%	989.000	9.9%
18 agosto 2014	Lunes	1.538.000	13.5%	1.339.000	11.6%
19 agosto 2014	Martes	1.526.000	13.3%	*	*
20 agosto 2014	Miércoles	1.448.000	12.9%	1.181.000	11%
21 agosto 2014	Jueves	1.479.000	13%	1.150.000	10.9%
22 agosto 2014	Viernes	1.543.000	13.6%	1.387.000	14.1%
23 agosto 2014	Sábado	1.513.000	14.6%	725.000	8.6%
24 agosto 2014	Domingo	1.526.000	14.5%	1.081.000	10.4%
25 agosto 2014	Lunes	1.706.000	13.8%	1.228.000	11%
26 agosto 2014	Martes	1.519.000	12.4%	**	**
27 agosto 2014	Miércoles	1.575.000	13.1%	1.413.000	12.5%
28 agosto 2014	Jueves	1.560.000	12.9%	1.330.000	12%
29 agosto 2014	Viernes	1.497.000	12.5%	1.042.000	10.3%
30 agosto 2014	Sábado	1.558.000	14.1%	920.000	9.6%
31 agosto 2014	Domingo	1.536.000	13.4%	1.387.000	11.5%

\*Los martes 12 y 19 de agosto no hay Telediario 2 a causa de la retransmisión de un partido de Supercopa de Europa.

\*\*Del martes 26 de agosto no se han encontrado datos de audiencia del Telediario 2

**Audiencia Media (Lunes a Viernes):** 1.327.820 espectadores

**Audiencia Media (Fin de Semana):** 1.240.700 espectadores

**Share Medio (Lunes a Viernes):** 12.08%

**Share Medio (Fin de Semana):** 12.31%



## LA 1 TVE - SEPTIEMBRE 2014

Fecha	Día	TELEDIARIO 1 (15:00H)		TELEDIARIO 2 (21:00H)	
		Espectadores	Share	Espectadores	Share
1 septiembre 2014	Lunes	1.603.000	12.3%	1.473.000	11.5%
2 septiembre 2014	Martes	1.793.000	13.3%	1.472.000	11%
3 septiembre 2014	Miércoles	1.833.000	13.9%	1.356.000	10.4%
4 septiembre 2014	Jueves	1.503.000	11.7%	1.257.000	9.3%
5 septiembre 2014	Viernes	1.667.000	13.3%	1.170.000	10.6%
6 septiembre 2014	Sábado	1.473.000	12.4%	1.092.000	11%
7 septiembre 2014	Domingo	1.986.000	16.8%	1.510.000	11.4%
8 septiembre 2014	Lunes	1.610.000	12.2%	**	**
9 septiembre 2014	Martes	1.667.000	12.9%	1.564.000	11.2%
10 septiembre 2014	Miércoles	1.880.000	14.5%	1.745.000	12.5%
11 septiembre 2014	Jueves	1.969.000	14.9%	1.622.000	11.6%
12 septiembre 2014	Viernes	1.762.000	13.7%	1.243.000	10.9%
13 septiembre 2014	Sábado	1.502.000	12.5%	894.000	8.9%
14 septiembre 2014	Domingo	1.665.000	13.7%	1.893.000	12.4%
15 septiembre 2014	Lunes	1.803.000	13.4%	1.893.000	12.3%
16 septiembre 2014	Martes	1.791.000	13.3%	*	*
17 septiembre 2014	Miércoles	1.807.000	13.8%	1.807.000	11.4%
<b>18 septiembre 2014</b>	<b>Jueves</b>	<b>1.781.000</b>	<b>13.3%</b>	<b>1.789.000</b>	<b>10.9%</b>
19 septiembre 2014	Viernes	1.654.000	12.7%	1.379.000	10.8%
20 septiembre 2014	Sábado	1.970.000	15.6%	1.200.000	10.7%
21 septiembre 2014	Domingo	1.549.000	11.8%	1.893.000	11.7%
22 septiembre 2014	Lunes	1.877.000	14%	2.263.000	13.2%
23 septiembre 2014	Martes	1.831.000	13.5%	2.117.000	12.5%
24 septiembre 2014	Miércoles	1.740.000	13.1%	2.048.000	12.1%
25 septiembre 2014	Jueves	1.825.000	14%	2.085.000	12.6%
26 septiembre 2014	Viernes	1.823.000	14.2%	1.450.000	10.7%
27 septiembre 2014	Sábado	1.561.000	12.7%	1.203.000	9.6%
28 septiembre 2014	Domingo	1.616.000	12.4%	2.206.000	12.3%
29 septiembre 2014	Lunes	1.977.000	14.7%	2.354.000	13.5%
30 septiembre 2014	Martes	1.985.000	15%	*	*

\*Los martes 16 y 30 de septiembre no hay Telediario 2 a causa de la retransmisión de un partido de Champions League.

\*\*El lunes 8 de septiembre no hay Telediario 2 a causa de la retransmisión de un partido de Clasificación para la Eurocopa de Fútbol.

**Audiencia Media (Lunes a Viernes): 1.738.243 espectadores**

**Audiencia Media (Fin de Semana): 1.575.813 espectadores**

**Share Medio (Lunes a Viernes): 12.60%**

**Share Medio (Fin de Semana): 12.24%**

## LA 1 TVE - OCTUBRE 2014

Fecha	Día	TELEDIARIO 1 (15:00H)		TELEDIARIO 2 (21:00H)	
		Espectadores	Share	Espectadores	Share
<b>1 octubre 2014</b>	<b>Miércoles</b>	<b>1.785.000</b>	<b>14.1%</b>	<b>1.875.000</b>	<b>11.3%</b>
2 octubre 2014	Jueves	1.799.000	14.2%	2.050.000	12.4%
3 octubre 2014	Viernes	1.777.000	14%	1.469.000	10.9%
4 octubre 2014	Sábado	1.728.000	13.9%	1.557.000	12.2%
5 octubre 2014	Domingo	1.602.000	12.3%	***	***
6 octubre 2014	Lunes	1.878.000	14.2%	2.172.000	12.3%
7 octubre 2014	Martes	2.050.000	15.5%	2.101.000	12.3%
8 octubre 2014	Miércoles	2.042.000	15.4%	1.961.000	11.5%
9 octubre 2014	Jueves	1.934.000	15.1%	**	**
10 octubre 2014	Viernes	1.957.000	14.8%	1.744.000	12.2%
11 octubre 2014	Sábado	1.886.000	14.9%	1.889.000	14.3%
12 octubre 2014	Domingo	1.897.000	14.9%	**	**
13 octubre 2014	Lunes	2.067.000	15.7%	2.186.000	11.7%
14 octubre 2014	Martes	2.004.000	15%	2.031.000	11.5%
15 octubre 2014	Miércoles	2.006.000	15.5%	2.196.000	12.4%
16 octubre 2014	Jueves	2.025.000	15.7%	2.175.000	12.8%
17 octubre 2014	Viernes	1.785.000	14%	1.435.000	10.2%
18 octubre 2014	Sábado	1.818.000	14.7%	1.495.000	12.1%
19 octubre 2014	Domingo	1.781.000	14.4%	2.064.000	11.1%
20 octubre 2014	Lunes	2.009.000	14.9%	2.074.000	11.5%
21 octubre 2014	Martes	1.956.000	14.9%	*	*
22 octubre 2014	Miércoles	1.770.000	13.6%	1.873.000	10.8%
23 octubre 2014	Jueves	1.901.000	14.6%	2.080.000	11.8%
24 octubre 2014	Viernes	1.904.000	14.7%	1.469.000	10.1%
25 octubre 2014	Sábado	1.634.000	13.2%	1.627.000	11.7%
26 octubre 2014	Domingo	1.841.000	14.2%	1.878.000	9.6%
27 octubre 2014	Lunes	2.046.000	15.2%	2.188.000	11.5%
28 octubre 2014	Martes	1.886.000	14.1%	2.134.000	11.5%
29 octubre 2014	Miércoles	1.797.000	14%	1.885.000	10.4%
30 octubre 2014	Jueves	1.713.000	13.6%	2.076.000	11.9%
31 octubre 2014	Viernes	1.719.000	14%	1.318.000	9.6%

\*El martes 21 de octubre no hay Telediario 2 a causa de la retransmisión de un partido de Champions League.

\*\*Los días 9 y 12 de octubre no hay Telediario 2 a causa de la retransmisión de un partido de Clasificación para la Eurocopa de Fútbol.

\*\*\*El miércoles 5 de octubre no se encuentran datos sobre el Telediario 2.

**Audiencia Media (Lunes a Viernes):** 1.915.954 espectadores

**Audiencia Media (Fin de Semana):** 1.764.071 espectadores

**Share Medio (Lunes a Viernes):** 13.12%

**Share Medio (Fin de Semana):** 13.11%

## LA 1 TVE - NOVIEMBRE 2014

Fecha	Día	TELEDIARIO 1 (15:00H)		TELEDIARIO 2 (21:00H)	
		Espectadores	Share	Espectadores	Share
1 noviembre 2014	Sábado	1.574.000	13.1%	1.447.000	10.1%
2 noviembre 2014	Domingo	1.597.000	12.3%	2.289.000	11.3%
3 noviembre 2014	Lunes	2.062.000	15.1%	2.223.000	11.5%
4 noviembre 2014	Martes	2.048.000	14.8%	*	*
5 noviembre 2014	Miércoles	1.827.000	14.1%	1.947.000	10.5%
6 noviembre 2014	Jueves	1.949.000	15%	2.148.000	11.8%
7 noviembre 2014	Viernes	1.881.000	14.3%	1.623.000	10.3%
8 noviembre 2014	Sábado	1.911.000	14.2%	1.551.000	10.6%
<b>9 noviembre 2014</b>	<b>Domingo</b>	<b>2.112.000</b>	<b>14.8%</b>	<b>2.590.000</b>	<b>13.1%</b>
10 noviembre 2014	Lunes	2.158.000	15.6%	2.233.000	11.8%
11 noviembre 2014	Martes	2.077.000	14.8%	2.169.000	11.6%
12 noviembre 2014	Miércoles	1.888.000	14.5%	2.096.000	11.3%
13 noviembre 2014	Jueves	1.956.000	14.7%	2.066.000	11.5%
14 noviembre 2014	Viernes	1.913.000	13.8%	1.613.000	10.3%
15 noviembre 2014	Sábado	1.824.000	13.6%	**	**
16 noviembre 2014	Domingo	1.929.000	14.5%	2.015.000	10.1%
17 noviembre 2014	Lunes	2.031.000	15.4%	2.232.000	12%
18 noviembre 2014	Martes	1.962.000	14.8%	1.338.000	6.9%
19 noviembre 2014	Miércoles	2.024.000	15.3%	2.102.000	11.6%
20 noviembre 2014	Jueves	2.258.000	17.2%	2.554.000	14.2%
21 noviembre 2014	Viernes	2.116.000	16.5%	1.632.000	10.5%
22 noviembre 2014	Sábado	2.010.000	14.9%	1.429.000	9.9%
23 noviembre 2014	Domingo	1.975.000	13.8%	2.020.000	10.1%
24 noviembre 2014	Lunes	1.995.000	15.1%	2.335.000	12.6%
25 noviembre 2014	Martes	2.082.000	16.1%	*	*
26 noviembre 2014	Miércoles	1.877.000	14.7%	1.985.000	11.1%
27 noviembre 2014	Jueves	1.911.000	14.6%	2.285.000	12.5%
28 noviembre 2014	Viernes	2.130.000	16%	1.690.000	10.9%
29 noviembre 2014	Sábado	1.871.000	13.4%	1.620.000	10.7%
30 noviembre 2014	Domingo	2.071.000	14.8%	2.019.000	10.6%

\*Los martes 4 y 25 de noviembre no hay Telediario 2 a causa de la retransmisión de un partido de Champions League.

\*\*El sábado 15 de noviembre no hay Telediario 2 a causa de la retransmisión de un partido de Clasificación para la Eurocopa de Fútbol.

**Audiencia Media (Lunes a Viernes):** 2.010.947 espectadores

**Audiencia Media (Fin de Semana):** 1.887.053 espectadores

**Share Medio (Lunes a Viernes):** 13.30%

**Share Medio (Fin de Semana):** 12.42%

## LA 1 TVE - DICIEMBRE 2014

Fecha	Día	TELEDIARIO 1 (15:00H)		TELEDIARIO 2 (21:00H)	
		Espectadores	Share	Espectadores	Share
1 diciembre 2014	Lunes	2.045.000	15.4%	2.207.000	12%
2 diciembre 2014	Martes	1.986.000	15.1%	1.940.000	10.4%
<b>3 diciembre 2014</b>	<b>Miércoles</b>	<b>1.839.000</b>	<b>14%</b>	<b>2.078.000</b>	<b>11.4%</b>
4 diciembre 2014	Jueves	1.840.000	14%	2.102.000	11.7%
5 diciembre 2014	Viernes	1.885.000	15%	1.719.000	11.2%
6 diciembre 2014	Sábado	1.834.000	14.7%	1.636.000	11.2%
7 diciembre 2014	Domingo	1.637.000	13.5%	1.788.000	10.4%
8 diciembre 2014	Lunes	1.949.000	14.4%	2.443.000	12.4%
9 diciembre 2014	Martes	2.181.000	16%	*	*
10 diciembre 2014	Miércoles	2.050.000	16%	2.048.000	11.2%
11 diciembre 2014	Jueves	1.956.000	15.3%	2.024.000	11%
12 diciembre 2014	Viernes	1.771.000	14.3%	1.607.000	10.3%
13 diciembre 2014	Sábado	1.909.000	13.7%	1.624.000	10.5%
14 diciembre 2014	Domingo	1.637.000	13.5%	1.788.000	10.4%
15 diciembre 2014	Lunes	2.172.000	16.3%	2.056.000	11.3%
16 diciembre 2014	Martes	1.822.000	13.9%	1.574.000	8.3%
17 diciembre 2014	Miércoles	1.791.000	13.8%	1.944.000	10.8%
18 diciembre 2014	Jueves	1.825.000	14.7%	1.900.000	10.7%
19 diciembre 2014	Viernes	1.882.000	15.1%	1.572.000	10.5%
20 diciembre 2014	Sábado	1.774.000	13.5%	1.369.000	8.6%
21 diciembre 2014	Domingo	1.681.000	13.1%	1.952.000	10.8%
22 diciembre 2014	Lunes	2.212.000	17.1%	2.000.000	11.7%
23 diciembre 2014	Martes	1.805.000	14.2%	1.640.000	10.3%
24 diciembre 2014	Miércoles	1.824.000	14.2%	942.000	9%
25 diciembre 2014	Jueves	1.202.000	13.9%	2.052.000	12.2%
26 diciembre 2014	Viernes	1.637.000	13.4%	1.557.000	10%
27 diciembre 2014	Sábado	1.836.000	13.7%	1.862.000	12.6%
28 diciembre 2014	Domingo	1.945.000	14.4%	2.318.000	12.7%
29 diciembre 2014	Lunes	1.818.000	13.1%	1.892.000	10.8%
30 diciembre 2014	Martes	1.944.000	14.8%	1.769.000	10.7%
31 diciembre 2014	Miércoles	1.858.000	14.6%	1.931.000	17.5%

\*El martes 9 de diciembre no hay Telediario 2 a causa de la retransmisión de un partido de Champions League.

**Audiencia Media (Lunes a Viernes):** 1.873.133 espectadores

**Audiencia Media (Fin de Semana):** 1.786.875 espectadores

**Share Medio (Lunes a Viernes):** 12.98%

**Share Medio (Fin de Semana):** 12.33%

## 7.2. Antena 3

ENERO 2014

Fecha	Día	A3 NOTICIAS 1 (15:00H)		A3 NOTICIAS 2 (21:00H)	
		Espectadores	Share	Espectadores	Share
1 enero 2014	Miércoles	1.722.000	15.4%	2.047.000	10.9%
2 enero 2014	Jueves	2.194.000	15%	1.835.000	11.2%
3 enero 2014	Viernes	2.194.000	15%	1.835.000	11.2%
4 enero 2014	Sábado	2.554.000	18.1%	2.210.000	14.1%
5 enero 2014	Domingo	2.150.000	15.7%	1.109.000	8.1%
6 enero 2014	Lunes	2.194.000	15%	1.835.000	11.2%
<b>7 enero 2014</b>	<b>Martes</b>	<b>2.217.000</b>	<b>15.6%</b>	<b>2.128.000</b>	<b>12.1%</b>
8 enero 2014	Miércoles	2.068.000	15%	2.231.000	12.6%
9 enero 2014	Jueves	1.949.000	14.4%	2.105.000	12.4%
10 enero 2014	Viernes	1.956.000	14.4%	1.872.000	11.9%
11 enero 2014	Sábado	2.158.000	16%	1.375.000	9.4%
12 enero 2014	Domingo	2.269.000	16.2%	2.486.000	12.9%
13 enero 2014	Lunes	2.117.000	14.5%	2.035.000	11.2%
14 enero 2014	Martes	2.259.000	15.4%	2.101.000	11.7%
15 enero 2014	Miércoles	1.945.000	14%	2.038.000	11.8%
16 enero 2014	Jueves	2.016.000	14.3%	2.044.000	11.5%
17 enero 2014	Viernes	1.833.000	13.3%	2.009.000	12.3%
18 enero 2014	Sábado	2.555.000	17.2%	2.084.000	13.1%
19 enero 2014	Domingo	2.322.000	15.5%	2.332.000	12.1%
20 enero 2014	Lunes	1.929.000	13.8%	*	*
21 enero 2014	Martes	2.002.000	14.2%	2.041.000	11.5%
22 enero 2014	Miércoles	2.087.000	14.6%	2.270.000	12.6%
23 enero 2014	Jueves	1.887.000	13.7%	2.058.000	11.9%
24 enero 2014	Viernes	1.879.000	13.6%	1.811.000	11.2%
25 enero 2014	Sábado	2.370.000	16.8%	1.805.000	12.2%
26 enero 2014	Domingo	2.115.000	15.6%	2.393.000	12.6%
27 enero 2014	Lunes	2.120.000	14.8%	2.272.000	12.5%
28 enero 2014	Martes	2.122.000	14.7%	2.026.000	11.4%
29 enero 2014	Miércoles	2.126.000	15%	2.302.000	12.9%
30 enero 2014	Jueves	1.820.000	13.1%	1.954.000	11.4%
31 enero 2014	Viernes	1.821.000	12.9%	1.827.000	11.5%

\*El lunes 20 de enero no hay A3 Noticias 2 a causa de la retransmisión de un partido de Liga de Fútbol.

**Audiencia Media (Lunes a Viernes):** 2.025.177 espectadores

**Audiencia Media (Fin de Semana):** 2.142.938 espectadores

**Share Medio (Lunes a Viernes):** 13.12%

**Share Medio (Fin de Semana):** 14.10%

## ANTENA 3 - FEBRERO 2014

Fecha	Día	A3 NOTICIAS 1 (15:00H)		A3 NOTICIAS 2 (21:00H)	
		Espectadores	Share	Espectadores	Share
1 febrero 2014	Sábado	2.216.000	15%	1.680.000	10.4%
2 febrero 2014	Domingo	1.996.000	14.6%	2.265.000	11.7%
3 febrero 2014	Lunes	2.109.000	14.8%	2.202.000	12.4%
4 febrero 2014	Martes	2.193.000	15.2%	2.109.000	12%
5 febrero 2014	Miércoles	2.064.000	14.1%	2.095.000	12.1%
6 febrero 2014	Jueves	1.980.000	14%	2.240.000	12.5%
7 febrero 2014	Viernes	1.969.000	13.9%	1.940.000	12.4%
8 febrero 2014	Sábado	2.673.000	17.3%	1.902.000	11.8%
9 febrero 2014	Domingo	2.416.000	15.2%	2.438.000	12.2%
10 febrero 2014	Lunes	2.188.000	14.8%	2.273.000	12.4%
11 febrero 2014	Martes	2.200.000	14.9%	2.158.000	11.8%
12 febrero 2014	Miércoles	2.027.000	14.2%	2.267.000	12.5%
13 febrero 2014	Jueves	2.137.000	15%	1.945.000	11.3%
14 febrero 2014	Viernes	2.075.000	15%	1.762.000	11.2%
15 febrero 2014	Sábado	2.411.000	16.8%	1.827.000	11.8%
16 febrero 2014	Domingo	1.969.000	13.7%	2.589.000	13.1%
17 febrero 2014	Lunes	2.139.000	15%	2.091.000	11.7%
<b>18 febrero 2014</b>	<b>Martes</b>	<b>2.051.000</b>	<b>14.1%</b>	<b>1.766.000</b>	<b>9.1%</b>
19 febrero 2014	Miércoles	1.954.000	14.3%	1.949.000	11.3%
20 febrero 2014	Jueves	2.177.000	15.5%	2.141.000	12.4%
21 febrero 2014	Viernes	1.931.000	14.2%	1.775.000	11.2%
22 febrero 2014	Sábado	2.133.000	16.2%	1.864.000	12.6%
23 febrero 2014	Domingo	1.789.000	14.2%	2.272.000	11.7%
24 febrero 2014	Lunes	2.006.000	14%	2.285.000	12.8%
25 febrero 2014	Martes	2.028.000	14.3%	2.388.000	13.5%
26 febrero 2014	Miércoles	1.992.000	14.4%	1.978.000	11.6%
27 febrero 2014	Jueves	1.989.000	14.3%	1.940.000	11.8%
28 febrero 2014	Viernes	1.780.000	13.5%	1.918.000	12%

**Audiencia Media (Lunes a Viernes):** 2.055.275 espectadores

**Audiencia Media (Fin de Semana):** 2.152.500 espectadores

**Share Medio (Lunes a Viernes):** 13.19%

**Share Medio (Fin de Semana):** 14%

## ANTENA 3 - MARZO 2014

Fecha	Día	A3 NOTICIAS 1 (15:00H)		A3 NOTICIAS 2 (21:00H)	
		Espectadores	Share	Espectadores	Share
1 marzo 2014	Sábado	2.270.000	15.8%	1.832.000	12%
2 marzo 2014	Domingo	2.179.000	15.9%	2.167.000	11.6%
3 marzo 2014	Lunes	2.038.000	13.9%	2.065.000	11.7%
4 marzo 2014	Martes	2.114.000	14.8%	1.861.000	10.7%
5 marzo 2014	Miércoles	2.025.000	14.7%	1.902.000	11.2%
6 marzo 2014	Jueves	1.916.000	14.7%	1.932.000	12%
7 marzo 2014	Viernes	2.093.000	15.7%	1.825.000	12.3%
<b>8 marzo 2014</b>	<b>Sábado</b>	<b>2.013.000</b>	<b>16.3%</b>	<b>1.660.000</b>	<b>11.4%</b>
9 marzo 2014	Domingo	1.801.000	14.6%	2.108.000	11.4%
10 marzo 2014	Lunes	1.804.000	13.5%	2.264.000	13.3%
11 marzo 2014	Martes	1.818.000	13.5%	1.648.000	9.3%
12 marzo 2014	Miércoles	2.051.000	14.9%	1.920.000	11.4%
13 marzo 2014	Jueves	1.848.000	13.7%	1.688.000	9.8%
14 marzo 2014	Viernes	1.810.000	13.9%	1.754.000	11.5%
15 marzo 2014	Sábado	2.091.000	16.8%	1.535.000	10.8%
16 marzo 2014	Domingo	2.132.000	17%	2.320.000	12.7%
17 marzo 2014	Lunes	1.835.000	14%	2.066.000	12.2%
18 marzo 2014	Martes	1.697.000	12.8%	1.703.000	9.9%
19 marzo 2014	Miércoles	1.749.000	14.3%	1.938.000	12%
20 marzo 2014	Jueves	2.046.000	15.3%	1.692.000	9.9%
21 marzo 2014	Viernes	1.774.000	12.9%	1.683.000	10.7%
22 marzo 2014	Sábado	2.188.000	15.9%	1.938.000	12.7%
23 marzo 2014	Domingo	2.207.000	16.3%	1.340.000	7.7%
24 marzo 2014	Lunes	1.965.000	13.5%	2.021.000	11.4%
25 marzo 2014	Martes	1.895.000	13.7%	1.970.000	11.4%
26 marzo 2014	Miércoles	1.988.000	14.4%	1.998.000	12%
27 marzo 2014	Jueves	1.894.000	13.7%	1.851.000	11.2%
28 marzo 2014	Viernes	1.966.000	14.5%	1.798.000	11.5%
29 marzo 2014	Sábado	2.220.000	15.5%	1.558.000	10.1%
30 marzo 2014	Domingo	1.825.000	13.8%	2.376.000	13.5%
31 marzo 2014	Lunes	2.051.000	14.9%	1.870.000	11.9%

**Audiencia Media (Lunes a Viernes):** 1.900.619 espectadores

**Audiencia Media (Fin de Semana):** 1.988.000 espectadores

**Share Medio (Lunes a Viernes):** 12.73%

**Share Medio (Fin de Semana):** 13.59%

## ANTENA 3 - ABRIL 2014

Fecha	Día	A3 NOTICIAS 1 (15:00H)		A3 NOTICIAS 2 (21:00H)	
		Espectadores	Share	Espectadores	Share
1 abril 2014	Martes	1.844.000	13.5%	1.294.000	7.1%
2 abril 2014	Miércoles	1.825.000	12.9%	1.577.000	10.1%
3 abril 2014	Jueves	1.937.000	13.8%	2.315.000	14.9%
4 abril 2014	Viernes	1.880.000	14.2%	1.607.000	11.6%
5 abril 2014	Sábado	1.877.000	14.5%	1.194.000	9.6%
6 abril 2014	Domingo	2.073.000	17.3%	1.857.000	11.9%
7 abril 2014	Lunes	1.853.000	13.7%	1.725.000	11.2%
8 abril 2014	Martes	1.826.000	13.8%	1.191.000	7.1%
9 abril 2014	Miércoles	1.804.000	14.1%	1.345.000	9.5%
10 abril 2014	Jueves	1.795.000	14%	1.828.000	12.7%
11 abril 2014	Viernes	1.740.000	13.3%	1.334.000	10.6%
12 abril 2014	Sábado	*	*	*	*
13 abril 2014	Domingo	1.902.000	15.8%	1.712.000	11.5%
14 abril 2014	Lunes	1.894.000	14.4%	1.637.000	11.7%
15 abril 2014	Martes	1.836.000	14.1%	1.542.000	11.3%
16 abril 2014	Miércoles	1.565.000	12.5%	878.000	6.1%
17 abril 2014	Jueves	1.539.000	12.8%	963.000	9.1%
<b>18 abril 2014</b>	<b>Viernes</b>	<b>1.420.000</b>	<b>13%</b>	<b>1.040.000</b>	<b>9.8%</b>
19 abril 2014	Sábado	1.763.000	16.1%	1.395.000	12.1%
20 abril 2014	Domingo	1.802.000	15.4%	1.887.000	12.7%
21 abril 2014	Lunes	2.020.000	14.9%	1.863.000	11.7%
22 abril 2014	Martes	1.968.000	14.2%	1.064.000	6.3%
23 abril 2014	Miércoles	1.807.000	13.8%	1.350.000	9.7%
24 abril 2014	Jueves	1.831.000	13.5%	1.265.000	8.3%
25 abril 2014	Viernes	1.604.000	12.2%	1.398.000	10.5%
26 abril 2014	Sábado	1.902.000	14.8%	1.468.000	11.9%
27 abril 2014	Domingo	1.628.000	13.1%	1.571.000	10.4%
28 abril 2014	Lunes	1.866.000	13.8%	1.598.000	11%
29 abril 2014	Martes	1.795.000	13.1%	855.000	4.8%
30 abril 2014	Miércoles	1.748.000	13.3%	1.105.000	9.1%

\* Del día 12 de abril no se han encontrado datos de audiencia en ninguno de los dos informativos.

**Audiencia Media (Lunes a Viernes):** 1.594.795 espectadores

**Audiencia Media (Fin de Semana):** 1.716.500 espectadores

**Share Medio (Lunes a Viernes):** 11.66%

**Share Medio (Fin de Semana):** 13.36%



## ANTENA 3 - MAYO 2014

Fecha	Día	A3 NOTICIAS 1 (15:00H)		A3 NOTICIAS 2 (21:00H)	
		Espectadores	Share	Espectadores	Share
1 mayo 2014	Jueves	1.709.000	13.7%	1.307.000	9.7%
2 mayo 2014	Viernes	1.779.000	13.6%	1.156.000	10%
3 mayo 2014	Sábado	1.845.000	15.5%	1.040.000	9.5%
4 mayo 2014	Domingo	1.560.000	13.8%	1.604.000	11.2%
5 mayo 2014	Lunes	1.858.000	13.9%	1.543.000	11%
6 mayo 2014	Martes	1.950.000	14.5%	1.583.000	11.4%
7 mayo 2014	Miércoles	1.782.000	13.4%	1.557.000	11.1%
8 mayo 2014	Jueves	1.810.000	13.9%	1.395.000	10.4%
9 mayo 2014	Viernes	1.795.000	13.9%	1.368.000	12%
10 mayo 2014	Sábado	2.129.000	16.3%	1.215.000	10.8%
11 mayo 2014	Domingo	*	*	*	*
12 mayo 2014	Lunes	1.924.000	14.1%	1.787.000	12.5%
13 mayo 2014	Martes	1.980.000	14.2%	1.670.000	11.8%
14 mayo 2014	Miércoles	1.724.000	12.9%	1.205.000	8.1%
15 mayo 2014	Jueves	1.928.000	14.4%	1.619.000	12.6%
16 mayo 2014	Viernes	1.766.000	13.7%	1.130.000	9.8%
17 mayo 2014	Sábado	1.829.000	14.7%	1.220.000	10.7%
18 mayo 2014	Domingo	1.803.000	14.7%	1.863.000	12.2%
19 mayo 2014	Lunes	1.952.000	14.1%	1.825.000	12.1%
20 mayo 2014	Martes	2.230.000	16.1%	1.770.000	11.5%
21 mayo 2014	Miércoles	1.910.000	13.7%	1.731.000	11.4%
22 mayo 2014	Jueves	1.923.000	14.2%	1.489.000	10.2%
23 mayo 2014	Viernes	1.771.000	13.2%	1.431.000	11.5%
24 mayo 2014	Sábado	2.554.000	18.6%	849.000	5%
<b>25 mayo 2014</b>	<b>Domingo</b>	*	*	<b>2.175.000</b>	<b>13%</b>
26 mayo 2014	Lunes	1.907.000	13.4%	1.652.000	11.4%
27 mayo 2014	Martes	1.847.000	13.4%	1.584.000	10.6%
28 mayo 2014	Miércoles	1.915.000	14%	1.740.000	12%
29 mayo 2014	Jueves	1.771.000	13.2%	1.515.000	10.9%
30 mayo 2014	Viernes	1.997.000	14.9%	1.433.000	11.2%
31 mayo 2014	Sábado	1.973.000	14.7%	1.570.000	13%

\* Del día 11 de mayo no se han encontrado datos de audiencia en ninguno de los dos informativos, al igual que el 25 de mayo en el informativo de las 15h.

**Audiencia Media (Lunes a Viernes):** 1.698.136 espectadores

**Audiencia Media (Fin de Semana):** 1.681.933 espectadores

**Share Medio (Lunes a Viernes):** 12.49%

**Share Medio (Fin de Semana):** 12.91%

## ANTENA 3 - JUNIO 2014

Fecha	Día	A3 NOTICIAS 1 (15:00H)		A3 NOTICIAS 2 (21:00H)	
		Espectadores	Share	Espectadores	Share
1 junio 2014	Domingo	1.934.000	14.9%	2.015.000	13.4%
<b>2 junio 2014</b>	<b>Lunes</b>	<b>2.076.000</b>	<b>14.3%</b>	<b>1.521.000</b>	<b>10.5%</b>
3 junio 2014	Martes	2.005.000	15%	1.497.000	10.9%
4 junio 2014	Miércoles	2.064.000	15.1%	1.502.000	11.6%
5 junio 2014	Jueves	1.852.000	13.7%	1.394.000	10.7%
6 junio 2014	Viernes	1.865.000	13.9%	1.293.000	11.5%
7 junio 2014	Sábado	2.191.000	17.3%	1.046.000	10.1%
8 junio 2014	Domingo	1.723.000	13.7%	*	*
9 junio 2014	Lunes	2.015.000	14.4%	1.558.000	11.4%
10 junio 2014	Martes	1.862.000	13.3%	1.487.000	11.1%
11 junio 2014	Miércoles	1.666.000	12.1%	1.517.000	11.9%
12 junio 2014	Jueves	1.681.000	12.3%	1.129.000	8.6%
13 junio 2014	Viernes	1.641.000	12.2%	524.000	3.7%
14 junio 2014	Sábado	1.811.000	15.2%	1.330.000	13.7%
15 junio 2014	Domingo	1.790.000	14.2%	1.888.000	14%
16 junio 2014	Lunes	2.119.000	15.1%	1.415.000	10.7%
17 junio 2014	Martes	1.980.000	14%	1.376.000	9.7%
18 junio 2014	Miércoles	1.862.000	13.7%	657.000	3.9%
<b>19 junio 2014</b>	<b>Jueves</b>	<b>1.945.000</b>	<b>13.8%</b>	<b>1.550.000</b>	<b>12.2%</b>
20 junio 2014	Viernes	1.810.000	13.5%	900.000	8.5%
21 junio 2014	Sábado	1.696.000	13.7%	944.000	9.4%
22 junio 2014	Domingo	*	*	1.346.000	10.9%
23 junio 2014	Lunes	1.906.000	13.8%	1.490.000	12.7%
24 junio 2014	Martes	1.867.000	13.7%	1.662.000	12%
25 junio 2014	Miércoles	1.680.000	12.5%	1.405.000	11.7%
26 junio 2014	Jueves	1.606.000	12.4%	1.246.000	10.8%
27 junio 2014	Viernes	1.690.000	13%	1.203.000	12.2%
28 junio 2014	Sábado	1.680.000	14.3%	1.262.000	12.3%
29 junio 2014	Domingo	1.713.000	15.1%	1.448.000	11.6%
30 junio 2014	Lunes	1.917.000	14.6%	1.268.000	11.2%

\*Los días 8 y 22 de junio no se han encontrado datos sobre los info4mativos de las 21h y 15h respectivamente

**Audiencia Media (Lunes a Viernes):** 1.588.166 espectadores

**Audiencia Media (Fin de Semana):** 1.613.563 espectadores

**Share Medio (Lunes a Viernes):** 12%

**Share Medio (Fin de Semana):** 13.36%

## ANTENA 3 - JULIO 2014

Fecha	Día	A3 NOTICIAS 1 (15:00H)		A3 NOTICIAS 2 (21:00H)	
		Espectadores	Share	Espectadores	Share
1 julio 2014	Martes	1.739.000	13.6%	1.317.000	11.3%
2 julio 2014	Miércoles	1.690.000	13.1%	1.249.000	10.9%
3 julio 2014	Jueves	1.960.000	15.1%	1.385.000	12%
4 julio 2014	Viernes	1.614.000	13.1%	1.002.000	10.5%
5 julio 2014	Sábado	1.591.000	13.9%	1.339.000	15.9%
6 julio 2014	Domingo	*	*	1.405.000	11.5%
7 julio 2014	Lunes	1.793.000	14.2%	1.458.000	13%
8 julio 2014	Martes	1.926.000	14.7%	1.244.000	11.6%
9 julio 2014	Miércoles	1.618.000	12.5%	1.321.000	12%
10 julio 2014	Jueves	1.654.000	13.5%	1.089.000	11%
11 julio 2014	Viernes	1.628.000	13.7%	1.113.000	12.2%
12 julio 2014	Sábado	1.574.000	14.7%	1.104.000	13.1%
<b>13 julio 2014</b>	<b>Domingo</b>	<b>1.479.000</b>	<b>14%</b>	<b>867.000</b>	<b>6.1%</b>
14 julio 2014	Lunes	1.742.000	13.5%	1.248.000	12%
15 julio 2014	Martes	1.884.000	15.1%	1.116.000	11.3%
16 julio 2014	Miércoles	1.809.000	14.8%	1.270.000	13.1%
17 julio 2014	Jueves	1.631.000	13.4%	1.084.000	11.1%
18 julio 2014	Viernes	1.825.000	15.1%	1.064.000	11.8%
19 julio 2014	Sábado	1.530.000	13.6%	985.000	11%
20 julio 2014	Domingo	*	*	1.313.000	12.2%
21 julio 2014	Lunes	1.816.000	14.8%	1.122.000	11.4%
22 julio 2014	Martes	1.544.000	12.8%	1.174.000	12.4%
23 julio 2014	Miércoles	1.647.000	13.6%	1.085.000	11.3%
24 julio 2014	Jueves	1.908.000	15.7%	1.172.000	12.4%
25 julio 2014	Viernes	1.804.000	15.5%	1.001.000	12.1%
26 julio 2014	Sábado	1.559.000	14.8%	980.000	12.8%
27 julio 2014	Domingo	*	*	1.321.000	13.9%
28 julio 2014	Lunes	1.880.000	15.1%	1.094.000	10.2%
29 julio 2014	Martes	1.956.000	15.7%	1.160.000	11.5%
30 julio 2014	Miércoles	1.670.000	13.8%	1.123.000	12.2%
31 julio 2014	Jueves	1.690.000	14.7%	881.000	9.6%

\*Los días 6, 20 y 27 de julio no hay A3 Noticias 2 a causa de la retransmisión de una carrera de Fórmula 1.

**Audiencia Media (Lunes a Viernes):** 1.460.869 espectadores

**Audiencia Media (Fin de Semana):** 1.311.308 espectadores

**Share Medio (Lunes a Viernes):** 12.91%

**Share Medio (Fin de Semana):** 12.88%

## ANTENA 3 - AGOSTO 2014

Fecha	Día	A3 NOTICIAS 1 (15:00H)		A3 NOTICIAS 2 (21:00H)	
		Espectadores	Share	Espectadores	Share
1 agosto 2014	Viernes	1.870.000	15.8%	946.000	10.5%
2 agosto 2014	Sábado	1.689.000	16%	***	***
3 agosto 2014	Domingo	1.530.000	15.8%	1.346.000	14.1%
4 agosto 2014	Lunes	1.669.000	14.4%	1.107.000	11.6%
5 agosto 2014	Martes	1.736.000	15%	1.117.000	12.6%
6 agosto 2014	Miércoles	1.674.000	15.3%	*	*
<b>7 agosto 2014</b>	<b>Jueves</b>	<b>1.655.000</b>	<b>14.6%</b>	<b>863.000</b>	<b>10%</b>
8 agosto 2014	Viernes	1.512.000	13.8%	908.000	11.1%
9 agosto 2014	Sábado	1.385.000	13.8%	949.000	12.8%
10 agosto 2014	Domingo	1.468.000	14.9%	1.263.000	13.8%
11 agosto 2014	Lunes	1.713.000	15.3%	1.013.000	11.4%
12 agosto 2014	Martes	1.583.000	14.1%	792.000	7%
13 agosto 2014	Miércoles	1.691.000	15.1%	944.000	10.6%
14 agosto 2014	Jueves	1.389.000	12.6%	***	***
15 agosto 2014	Viernes	1.370.000	14.4%	959.000	11.4%
16 agosto 2014	Sábado	1.374.000	14.1%	***	***
17 agosto 2014	Domingo	1.369.000	13.8%	1.331.000	14.1%
18 agosto 2014	Lunes	1.841.000	16.2%	**	**
19 agosto 2014	Martes	1.496.000	13.1%	1.069.000	10.6%
20 agosto 2014	Miércoles	1.480.000	13.3%	1.052.000	11.1%
21 agosto 2014	Jueves	1.584.000	14.1%	993.000	10.7%
22 agosto 2014	Viernes	1.467.000	13.1%	937.000	10%
23 agosto 2014	Sábado	1.533.000	15%	1.073.000	13.4%
24 agosto 2014	Domingo	1.652.000	15.7%	1.529.000	15.5%
25 agosto 2014	Lunes	1.788.000	14.8%	902.000	9.3%
26 agosto 2014	Martes	1.777.000	14.8%	1.315.000	13.4%
27 agosto 2014	Miércoles	1.612.000	13.4%	939.000	9.7%
28 agosto 2014	Jueves	1.587.000	13.4%	995.000	10.5%
29 agosto 2014	Viernes	1.651.000	14%	1.070.000	11.9%
30 agosto 2014	Sábado	1.490.000	13.7%	1.245.000	13.9%
31 agosto 2014	Domingo	1.553.000	13.9%	1.267.000	11.3%

\*El miércoles 6 de agosto no hay A3 Noticias 2 a causa de la retransmisión de un partido de Liga de Fútbol.

\*\*El lunes 18 de agosto no hay A3 Noticias 2 a causa de la retransmisión del torneo Joan Gamper del FC Barcelona.

\*\*\*Los días 2, 14 y 16 de agosto no se han encontrado datos sobre el informativo de A3 Noticias 2

**Audiencia Media (Lunes a Viernes): 1.335.025 espectadores**

**Audiencia Media (Fin de Semana): 1.391.444 espectadores**

**Share Medio (Lunes a Viernes): 12.67%**

**Share Medio (Fin de Semana): 14%**

## ANTENA 3 - SEPTIEMBRE 2014

Fecha	Día	A3 NOTICIAS 1 (15:00H)		A3 NOTICIAS 2 (21:00H)	
		Espectadores	Share	Espectadores	Share
1 septiembre 2014	Lunes	1.723.000	13.3%	1.194.000	11.5%
2 septiembre 2014	Martes	1.943.000	14.5%	1.318.000	11.9%
3 septiembre 2014	Miércoles	1.821.000	13.9%	1.115.000	10.2%
4 septiembre 2014	Jueves	1.883.000	14.7%	1.230.000	10.7%
5 septiembre 2014	Viernes	1.597.000	13%	1.198.000	12.4%
6 septiembre 2014	Sábado	1.848.000	15.9%	1.145.000	12.5%
7 septiembre 2014	Domingo	1.391.000	11.4%	1.504.000	12.1%
8 septiembre 2014	Lunes	1.676.000	12.8%	1.128.000	9%
9 septiembre 2014	Martes	1.742.000	13.6%	1.377.000	11.5%
10 septiembre 2014	Miércoles	1.754.000	13.7%	*	*
11 septiembre 2014	Jueves	1.785.000	13.8%	1.419.000	11.7%
12 septiembre 2014	Viernes	1.770.000	13.9%	1.272.000	12.6%
13 septiembre 2014	Sábado	1.533.000	13%	1.174.000	12.5%
14 septiembre 2014	Domingo	1.868.000	15.7%	2.279.000	15.8%
15 septiembre 2014	Lunes	1.919.000	14.4%	1.704.000	12.8%
16 septiembre 2014	Martes	1.723.000	13%	1.375.000	8.9%
17 septiembre 2014	Miércoles	1.882.000	14.4%	1.628.000	11.7%
<b>18 septiembre 2014</b>	<b>Jueves</b>	<b>1.840.000</b>	<b>13.9%</b>	<b>1.621.000</b>	<b>11.4%</b>
19 septiembre 2014	Viernes	1.864.000	14.7%	1.385.000	11.6%
20 septiembre 2014	Sábado	**	**	1.262.000	11.9%
21 septiembre 2014	Domingo	**	**	1.731.000	11.7%
22 septiembre 2014	Lunes	1.935.000	14.7%	1.834.000	12%
23 septiembre 2014	Martes	1.835.000	13.8%	1.860.000	12.5%
24 septiembre 2014	Miércoles	1.906.000	14.5%	1.872.000	12.5%
25 septiembre 2014	Jueves	1.902.000	14.8%	1.865.000	13%
26 septiembre 2014	Viernes	1.632.000	12.9%	1.515.000	12%
27 septiembre 2014	Sábado	1.695.000	14%	1.651.000	13.8%
28 septiembre 2014	Domingo	1.939.000	15.1%	2.028.000	12.3%
29 septiembre 2014	Lunes	1.800.000	13.5%	2.083.000	13.6%
30 septiembre 2014	Martes	1.985.000	15.2%	1.605.000	9.8%

\*El miércoles 10 de septiembre no hay A3 Noticias 2 a causa de la retransmisión de un partido del Eurobasket

\*\* Los días 20 y 21 de septiembre no hay A3 Noticias 1 a causa de la retransmisión de una carrera de Fórmula 1.

**Audiencia Media (Lunes a Viernes):** 1.663.139 espectadores

**Audiencia Media (Fin de Semana):** 1.646.286 espectadores

**Share Medio (Lunes a Viernes):** 12.80%

**Share Medio (Fin de Semana):** 13.41%

## ANTENA 3 - OCTUBRE 2014

Fecha	Día	A3 NOTICIAS 1 (15:00H)		A3 NOTICIAS 2 (21:00H)	
		Espectadores	Share	Espectadores	Share
<b>1 octubre 2014</b>	<b>Miércoles</b>	<b>1.858.000</b>	<b>14.7%</b>	<b>1.659.000</b>	<b>11.4%</b>
2 octubre 2014	Jueves	1.763.000	14.1%	1.903.000	13%
3 octubre 2014	Viernes	1.684.000	13.5%	1.432.000	11.3%
4 octubre 2014	Sábado	1.769.000	14.5%	1.407.000	11.7%
5 octubre 2014	Domingo	2.380.000	18.8%	2.275.000	13.6%
6 octubre 2014	Lunes	2.040.000	15.4%	2.409.000	15.1%
7 octubre 2014	Martes	2.163.000	16.4%	2.072.000	13.6%
8 octubre 2014	Miércoles	1.928.000	14.6%	2.065.000	13.4%
9 octubre 2014	Jueves	2.147.000	16.8%	1.754.000	10.7%
10 octubre 2014	Viernes	1.968.000	15%	1.752.000	12.8%
11 octubre 2014	Sábado	1.956.000	15.7%	1.690.000	13.3%
12 octubre 2014	Domingo	2.202.000	17.5%	2.198.000	12.6%
13 octubre 2014	Lunes	2.042.000	15.6%	2.245.000	13.2%
14 octubre 2014	Martes	1.804.000	13.8%	2.031.000	13%
15 octubre 2014	Miércoles	1.978.000	15.5%	1.880.000	11.8%
16 octubre 2014	Jueves	2.020.000	15.7%	1.944.000	12.7%
17 octubre 2014	Viernes	1.821.000	14.5%	1.492.000	11.2%
18 octubre 2014	Sábado	1.787.000	14.8%	1.421.000	12%
19 octubre 2014	Domingo	1.865.000	15.5%	2.571.000	14.9%
20 octubre 2014	Lunes	2.054.000	15.3%	2.139.000	13.2%
21 octubre 2014	Martes	1.889.000	14.5%	1.808.000	10.7%
22 octubre 2014	Miércoles	2.063.000	15.9%	1.801.000	11.5%
23 octubre 2014	Jueves	1.819.000	14.2%	2.090.000	13.1%
24 octubre 2014	Viernes	1.882.000	14.7%	1.743.000	12.7%
25 octubre 2014	Sábado	1.876.000	15.4%	1.927.000	14.5%
26 octubre 2014	Domingo	1.817.000	14.2%	2.302.000	12.4%
27 octubre 2014	Lunes	2.138.000	15.9%	2.311.000	13.2%
28 octubre 2014	Martes	2.023.000	15.2%	1.983.000	11.6%
29 octubre 2014	Miércoles	1.879.000	14.7%	2.086.000	12.7%
30 octubre 2014	Jueves	1.884.000	14.9%	1.810.000	11.4%
31 octubre 2014	Viernes	1.929.000	15.9%	1.699.000	12.9%

**Audiencia Media (Lunes a Viernes):** 1.932.260 espectadores

**Audiencia Media (Fin de Semana):** 1.965.188 espectadores

**Share Medio (Lunes a Viernes):** 13.76%

**Share Medio (Fin de Semana):** 14.46%

## ANTENA 3 - NOVIEMBRE 2014

Fecha	Día	A3 NOTICIAS 1 (15:00H)		A3 NOTICIAS 2 (21:00H)	
		Espectadores	Share	Espectadores	Share
1 noviembre 2014	Sábado	2.004.000	17%	1.331.000	9.6%
2 noviembre 2014	Domingo	1.913.000	15.2%	*	*
3 noviembre 2014	Lunes	2.080.000	15.3%	2.231.000	12.4%
4 noviembre 2014	Martes	2.045.000	14.8%	1.593.000	8.6%
5 noviembre 2014	Miércoles	1.996.000	15.4%	1.757.000	10.3%
6 noviembre 2014	Jueves	1.969.000	15.2%	1.890.000	11.3%
7 noviembre 2014	Viernes	2.065.000	15.9%	1.643.000	10.8%
8 noviembre 2014	Sábado	2.057.000	15.6%	1.897.000	13.2%
<b>9 noviembre 2014</b>	<b>Domingo</b>	<b>2.418.000</b>	<b>17.2%</b>	<b>2.197.000</b>	<b>11.4%</b>
10 noviembre 2014	Lunes	2.160.000	15.8%	2.078.000	11.8%
11 noviembre 2014	Martes	2.122.000	15.3%	2.214.000	12.7%
12 noviembre 2014	Miércoles	1.938.000	14.9%	2.000.000	11.6%
13 noviembre 2014	Jueves	1.976.000	14.9%	1.925.000	11.5%
14 noviembre 2014	Viernes	2.130.000	15.6%	1.694.000	11.2%
15 noviembre 2014	Sábado	1.978.000	15.2%	1.643.000	10.9%
16 noviembre 2014	Domingo	2.185.000	17%	2.595.000	13.7%
17 noviembre 2014	Lunes	2.055.000	15.6%	2.340.000	13.6%
18 noviembre 2014	Martes	1.995.000	15.1%	1.514.000	8.4%
19 noviembre 2014	Miércoles	1.954.000	14.8%	2.100.000	12.5%
20 noviembre 2014	Jueves	2.013.000	15.4%	2.178.000	13.2%
21 noviembre 2014	Viernes	2.065.000	16.3%	1.772.000	11.7%
22 noviembre 2014	Sábado	1.981.000	14.7%	1.705.000	12.2%
23 noviembre 2014	Domingo	*	*	2.648.000	14.2%
24 noviembre 2014	Lunes	2.079.000	15.8%	2.146.000	12.6%
25 noviembre 2014	Martes	1.843.000	14.4%	1.838.000	10.4%
26 noviembre 2014	Miércoles	1.974.000	15.3%	2.060.000	12.5%
27 noviembre 2014	Jueves	1.788.000	13.8%	2.124.000	12.4%
28 noviembre 2014	Viernes	1.855.000	14.1%	1.816.000	12.2%
29 noviembre 2014	Sábado	1.911.000	14%	1.890.000	12.9%
30 noviembre 2014	Domingo	2.309.000	17%	2.743.000	15.1%

\*Los días 2 y 23 de noviembre no hay A3 Noticias 2 y A3 Noticias 1 respectivamente a causa de la retransmisión de una carrera de Fórmula 1.

**Audiencia Media (Lunes a Viernes):** 1.975.375 espectadores

**Audiencia Media (Fin de Semana):** 2.078.056 espectadores

**Share Medio (Lunes a Viernes):** 13.39%

**Share Medio (Fin de Semana):** 14%

## ANTENA 3 - DICIEMBRE 2014

Fecha	Día	A3 NOTICIAS 1 (15:00H)		A3 NOTICIAS 2 (21:00H)	
		Espectadores	Share	Espectadores	Share
1 diciembre 2014	Lunes	1.964.000	14.9%	2.167.000	13%
2 diciembre 2014	Martes	1.769.000	13.5%	2.037.000	11.9%
<b>3 diciembre 2014</b>	<b>Miércoles</b>	<b>1.817.000</b>	<b>14%</b>	<b>2.118.000</b>	<b>12.7%</b>
4 diciembre 2014	Jueves	1.864.000	14.5%	2.026.000	12.3%
5 diciembre 2014	Viernes	1.686.000	13.8%	1.771.000	11.9%
6 diciembre 2014	Sábado	1.813.000	15%	1.553.000	11%
7 diciembre 2014	Domingo	1.891.000	16%	2.274.000	13.9%
8 diciembre 2014	Lunes	2.054.000	15.5%	2.215.000	11.8%
9 diciembre 2014	Martes	2.113.000	15.7%	2.011.000	11.4%
10 diciembre 2014	Miércoles	1.771.000	14%	2.116.000	12.7%
11 diciembre 2014	Jueves	2.009.000	15.9%	1.964.000	11.6%
12 diciembre 2014	Viernes	1.878.000	15.4%	1.651.000	11%
13 diciembre 2014	Sábado	2.195.000	16.2%	2.013.000	13.4%
14 diciembre 2014	Domingo	2.282.000	16.1%	2.464.000	12.8%
15 diciembre 2014	Lunes	1.858.000	14.1%	2.128.000	12.6%
16 diciembre 2014	Martes	1.793.000	13.8%	1.826.000	10.4%
17 diciembre 2014	Miércoles	1.728.000	13.4%	1.985.000	12.1%
18 diciembre 2014	Jueves	1.750.000	14.1%	1.827.000	11.3%
19 diciembre 2014	Viernes	1.679.000	13.7%	1.701.000	11.9%
20 diciembre 2014	Sábado	2.170.000	17.1%	1.671.000	11%
21 diciembre 2014	Domingo	1.944.000	15.8%	2.440.000	14%
22 diciembre 2014	Lunes	1.827.000	14.3%	1.909.000	12.1%
23 diciembre 2014	Martes	1.972.000	15.8%	1.762.000	11.6%
24 diciembre 2014	Miércoles	2.015.000	16.2%	1.579.000	15%
25 diciembre 2014	Jueves	1.438.000	16.8%	2.172.000	13.3%
26 diciembre 2014	Viernes	1.853.000	15.5%	1.820.000	12.2%
27 diciembre 2014	Sábado	2.117.000	16.2%	2.042.000	13.8%
28 diciembre 2014	Domingo	2.083.000	15.7%	2.589.000	14.7%
29 diciembre 2014	Lunes	2.371.000	17.2%	2.370.000	14.1%
30 diciembre 2014	Martes	2.002.000	15.4%	1.859.000	11.7%
31 diciembre 2014	Miércoles	1.829.000	14.8%	1.461.000	13.1%

**Audiencia Media (Lunes a Viernes):** 1.902.500 espectadores

**Audiencia Media (Fin de Semana):** 2.096.313 espectadores

**Share Medio (Lunes a Viernes):** 13.57%

**Share Medio (Fin de Semana):** 15%



### 7.3. Telecinco

ENERO 2014

Fecha	Día	INFORMATIVOS T5 (15:00H)		INFORMATIVOS T5 (21:00H)	
		Espectadores	Share	Espectadores	Share
1 enero 2014	Miércoles	1.316.000	11.8%	2.685.000	14.2%
2 enero 2014	Jueves	2.003.000	13.6%	2.709.000	16.2%
3 enero 2014	Viernes	2.003.000	13.6%	2.709.000	16.2%
4 enero 2014	Sábado	1.340.000	9.5%	1.931.000	12.3%
5 enero 2014	Domingo	1.473.000	10.7%	1.593.000	11.7%
6 enero 2014	Lunes	2.003.000	13.6%	2.709.000	16.2%
<b>7 enero 2014</b>	<b>Martes</b>	<b>1.826.000</b>	<b>12.9%</b>	<b>3.047.000</b>	<b>16.8%</b>
8 enero 2014	Miércoles	1.862.000	13.6%	2.978.000	16.7%
9 enero 2014	Jueves	1.811.000	13.4%	2.820.000	16.1%
10 enero 2014	Viernes	1.920.000	14.1%	2.505.000	15.8%
11 enero 2014	Sábado	1.525.000	11.4%	2.110.000	14.3%
12 enero 2014	Domingo	1.594.000	11.4%	2.481.000	12.8%
13 enero 2014	Lunes	2.057.000	14.1%	3.151.000	16.8%
14 enero 2014	Martes	2.116.000	14.4%	2.902.000	15.7%
15 enero 2014	Miércoles	1.869.000	13.4%	2.826.000	15.8%
16 enero 2014	Jueves	1.965.000	14%	2.830.000	15.7%
17 enero 2014	Viernes	1.834.000	13.3%	2.458.000	14.8%
18 enero 2014	Sábado	1.482.000	10%	2.155.000	13.4%
19 enero 2014	Domingo	1.565.000	10.5%	2.401.000	12.4%
20 enero 2014	Lunes	1.963.000	14%	3.093.000	16.5%
21 enero 2014	Martes	2.089.000	14.8%	2.766.000	15.1%
22 enero 2014	Miércoles	2.038.000	14.2%	3.089.000	16.7%
23 enero 2014	Jueves	1.844.000	13.4%	2.905.000	16.3%
24 enero 2014	Viernes	1.855.000	13.4%	2.694.000	16.4%
25 enero 2014	Sábado	1.337.000	9.5%	1.780.000	11.9%
26 enero 2014	Domingo	1.420.000	10.5%	2.192.000	11.5%
27 enero 2014	Lunes	2.100.000	14.7%	3.229.000	17.3%
28 enero 2014	Martes	2.226.000	15.4%	3.059.000	16.5%
29 enero 2014	Miércoles	1.973.000	13.9%	2.953.000	16.2%
30 enero 2014	Jueves	2.149.000	15.4%	3.191.000	18.1%
31 enero 2014	Viernes	1.982.000	14.1%	2.753.000	17.2%

**Audiencia Media (Lunes a Viernes):** 2.410.108 espectadores

**Audiencia Media (Fin de Semana):** 1.773.687 espectadores

**Share Medio (Lunes a Viernes):** 15.05%

**Share Medio (Fin de Semana):** 11.49%

## TELECINCO - FEBRERO 2014

Fecha	Día	INFORMATIVOS T5 (15:00H)		INFORMATIVOS T5 (21:00H)	
		Espectadores	Share	Espectadores	Share
1 febrero 2014	Sábado	1.288.000	8.7%	2.317.000	14.3%
2 febrero 2014	Domingo	1.547.000	11.3%	2.381.000	12.7%
3 febrero 2014	Lunes	2.081.000	14.6%	3.373.000	18.3%
4 febrero 2014	Martes	2.235.000	15.6%	3.428.000	19%
5 febrero 2014	Miércoles	2.251.000	15.4%	3.018.000	17.1%
6 febrero 2014	Jueves	2.023.000	14.3%	3.320.000	17.9%
7 febrero 2014	Viernes	1.989.000	14.1%	2.840.000	17.8%
8 febrero 2014	Sábado	1.710.000	11.2%	2.380.000	14.7%
9 febrero 2014	Domingo	1.731.000	10.9%	2.363.000	11.8%
10 febrero 2014	Lunes	1.917.000	12.9%	3.353.000	17.8%
11 febrero 2014	Martes	1.783.000	12.1%	3.084.000	16.5%
12 febrero 2014	Miércoles	1.609.000	11.3%	3.177.000	17.1%
13 febrero 2014	Jueves	1.786.000	12.5%	3.192.000	17.9%
14 febrero 2014	Viernes	1.665.000	12%	2.990.000	18.7%
15 febrero 2014	Sábado	1.739.000	12.2%	2.109.000	13.4%
16 febrero 2014	Domingo	1.918.000	13.4%	2.245.000	11.3%
17 febrero 2014	Lunes	1.903.000	13.3%	3.198.000	17.7%
<b>18 febrero 2014</b>	<b>Martes</b>	<b>1.972.000</b>	<b>13.6%</b>	<b>2.295.000</b>	<b>11.4%</b>
19 febrero 2014	Miércoles	1.971.000	14.4%	2.925.000	16.6%
20 febrero 2014	Jueves	1.883.000	13.4%	2.913.000	16.3%
21 febrero 2014	Viernes	1.947.000	14.3%	2.727.000	16.9%
22 febrero 2014	Sábado	1.459.000	11.1%	1.887.000	12.6%
23 febrero 2014	Domingo	1.534.000	12.2%	2.226.000	11.5%
24 febrero 2014	Lunes	2.076.000	14.4%	3.086.000	16.8%
25 febrero 2014	Martes	2.026.000	14.2%	3.004.000	16.3%
26 febrero 2014	Miércoles	1.991.000	14.4%	2.806.000	15.9%
27 febrero 2014	Jueves	1.985.000	14.2%	2.985.000	17.7%
28 febrero 2014	Viernes	1.850.000	14.1%	2.518.000	15.5%

**Audiencia Media (Lunes a Viernes):** 2.479.375 espectadores

**Audiencia Media (Fin de Semana):** 1.927.125 espectadores

**Share Medio (Lunes a Viernes):** 15.36%

**Share Medio (Fin de Semana):** 12.08%

## TELECINCO - MARZO 2014

Fecha	Día	INFORMATIVOS T5 (15:00H)		INFORMATIVOS T5 (21:00H)	
		Espectadores	Share	Espectadores	Share
1 marzo 2014	Sábado	1.624.000	11.3%	1.950.000	12.6%
2 marzo 2014	Domingo	1.773.000	12.9%	2.017.000	10.6%
3 marzo 2014	Lunes	1.965.000	13.4%	3.083.000	16.9%
4 marzo 2014	Martes	1.887.000	13.2%	2.896.000	16.1%
5 marzo 2014	Miércoles	1.868.000	13.6%	3.370.000	19.2%
6 marzo 2014	Jueves	1.896.000	14.5%	3.106.000	18.6%
7 marzo 2014	Viernes	1.921.000	14.4%	2.752.000	18.3%
<b>8 marzo 2014</b>	<b>Sábado</b>	<b>1.500.000</b>	<b>12.1%</b>	<b>1.767.000</b>	<b>12%</b>
9 marzo 2014	Domingo	1.687.000	13.8%	2.275.000	12.2%
10 marzo 2014	Lunes	1.764.000	13.2%	3.019.000	17.2%
11 marzo 2014	Martes	1.846.000	13.7%	2.577.000	13.8%
12 marzo 2014	Miércoles	1.918.000	14%	2.907.000	16.8%
13 marzo 2014	Jueves	1.835.000	13.6%	2.768.000	15.5%
14 marzo 2014	Viernes	1.809.000	13.9%	2.915.000	18.6%
15 marzo 2014	Sábado	1.509.000	12.1%	1.913.000	13.2%
16 marzo 2014	Domingo	1.616.000	12.8%	2.042.000	11.1%
17 marzo 2014	Lunes	1.878.000	14.3%	3.183.000	18.1%
18 marzo 2014	Martes	1.862.000	14.1%	2.412.000	13.4%
19 marzo 2014	Miércoles	1.760.000	14.4%	2.923.000	17.6%
20 marzo 2014	Jueves	1.990.000	14.9%	2.558.000	14.4%
21 marzo 2014	Viernes	1.990.000	14.4%	2.847.000	17.8%
22 marzo 2014	Sábado	1.465.000	10.6%	2.096.000	13.6%
23 marzo 2014	Domingo	1.947.000	14.6%	1.588.000	9.1%
24 marzo 2014	Lunes	2.060.000	14.2%	3.413.000	18.7%
25 marzo 2014	Martes	1.803.000	13%	3.119.000	17.5%
26 marzo 2014	Miércoles	1.980.000	14.4%	2.822.000	16.5%
27 marzo 2014	Jueves	1.778.000	12.8%	3.175.000	18.5%
28 marzo 2014	Viernes	1.929.000	14.2%	3.051.000	19.2%
29 marzo 2014	Sábado	1.553.000	10.9%	1.818.000	11.8%
30 marzo 2014	Domingo	1.272.000	9.6%	1.743.000	9.8%
31 marzo 2014	Lunes	1.940.000	14.1%	2.963.000	18%

**Audiencia Media (Lunes a Viernes):** 2.417.571 espectadores

**Audiencia Media (Fin de Semana):** 1.757.750 espectadores

**Share Medio (Lunes a Viernes):** 15.55%

**Share Medio (Fin de Semana):** 11.84%

## TELECINCO - ABRIL 2014

Fecha	Día	INFORMATIVOS T5 (15:00H)		INFORMATIVOS T5 (21:00H)	
		Espectadores	Share	Espectadores	Share
1 abril 2014	Martes	1.921.000	14.1%	2.080.000	10.9%
2 abril 2014	Miércoles	1.957.000	13.8%	2.760.000	17.2%
3 abril 2014	Jueves	1.956.000	14%	*	*
4 abril 2014	Viernes	1.963.000	14.8%	2.621.000	18.9%
5 abril 2014	Sábado	1.406.000	10.9%	1.565.000	12.5%
6 abril 2014	Domingo	1.189.000	10%	2.012.000	12.8%
7 abril 2014	Lunes	1.887.000	14%	2.696.000	16.9%
8 abril 2014	Martes	1.979.000	15%	1.911.000	10.9%
9 abril 2014	Miércoles	1.837.000	14.4%	2.453.000	16.4%
10 abril 2014	Jueves	1.737.000	13.4%	*	*
11 abril 2014	Viernes	1.713.000	13.1%	2.434.000	19.1%
12 abril 2014	Sábado	1.304.000	10.5%	1.445.000	11.6%
13 abril 2014	Domingo	1.326.000	11.1%	**	**
14 abril 2014	Lunes	1.792.000	13.5%	2.566.000	18.2%
15 abril 2014	Martes	1.614.000	12.4%	2.405.000	17.3%
16 abril 2014	Miércoles	1.596.000	12.7%	1.414.000	9.6%
17 abril 2014	Jueves	1.310.000	10.9%	1.683.000	15.8%
<b>18 abril 2014</b>	<b>Viernes</b>	<b>1.061.000</b>	<b>9.7%</b>	<b>1.422.000</b>	<b>13.3%</b>
19 abril 2014	Sábado	902.000	8.3%	1.352.000	11.7%
20 abril 2014	Domingo	1.265.000	10.8%	1.740.000	11.6%
21 abril 2014	Lunes	1.765.000	13%	2.938.000	18%
22 abril 2014	Martes	1.840.000	13.2%	1.803.000	10.2%
23 abril 2014	Miércoles	1.829.000	14%	2.290.000	15.8%
24 abril 2014	Jueves	1.760.000	13%	2.202.000	13.4%
25 abril 2014	Viernes	1.825.000	13.9%	2.617.000	19.2%
26 abril 2014	Sábado	1.221.000	9.5%	1.373.000	11%
27 abril 2014	Domingo	1.235.000	10%	1.726.000	11.3%
28 abril 2014	Lunes	1.894.000	14%	2.682.000	17.6%
29 abril 2014	Martes	1.892.000	13.8%	1.678.000	9.1%
30 abril 2014	Miércoles	1.788.000	13.6%	2.146.000	17.1%

\*Los días 3 y 10 de abril no hay Informativos T5 21h a causa de la retransmisión de un partido de fútbol de Europa League.

\*\*El domingo 13 de abril no hay Informativos T5 21h a causa de la retransmisión de una carrera de Moto GP.

**Audiencia Media (Lunes a Viernes):** 2.041.878 espectadores

**Audiencia Media (Fin de Semana):** 1.404.067 espectadores

**Share Medio (Lunes a Viernes):** 14.27%

**Share Medio (Fin de Semana):** 10.91%

## TELECINCO - MAYO 2014

Fecha	Día	INFORMATIVOS T5 (15:00H)		INFORMATIVOS T5 (21:00H)	
		Espectadores	Share	Espectadores	Share
1 mayo 2014	Jueves	1.216.000	9.7%	1.730.000	12.2%
2 mayo 2014	Viernes	1.767.000	13.5%	2.174.000	18.5%
3 mayo 2014	Sábado	1.351.000	11.3%	1.408.000	12.7%
4 mayo 2014	Domingo	1.957.000	17.2%	1.679.000	11.6%
5 mayo 2014	Lunes	1.982.000	14.9%	2.694.000	18.5%
6 mayo 2014	Martes	2.023.000	15.1%	2.631.000	18.1%
7 mayo 2014	Miércoles	2.139.000	16%	2.541.000	17.5%
8 mayo 2014	Jueves	1.966.000	15.1%	2.675.000	19.3%
9 mayo 2014	Viernes	2.021.000	15.6%	2.309.000	19.3%
10 mayo 2014	Sábado	1.370.000	10.7%	1.233.000	10.7%
11 mayo 2014	Domingo	1.356.000	10.2%	1.734.000	11.8%
12 mayo 2014	Lunes	2.048.000	15%	3.035.000	20.3%
13 mayo 2014	Martes	2.162.000	15.5%	2.829.000	19.2%
14 mayo 2014	Miércoles	2.199.000	16.4%	1.945.000	12.5%
15 mayo 2014	Jueves	1.997.000	14.9%	2.652.000	19.9%
16 mayo 2014	Viernes	1.970.000	15.3%	2.254.000	19.2%
17 mayo 2014	Sábado	1.254.000	10.1%	1.345.000	11.8%
18 mayo 2014	Domingo	1.345.000	11%	1.697.000	11%
19 mayo 2014	Lunes	2.132.000	15.4%	3.117.000	20%
20 mayo 2014	Martes	2.083.000	15%	3.247.000	20.4%
21 mayo 2014	Miércoles	1.984.000	14.3%	3.253.000	20.8%
22 mayo 2014	Jueves	2.066.000	15.3%	3.030.000	20%
23 mayo 2014	Viernes	2.007.000	14.8%	2.629.000	20.6%
24 mayo 2014	Sábado	1.311.000	9.6%	842.000	4.9%
<b>25 mayo 2014</b>	<b>Domingo</b>	<b>1.220.000</b>	<b>8.6%</b>	<b>1.809.000</b>	<b>10.8%</b>
26 mayo 2014	Lunes	2.093.000	14.6%	3.234.000	21.5%
27 mayo 2014	Martes	2.192.000	15.9%	3.715.000	23.9%
28 mayo 2014	Miércoles	2.129.000	15.5%	2.888.000	19.1%
29 mayo 2014	Jueves	2.017.000	15%	2.664.000	18.3%
30 mayo 2014	Viernes	1.938.000	14.4%	2.478.000	18.8%
31 mayo 2014	Sábado	1.604.000	11.9%	1.595.000	13.1%

**Audiencia Media (Lunes a Viernes):** 2.360.341 espectadores

**Audiencia Media (Fin de Semana):** 1.450.555 espectadores

**Share Medio (Lunes a Viernes):** 16.93%

**Share Medio (Fin de Semana):** 11.06%

## TELECINCO - JUNIO 2014

Fecha	Día	INFORMATIVOS T5 (15:00H)		INFORMATIVOS T5 (21:00H)	
		Espectadores	Share	Espectadores	Share
1 junio 2014	Domingo	1.345.000	10.4%	1.899.000	12.4%
<b>2 junio 2014</b>	<b>Lunes</b>	<b>1.938.000</b>	<b>13.3%</b>	<b>2.661.000</b>	<b>17.8%</b>
3 junio 2014	Martes	1.984.000	14.8%	2.485.000	17.3%
4 junio 2014	Miércoles	1.981.000	14.5%	2.446.000	18.1%
5 junio 2014	Jueves	2.050.000	15.2%	2.581.000	19%
6 junio 2014	Viernes	2.152.000	16%	2.114.000	18.4%
7 junio 2014	Sábado	1.266.000	10%	1.521.000	14.7%
8 junio 2014	Domingo	1.192.000	9.4%	1.928.000	13.5%
9 junio 2014	Lunes	2.049.000	14.6%	2.690.000	18.9%
10 junio 2014	Martes	1.985.000	14.2%	2.658.000	19.1%
11 junio 2014	Miércoles	2.001.000	14.6%	2.720.000	20.4%
12 junio 2014	Jueves	1.965.000	14.4%	2.677.000	20%
13 junio 2014	Viernes	1.941.000	14.5%	*	*
14 junio 2014	Sábado	1.288.000	10.8%	1.391.000	14.2%
15 junio 2014	Domingo	1.735.000	13.6%	1.579.000	11.5%
16 junio 2014	Lunes	1.957.000	13.9%	2.572.000	18.9%
17 junio 2014	Martes	1.814.000	12.8%	*	*
18 junio 2014	Miércoles	1.778.000	13%	*	*
<b>19 junio 2014</b>	<b>Jueves</b>	<b>1.800.000</b>	<b>12.7%</b>	*	*
20 junio 2014	Viernes	1.773.000	13.2%	1.734.000	15.7%
21 junio 2014	Sábado	1.479.000	12%	1.328.000	12.9%
22 junio 2014	Domingo	1.142.000	9.2%	1.863.000	14.8%
23 junio 2014	Lunes	1.779.000	12.8%	2.464.000	20.5%
24 junio 2014	Martes	1.816.000	13.3%	2.529.000	17.7%
25 junio 2014	Miércoles	1.849.000	13.7%	2.318.000	18.5%
26 junio 2014	Jueves	1.846.000	14.2%	2.124.000	17.8%
27 junio 2014	Viernes	1.720.000	13.3%	1.808.000	18.2%
28 junio 2014	Sábado	1.243.000	10.6%	*	*
29 junio 2014	Domingo	969.000	8.6%	1.830.000	14.6%
30 junio 2014	Lunes	1.789.000	13.6%	2.207.000	19%

\*Los días 13, 17, 18, 19 y 28 no hay Informativo a las 21h. a causa de la retransmisión de un partido del Mundial de Fútbol de Brasil.

**Audiencia Media (Lunes a Viernes):** 2.182.567 espectadores

**Audiencia Media (Fin de Semana):** 1.470.470 espectadores

**Share Medio (Lunes a Viernes):** 16%

**Share Medio (Fin de Semana):** 11.95%

## TELECINCO - JULIO 2014

Fecha	Día	INFORMATIVOS T5 (15:00H)		INFORMATIVOS T5 (21:00H)	
		Espectadores	Share	Espectadores	Share
1 julio 2014	Martes	1.843.000	14.3%	2.305.000	19.4%
2 julio 2014	Miércoles	1.726.000	13.4%	2.175.000	18.5%
3 julio 2014	Jueves	1.688.000	13%	2.194.000	18.4%
4 julio 2014	Viernes	1.707.000	13.8%	1.954.000	20.3%
5 julio 2014	Sábado	1.340.000	11.8%	1.290.000	15.1%
6 julio 2014	Domingo	1.050.000	8.9%	1.678.000	13.5%
7 julio 2014	Lunes	1.848.000	14.6%	2.020.000	17.5%
8 julio 2014	Martes	1.681.000	12.8%	2.225.000	20.2%
9 julio 2014	Miércoles	1.702.000	13.2%	2.257.000	20%
10 julio 2014	Jueves	1.583.000	13%	1.828.000	17.9%
11 julio 2014	Viernes	1.547.000	13%	1.622.000	17.5%
12 julio 2014	Sábado	1.195.000	11.1%	1.510.000	17.9%
<b>13 julio 2014</b>	<b>Domingo</b>	<b>1.485.000</b>	<b>14.1%</b>	*	*
14 julio 2014	Lunes	1.741.000	13.4%	1.840.000	17.1%
15 julio 2014	Martes	1.657.000	13.3%	1.931.000	19%
16 julio 2014	Miércoles	1.592.000	13%	1.699.000	14%
17 julio 2014	Jueves	1.589.000	13%	1.829.000	18.2%
18 julio 2014	Viernes	1.445.000	11.9%	1.620.000	17.8%
19 julio 2014	Sábado	1.233.000	11.1%	1.254.000	13.9%
20 julio 2014	Domingo	1.024.000	9.4%	1.482.000	13.7%
21 julio 2014	Lunes	1.632.000	13.3%	1.791.000	17.6%
22 julio 2014	Martes	1.514.000	12.5%	1.757.000	18.1%
23 julio 2014	Miércoles	1.549.000	12.8%	1.693.000	17.3%
24 julio 2014	Jueves	1.611.000	13.2%	1.649.000	17%
25 julio 2014	Viernes	1.624.000	13.9%	1.409.000	16.8%
26 julio 2014	Sábado	1.220.000	11.7%	1.266.000	16.5%
27 julio 2014	Domingo	964.000	8.9%	1.067.000	11.1%
28 julio 2014	Lunes	1.555.000	12.5%	2.065.000	18.9%
29 julio 2014	Martes	1.632.000	13.1%	1.774.000	17.4%
30 julio 2014	Miércoles	1.613.000	13.3%	1.604.000	16.9%
31 julio 2014	Jueves	1.624.000	14.1%	1.764.000	18.8%

\*El domingo 13 de julio no hay Informativo a las 21h. a causa de la retransmisión de un partido del Mundial de Fútbol de Brasil.

**Audiencia Media (Lunes a Viernes):** 1.754.521 espectadores

**Audiencia Media (Fin de Semana):**1.270.533 espectadores

**Share Medio (Lunes a Viernes):** 15.63%

**Share Medio (Fin de Semana):** 12.58%

## TELECINCO - AGOSTO 2014

Fecha	Día	INFORMATIVOS T5 (15:00H)		INFORMATIVOS T5 (21:00H)	
		Espectadores	Share	Espectadores	Share
1 agosto 2014	Viernes	1.557.000	13.2%	1.738.000	19.1%
2 agosto 2014	Sábado	1.107.000	10.5%	1.507.000	16.9%
3 agosto 2014	Domingo	850.000	8.8%	1.214.000	12.5%
4 agosto 2014	Lunes	1.639.000	14.2%	1.705.000	17.5%
5 agosto 2014	Martes	1.437.000	12.4%	1.507.000	16.6%
6 agosto 2014	Miércoles	1.521.000	13.9%	1.519.000	15.8%
<b>7 agosto 2014</b>	<b>Jueves</b>	<b>1.578.000</b>	<b>13.9%</b>	<b>1.600.000</b>	<b>18.1%</b>
8 agosto 2014	Viernes	1.479.000	13.5%	1.485.000	18.1%
9 agosto 2014	Sábado	1.049.000	10.5%	916.000	12.3%
10 agosto 2014	Domingo	1.161.000	11.8%	1.246.000	13.5%
11 agosto 2014	Lunes	1.574.000	14%	1.598.000	17.7%
12 agosto 2014	Martes	1.625.000	14.4%	1.250.000	10.9%
13 agosto 2014	Miércoles	1.602.000	14.2%	1.653.000	18.1%
14 agosto 2014	Jueves	1.470.000	13.3%	1.504.000	18%
15 agosto 2014	Viernes	1.232.000	12.9%	1.409.000	16.7%
16 agosto 2014	Sábado	869.000	8.9%	1.307.000	15.4%
17 agosto 2014	Domingo	1.574.000	15.8%	1.044.000	11%
18 agosto 2014	Lunes	1.536.000	13.5%	1.468.000	13.9%
19 agosto 2014	Martes	1.752.000	15.4%	1.589.000	15.3%
20 agosto 2014	Miércoles	1.549.000	13.9%	1.801.000	18.7%
21 agosto 2014	Jueves	1.787.000	15.8%	2.002.000	21%
22 agosto 2014	Viernes	1.554.000	13.8%	1.543.000	16.4%
23 agosto 2014	Sábado	1.133.000	11.1%	934.000	11.4%
24 agosto 2014	Domingo	969.000	9.3%	1.222.000	12.3%
25 agosto 2014	Lunes	1.671.000	13.7%	1.643.000	16.5%
26 agosto 2014	Martes	1.704.000	14.1%	2.006.000	19.9%
27 agosto 2014	Miércoles	1.768.000	14.7%	1.728.000	17.2%
28 agosto 2014	Jueves	1.645.000	13.8%	1.724.000	17.6%
29 agosto 2014	Viernes	1.492.000	12.7%	1.510.000	16.6%
30 agosto 2014	Sábado	1.053.000	9.7%	1.139.000	12.6%
31 agosto 2014	Domingo	1.164.000	10.4%	1.152.000	10.2%

**Audiencia Media (Lunes a Viernes):** 1.598.904 espectadores

**Audiencia Media (Fin de Semana):** 1.130.500 espectadores

**Share Medio (Lunes a Viernes):** 15.50%

**Share Medio (Fin de Semana):** 11.75%



## TELECINCO - SEPTIEMBRE 2014

Fecha	Día	INFORMATIVOS T5 (15:00H)		INFORMATIVOS T5 (21:00H)	
		Espectadores	Share	Espectadores	Share
1 septiembre 2014	Lunes	1.590.000	12.2%	1.759.000	16.2%
2 septiembre 2014	Martes	1.749.000	13%	2.245.000	19.5%
3 septiembre 2014	Miércoles	1.784.000	13.6%	1.929.000	17%
4 septiembre 2014	Jueves	1.883.000	14.7%	*	*
5 septiembre 2014	Viernes	1.710.000	13.8%	1.717.000	17.4%
6 septiembre 2014	Sábado	1.134.000	9.8%	1.264.000	13.5%
7 septiembre 2014	Domingo	1.387.000	12%	1.546.000	12.3%
8 septiembre 2014	Lunes	1.749.000	13.4%	1.510.000	11.7%
9 septiembre 2014	Martes	1.793.000	14%	2.051.000	16.4%
10 septiembre 2014	Miércoles	1.659.000	13%	2.132.000	17.3%
11 septiembre 2014	Jueves	1.886.000	14.5%	1.879.000	14.9%
12 septiembre 2014	Viernes	1.811.000	14.2%	1.784.000	17.3%
13 septiembre 2014	Sábado	1.313.000	11.2%	1.161.000	12.2%
14 septiembre 2014	Domingo	1.414.000	11.8%	**	**
15 septiembre 2014	Lunes	1.842.000	13.8%	2.162.000	15.7%
16 septiembre 2014	Martes	1.888.000	14.2%	1.833.000	11.4%
17 septiembre 2014	Miércoles	1.862.000	14.2%	2.508.000	17.4%
<b>18 septiembre 2014</b>	<b>Jueves</b>	<b>1.931.000</b>	<b>14.6%</b>	<b>2.454.000</b>	<b>16.6%</b>
19 septiembre 2014	Viernes	1.761.000	13.8%	2.207.000	18.1%
20 septiembre 2014	Sábado	1.592.000	13%	1.371.000	12.7%
21 septiembre 2014	Domingo	1.292.000	10%	1.953.000	13.1%
22 septiembre 2014	Lunes	1.879.000	14.2%	2.683.000	17.2%
23 septiembre 2014	Martes	2.044.000	15.3%	2.518.000	16.3%
24 septiembre 2014	Miércoles	2.067.000	15.6%	2.627.000	17%
25 septiembre 2014	Jueves	2.027.000	15.7%	2.780.000	18.6%
26 septiembre 2014	Viernes	1.781.000	14%	2.390.000	18.6%
27 septiembre 2014	Sábado	1.509.000	12.5%	1.655.000	13.5%
28 septiembre 2014	Domingo	1.651.000	12.7%	2.000.000	11.9%
29 septiembre 2014	Lunes	1.771.000	13.2%	2.813.000	17.8%
30 septiembre 2014	Martes	1.760.000	13.4%	2.106.000	12.4%

\*El jueves 4 de septiembre no hay Informativos T5 21h a causa de la retransmisión de un partido del Mundobasket.

\*El domingo 14 de septiembre no hay Informativos T5 21h a causa de la retransmisión de una carrera de Moto GP.

**Audiencia Media (Lunes a Viernes):** 2.007.302 espectadores

**Audiencia Media (Fin de Semana):** 1.482.800 espectadores

**Share Medio (Lunes a Viernes):** 15.19%

**Share Medio (Fin de Semana):** 12.15%

## TELECINCO - OCTUBRE 2014

Fecha	Día	INFORMATIVOS T5 (15:00H)		INFORMATIVOS T5 (21:00H)	
		Espectadores	Share	Espectadores	Share
<b>1 octubre 2014</b>	<b>Miércoles</b>	<b>1.653.000</b>	<b>13.1%</b>	<b>2.376.000</b>	<b>15.7%</b>
2 octubre 2014	Jueves	1.741.000	13.9%	2.635.000	17.4%
3 octubre 2014	Viernes	1.733.000	13.8%	2.382.000	18.5%
4 octubre 2014	Sábado	1.483.000	12.2%	1.563.000	12.8%
5 octubre 2014	Domingo	1.375.000	10.9%	2.840.000	16.8%
6 octubre 2014	Lunes	1.873.000	14.2%	3.002.000	18.2%
7 octubre 2014	Martes	1.794.000	13.6%	3.020.000	19.2%
8 octubre 2014	Miércoles	1.833.000	13.9%	2.953.000	18.7%
9 octubre 2014	Jueves	1.837.000	14.4%	2.383.000	13.9%
10 octubre 2014	Viernes	1.844.000	14.1%	2.601.000	18.8%
11 octubre 2014	Sábado	1.693.000	13.6%	1.702.000	13.3%
12 octubre 2014	Domingo	1.364.000	10.9%	1.641.000	9.2%
13 octubre 2014	Lunes	1.742.000	13.3%	3.339.000	19.1%
14 octubre 2014	Martes	1.721.000	13.1%	2.842.000	17.5%
15 octubre 2014	Miércoles	1.763.000	13.8%	3.054.000	18.7%
16 octubre 2014	Jueves	1.820.000	14.1%	2.992.000	18.9%
17 octubre 2014	Viernes	1.763.000	14%	2.647.000	19.5%
18 octubre 2014	Sábado	1.507.000	12.5%	1.614.000	13.5%
19 octubre 2014	Domingo	1.257.000	10.5%	2.032.000	11.6%
20 octubre 2014	Lunes	1.819.000	13.6%	3.033.000	18.2%
21 octubre 2014	Martes	1.862.000	14.3%	2.411.000	13.7%
22 octubre 2014	Miércoles	1.769.000	13.6%	2.664.000	16.5%
23 octubre 2014	Jueves	1.957.000	15.2%	3.038.000	18.5%
24 octubre 2014	Viernes	1.817.000	14.2%	2.456.000	17.5%
25 octubre 2014	Sábado	1.489.000	12.2%	1.459.000	10.9%
26 octubre 2014	Domingo	1.240.000	9.7%	2.176.000	11.5%
27 octubre 2014	Lunes	1.891.000	14.1%	3.482.000	19.5%
28 octubre 2014	Martes	1.909.000	14.3%	3.426.000	19.5%
29 octubre 2014	Miércoles	1.855.000	14.5%	3.167.000	18.8%
30 octubre 2014	Jueves	1.777.000	14%	3.164.000	19.4%
31 octubre 2014	Viernes	1.611.000	13.3%	2.566.000	19.1%

**Audiencia Media (Lunes a Viernes):** 2.326.456 espectadores

**Audiencia Media (Fin de Semana):** 1.652.187 espectadores

**Share Medio (Lunes a Viernes):** 15.98%

**Share Medio (Fin de Semana):** 12.01%

## TELECINCO - NOVIEMBRE 2014

Fecha	Día	INFORMATIVOS T5 (15:00H)		INFORMATIVOS T5 (21:00H)	
		Espectadores	Share	Espectadores	Share
1 noviembre 2014	Sábado	1.152.000	9.8%	2.007.000	14.4%
2 noviembre 2014	Domingo	1.331.000	10.5%	2.587.000	13.2%
3 noviembre 2014	Lunes	1.755.000	12.9%	3.399.000	18.6%
4 noviembre 2014	Martes	1.797.000	13%	3.367.000	12.4%
5 noviembre 2014	Miércoles	1.773.000	13.7%	3.088.000	17.8%
6 noviembre 2014	Jueves	1.902.000	14.7%	3.451.000	20.3%
7 noviembre 2014	Viernes	1.740.000	13.4%	3.081.000	20%
8 noviembre 2014	Sábado	1.342.000	10.2%	1.812.000	12.7%
<b>9 noviembre 2014</b>	<b>Domingo</b>	<b>1.809.000</b>	<b>12.8%</b>	<b>2.406.000</b>	<b>12.5%</b>
10 noviembre 2014	Lunes	1.685.000	12.3%	3.344.000	18.6%
11 noviembre 2014	Martes	1.837.000	13.3%	3.382.000	19.1%
12 noviembre 2014	Miércoles	1.752.000	13.5%	3.342.000	18.7%
13 noviembre 2014	Jueves	1.880.000	14.2%	3.207.000	18.7%
14 noviembre 2014	Viernes	1.764.000	12.9%	2.740.000	17.8%
15 noviembre 2014	Sábado	1.542.000	11.8%	1.548.000	10.1%
16 noviembre 2014	Domingo	1.358.000	10.5%	2.362.000	12.3%
17 noviembre 2014	Lunes	1.844.000	14.1%	3.422.000	19.6%
18 noviembre 2014	Martes	1.747.000	13.3%	2.465.000	13.2%
19 noviembre 2014	Miércoles	1.928.000	14.6%	3.169.000	18.4%
20 noviembre 2014	Jueves	1.941.000	14.9%	3.164.000	18.7%
21 noviembre 2014	Viernes	1.995.000	15.8%	2.995.000	19.5%
22 noviembre 2014	Sábado	1.875.000	14.1%	2.077.000	14.9%
23 noviembre 2014	Domingo	1.801.000	12.9%	2.541.000	13.4%
24 noviembre 2014	Lunes	1.895.000	14.5%	3.286.000	18.9%
25 noviembre 2014	Martes	1.818.000	14.2%	2.709.000	14.9%
26 noviembre 2014	Miércoles	1.745.000	13.5%	2.933.000	17.5%
27 noviembre 2014	Jueves	1.886.000	14.6%	3.312.000	19%
28 noviembre 2014	Viernes	1.723.000	13.1%	2.749.000	18.1%
29 noviembre 2014	Sábado	1.666.000	12.2%	1.980.000	13.6%
30 noviembre 2014	Domingo	1.569.000	11.5%	2.477.000	13.5%

**Audiencia Media (Lunes a Viernes):** 2.475.300 espectadores

**Audiencia Media (Fin de Semana):** 1.862.100 espectadores

**Share Medio (Lunes a Viernes):** 15.91%

**Share Medio (Fin de Semana):** 12.35%

## TELECINCO - DICIEMBRE 2014

Fecha	Día	INFORMATIVOS T5 (15:00H)		INFORMATIVOS T5 (21:00H)	
		Espectadores	Share	Espectadores	Share
1 diciembre 2014	Lunes	1.631.000	12.4%	3.184.000	18.7%
2 diciembre 2014	Martes	1.782.000	13.6%	3.195.000	18.3%
<b>3 diciembre 2014</b>	<b>Miércoles</b>	<b>1.747.000</b>	<b>13.4%</b>	<b>3.095.000</b>	<b>18.1%</b>
4 diciembre 2014	Jueves	1.731.000	13.4%	3.095.000	18.6%
5 diciembre 2014	Viernes	1.418.000	11.6%	2.613.000	17.3%
6 diciembre 2014	Sábado	1.216.000	10.1%	1.858.000	13%
7 diciembre 2014	Domingo	1.572.000	13.3%	2.169.000	13%
8 diciembre 2014	Lunes	1.629.000	12.3%	2.977.000	15.7%
9 diciembre 2014	Martes	1.605.000	12%	2.469.000	13.6%
10 diciembre 2014	Miércoles	1.687.000	13.4%	2.859.000	16.8%
11 diciembre 2014	Jueves	1.545.000	12.3%	2.982.000	17.2%
12 diciembre 2014	Viernes	1.612.000	13.2%	2.546.000	16.7%
13 diciembre 2014	Sábado	1.437.000	10.6%	2.111.000	13.9%
14 diciembre 2014	Domingo	1.805.000	12.7%	2.585.000	13.2%
15 diciembre 2014	Lunes	1.557.000	11.8%	3.080.000	17.8%
16 diciembre 2014	Martes	1.774.000	13.7%	2.485.000	13.8%
17 diciembre 2014	Miércoles	1.828.000	14.2%	3.096.000	18.4%
18 diciembre 2014	Jueves	1.553.000	12.6%	2.865.000	17.3%
19 diciembre 2014	Viernes	1.634.000	13.4%	2.710.000	18.5%
20 diciembre 2014	Sábado	1.398.000	11%	*	*
21 diciembre 2014	Domingo	1.468.000	11.9%	2.519.000	14.2%
22 diciembre 2014	Lunes	1.465.000	11.5%	2.829.000	17.8%
23 diciembre 2014	Martes	1.440.000	11.6%	2.831.000	18.4%
24 diciembre 2014	Miércoles	1.402.000	11.3%	**	**
25 diciembre 2014	Jueves	1.146.000	13.4%	1.849.000	11.2%
26 diciembre 2014	Viernes	1.584.000	13.2%	2.790.000	18.2%
27 diciembre 2014	Sábado	1.438.000	11%	2.061.000	13.8%
28 diciembre 2014	Domingo	1.459.000	11%	2.273.000	12.8%
29 diciembre 2014	Lunes	1.839.000	13.4%	3.171.000	18.6%
30 diciembre 2014	Martes	1.581.000	12.2%	2.960.000	18.1%
31 diciembre 2014	Miércoles	1.284.000	10.5%	1.733.000	15.7%

\*El sábado 20 de diciembre no hay Informativos T5 21h a causa de la retransmisión de un partido del Mundialito de Clubes de fútbol.

\*\*El miércoles 24 de diciembre no se han encontrado datos sobre Informativos T5 21h.

**Audiencia Media (Lunes a Viernes):** 2.175.289 espectadores

**Audiencia Media (Fin de Semana):** 1.824.600 espectadores

**Share Medio (Lunes a Viernes):** 14.78%

**Share Medio (Fin de Semana):** 12.37%