

index•comunicación | nº 12(1) 2022 | Páginas 121-150
E-ISSN: 2174-1859 | ISSN: 2444-3239 | Depósito Legal: M-19965-2015
Recibido el 09_08_2021 | Aceptado el 26_10_2021 | Publicado el 15_01_2022

EL ESPECTÁCULO DE LA POLÍTICA EN 'EL HORMIGUERO 3.0' CON LOS CANDIDATOS A LA PRESIDENCIA DEL GOBIERNO: 2015-2019

THE POLITICAL SHOW IN 'EL HORMIGUERO 3.0'
WITH PRESIDENTIAL CANDIDATES FOR
GOVERNMENT: 2015-2019

<https://doi.org/10.33732/ixc/12/01Elespe>

Manuel Antonio Pacheco Barrio

Universidad de Valladolid

manuelantonio.pacheco@uva.es

<https://orcid.org/0000-0003-0592-3237>



Para citar este trabajo: Pacheco Barrio, M. A. (2021). El espectáculo de la política en 'El Hormiguero 3.0' con los candidatos a la presidencia del Gobierno: 2015-2019. *index.comunicación*, 12(1), 121-150.

<https://doi.org/10.33732/ixc/12/01Elespe>

Resumen: El *infoentretenimiento* es una pieza clave para la comunicación política y los candidatos recorren los platós de televisión mostrando sus dotes comunicativas. Los programas de entretenimiento televisivo como *El Hormiguero* de Antena 3, han aprovechado esta situación para desarrollar una serie de entrevistas electorales a los aspirantes a la presidencia del Gobierno de España. En este artículo se analizarán estos programas que se han emitido durante las campañas electorales celebradas entre 2015 y 2019, tanto desde el contenido de los mismos, como en su estructura. Para desarrollar esta investigación se han utilizado los modelos encuadrados en el paradigma cuantitativo, centrándose en cuestiones descriptivas a partir del análisis de contenido añadiendo el estudio cualitativo de los mismos. Los programas que se han realizado en los períodos electorales han mantenido una estructura idéntica en las entrevistas emitidas en cada campaña previa a las elecciones para que todos los candidatos estuvieran en igualdad de condiciones en cuestiones relativas a temas candentes de la actualidad.

Palabras clave: *El Hormiguero*; campañas; elecciones; políticos; televisión; espectáculo.

Abstract: The infotainment is a key piece for political communication and the candidates tour the television sets showing their communication skills. Television entertainment programs such as Antena 3's *El Hormiguero* have taken advantage of this situation to develop a series of electoral interviews with the candidates for the presidency of the Government of Spain. This article will analyze these programs that have been broadcast during the electoral campaigns held between 2015 and 2019, both from their content and their structure. To carry out this research, the models framed in the quantitative paradigm have been used, focusing on descriptive questions from the content analysis adding the qualitative study of them. The programs that have been carried out in the electoral periods have maintained an identical structure in the interviews broadcast in each campaign prior to the elections so that all candidates were on an equal footing on issues related to current hot topics.

Keywords: *El Hormiguero*; Bells; Elections; Politicians; Television; Show.

1. Introducción

El Hormiguero ha contado desde su primera temporada en Antena 3 con la participación esporádica de algún político, algunos de ellos alejados de la primera línea activa. Con motivo de las elecciones que se celebraron el 20 de diciembre de 2015, Pablo Motos y su equipo dedicaron un amplio espacio a esta cita electoral invitando a los candidatos de los principales partidos de ámbito estatal. En España no es habitual que los líderes políticos acudan a programas de entretenimiento, sino exclusivamente a espacios informativos para entrevistas serias, aunque a lo largo de las últimas décadas ha ocurrido en varias ocasiones. Los antecedentes se sitúan en el programa de La Trinca en TVE o TV3 en los años 80 que contó con la presencia de políticos de primer nivel del Gobierno y de la oposición como Narcís Serra, Julio Anguita, Manuel Fraga, Pasqual Maragall, etc. La espectacularización de la política y la importación del modelo de EE. UU., donde los candidatos a la Casa Blanca acuden a los *late-night* de máxima audiencia para mostrar un rostro afable, cercano y divertido a sus votantes, han provocado que en los últimos años todos los aspirantes a ocupar La Moncloa hayan pasado por *El Hormiguero*, programa líder en el *prime time* televisivo.

1.1. Objetivos y marco teórico

Uno de los objetivos de este artículo es comprobar cómo ha respondido la audiencia ante estos programas a lo largo del tiempo, comparando la primera intervención con las siguientes. También se profundizará en la estructura de los programas con los distintos candidatos, si ha experimentado algún cambio sustancial y cómo puede haber afectado esto a los resultados de audiencia. El tercer objetivo se centrará en los contenidos, las preguntas, con los temas abordados en cada espacio, atendiendo a similitudes y semejanzas entre los diferentes invitados.

Los medios de comunicación continúan siendo una de las principales fuentes de información de la política (Strombäck, 2010), como ponen de manifiesto las audiencias del programa objeto de esta investigación «en los que información y entretenimiento se han convertido en un binomio inseparable» (Casero et al., 1999: 47). Los ciudadanos se siguen informando con los medios de comunicación tanto tradicionales como digitales (CIS, 2019), y esta es una cuestión indispensable para el buen funcionamiento de la democracia, ya que «si la democracia es un sistema político en el que los ciudadanos tienen una voz importante en los asuntos públicos, entonces la ciudadanía no puede permanecer desinformada» (Sartori, 2003: 24).

Los medios necesitan a la audiencia para conseguir ingresos publicitarios y los políticos necesitan llegar al mayor número de votantes potenciales: «El espectáculo político se centra en la producción de personajes mediáticos y la

cobertura informativa sobre el personaje político se dirige a captar la opinión del público» (Prior, 2014: 12). El *infoentretenimiento* en la política no es algo novedoso en el panorama español, sino que ya sucedía con la aparición de las cadenas de televisión privadas en la década de los 90 como indican las profesoras Martín y Berrocal (2017). Programas rompedores en aquel momento como *Caiga Quien Caiga* o los *Guiñoles* de Canal Plus fueron abordados en su momento (Berrocal et al., 2001).

En estos espacios se trataba la actualidad con otro enfoque, abordando a los políticos en las ruedas de prensa o actos organizados intentando en muchos casos esquivar las preguntas de los reporteros a pie de calle. Actualmente se ha pasado a programas, como el que se trata en este artículo, al que acuden los candidatos para mostrar un rostro diferente al que tienen habituada a la población: «En estos nuevos roles, las cualidades individuales del político se sitúan por encima de las institucionales» (Redondo, Ventura y Berrocal, 2020: 51). No cabe duda de que no todos los políticos tienen las mismas cualidades en la comunicación y la oratoria.

2. Metodología

Se han analizado los programas de *El Hormiguero* en los que han participado los candidatos a la presidencia del Gobierno de España en las elecciones generales celebradas el 20 de diciembre de 2015, el 26 de junio de 2016, el 28 de abril y el 10 de noviembre de 2019. Estos espacios se han emitido durante las campañas y precampañas de estas citas electorales. Para desarrollar esta investigación se han utilizado los modelos encuadrados en el paradigma cuantitativo, centrándose en cuestiones descriptivas fundamentalmente a partir del análisis de contenido añadiendo el estudio cualitativo de los mismos.

Para el análisis cualitativo se ha seguido el mismo esquema en todos los programas emitidos en el período seleccionado, estructurando el programa en tres partes. En primer lugar, la entrevista realizada por el director y presentador del programa Pablo Motos, con los temas de actualidad abordados en la misma. Posteriormente la intervención de las hormigas, las marionetas que tienen un papel destacado en el programa, estudiando pormenorizadamente el contenido de las preguntas realizadas al invitado. Por último, la parte más lúdica con la participación del invitado en los juegos o secciones propuestos en la recta final del programa.

En cuanto al análisis cuantitativo, se centra en las audiencias obtenidas en cada uno de estos espacios por los invitados en las distintas participaciones que han tenido a lo largo del período de cuatro años estudiado. En total, desde que se habían convocado las elecciones generales, ha habido 16 entrevistas a los candidatos, 14 de ellas a los cabezas de lista. Al margen de esto, los distintos

candidatos de los principales partidos han acudido en cinco ocasiones al programa sin haber una cita electoral prefijada (Rivera en dos ocasiones, Sánchez, Iglesias y Rosa Díez de UPyD), a lo que hay que sumar las entrevistas a Rajoy y Rivera meses después de haber abandonado la dirección de sus respectivos partidos. También fueron al programa el exvicepresidente del Gobierno del PSOE Alfonso Guerra, el exministro socialista José Bono, que acudió en otras dos ocasiones, y el expresidente Felipe González.

También ha habido visitas de políticos regionales: dos veces acudió Cristina Cifuentes siendo presidenta de la Comunidad de Madrid, una vez el alcalde de la capital José Luis Martínez-Almeida, el líder del Partido de los Socialistas de Cataluña Miquel Iceta, Esperanza Aguirre como exvicepresidenta de la Comunidad de Madrid, y Miguel Ángel Revilla, presidente de Cantabria, en 17 ocasiones. En total ha habido invitados políticos en 52 programas incluyendo a Revilla que se ha convertido en colaborador habitual más como tertuliano o colaborador que como político.

3. Resultados

El *infoentretenimiento* ha ido ganando peso en las campañas electorales, especialmente desde la crisis del bipartidismo y la aparición de las nuevas formaciones que llegaban con espíritu renovador y ganas de cambiar el panorama político español.

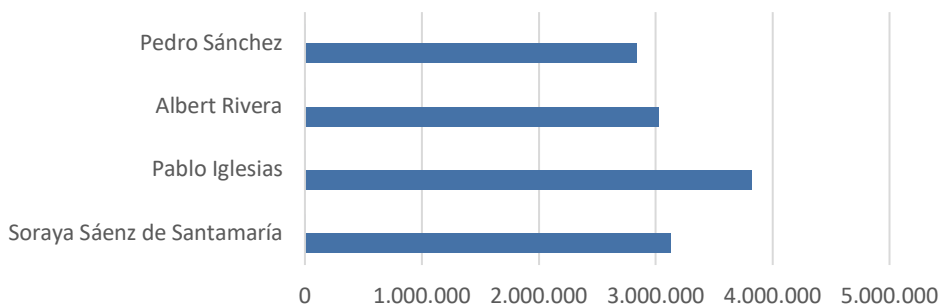
En las últimas cuatro elecciones han acudido todos los candidatos de los principales partidos, aunque algunos de ellos rechazaron en algún momento la invitación del programa de Antena 3. En 2015, cuando Mariano Rajoy era presidente, decidió no acudir al programa y en su lugar fue la vicepresidenta Soraya Sáenz de Santamaría, siendo esta la única ocasión en la que se ha aceptado esta opción, sustituir al cabeza de lista por otro representante del partido. En 2016, no acudió Pablo Iglesias en la ronda de candidatos y en su lugar fue el director de campaña Íñigo Errejón, pero aquí el motivo fue que un mes antes había estado el propio Iglesias para hablar sobre la posibilidad de formar gobierno y evitar la primera repetición electoral de la historia de España.

En las dos elecciones de 2019 fue Pedro Sánchez el que rechazó acudir al programa al que había ido en tres ocasiones mientras estaba en la oposición, lo que pone de manifiesto que algunos políticos cambian el discurso cuando gobiernan. El otro candidato que no accedió a acudir en la cita electoral de abril de 2019 fue el líder de Vox, Santiago Abascal, que hizo una campaña muy beligerante contra los medios de comunicación rechazando entrevistas y debates incluso vetando el acceso a algunos actos y ruedas de prensa a medios como La Sexta, Onda Cero o la Ser. En noviembre, con una estrategia diferente de campaña, acudió al programa líder de la televisión española.

3.1. Elecciones 2015: la primera visita de los candidatos

En esta campaña acudieron al programa como invitados los cabezas de lista del PSOE, Podemos y Ciudadanos, mientras que por el PP estuvo la vicepresidenta del Gobierno Soraya Sáenz de Santamaría tras la negativa de Rajoy. Pablo Iglesias, el secretario general de Podemos, arrasó en audiencia en su primera participación en *El Hormiguero* con 3.8230.000 espectadores. Obtuvo 700.000 espectadores más que la número 2 del PP, que en su primera y única participación en el programa superó los tres millones de personas. En su tercera visita, Albert Rivera, el líder de Ciudadanos, se quedó a 800.000 espectadores de Iglesias, aunque obtuvo su mejor resultado personal, con 3.026.000, 125.000 más que en su primera visita en enero de 2015 y 700.000 más que los datos de junio. En la comparativa con el PSOE, el cabeza de lista de Podemos superó casi en un millón de espectadores a Pedro Sánchez. A pesar de subir 80.000 respecto a su primera participación en septiembre de 2014 recién elegido secretario general, tuvo que conformarse con el último puesto en esta primera ronda de entrevistas electorales.

Figura 1. Audiencias en *El Hormiguero* elecciones 20/12/2015



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Formulativ.

En cuanto a la estructura de los programas, el formato con los nuevos partidos es prácticamente idéntico ya que se emiten un martes en una hora más tardía de lo habitual, a las 22.30h, tras terminar el partido de la jornada Champions en un tramo en el que el consumo televisivo es mayor ya que ocupa el espacio del programa estrella de la cadena hasta la medianoche. Esto repercutió en la duración del programa ya que fue más largo, 66 minutos, 20 más de lo habitual cuando se emite entre el informativo y el programa o serie que va en el último tramo de la noche. Cabe destacar que el programa al que acudió la vicepresidenta obtuvo más audiencia media que Rivera a pesar de emitirse en un tramo con menos consumo televisivo, pero consiguió menos cuota de

pantalla al durar menos tiempo, seis décimas exactamente. El programa en el que participó Sánchez duró 42 minutos, se emitió en el tramo habitual y obtuvo el dato más bajo de audiencia media y de *share*.

En cada programa que visitaba Iglesias la audiencia se incrementaba notablemente. *El Hormiguero* rentabiliza al máximo su visita con un programa de mayor duración en el mejor horario para alzarse con un espectacular 21,7% de *share* y casi cuatro millones de espectadores. Rivera, que en esos momentos era el político mejor valorado (CIS, 2019), también levantaba mucha expectación, pero sin llegar a los niveles de Iglesias. Por otro lado, era su tercera visita y aunque obtuvo su mejor resultado, no superó en audiencia al líder de Podemos. Lo que ha sucedido en ambos casos, tanto en el espectáculo mediático como en la política real, es que el producto se ha ido agotando y quemando, utilizando un término televisivo.

En cuanto al contenido de los programas, la estructura es muy similar, comenzando un tramo de entrevista con Pablo Motos que oscila entre el 37% de Rivera y el 70% de Sáenz de Santamaría. La rueda de prensa informal de las hormigas tiene tiempos muy similares, el 16% con el líder de Ciudadanos, frente al 12% en el resto de entrevistas. El espacio más distendido con juegos y secciones habituales del programa varía entre el 18% de la vicepresidenta y el 47% de Rivera.

Figura 2. S. Sáenz de Santamaría (6/10/15). Figura 3. Pablo Iglesias (3/11/2015)

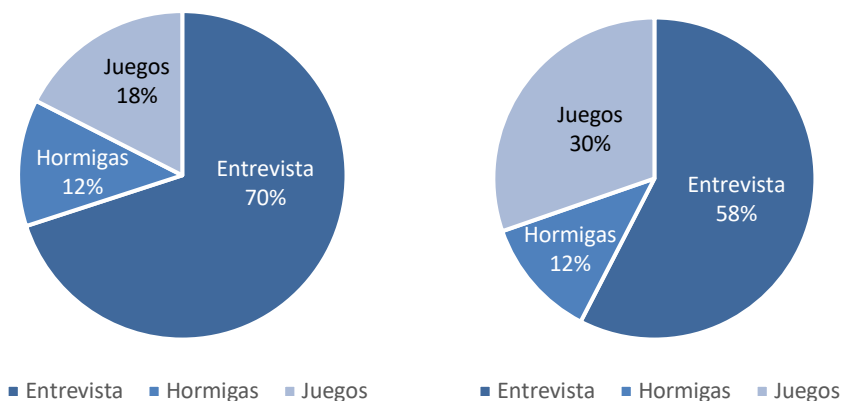
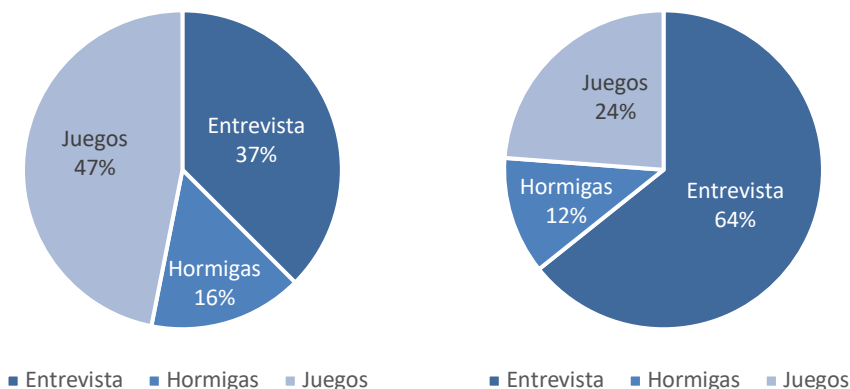


Figura 4. Albert Rivera (24/11/2015). Figura 5. Pedro Sánchez (8/12/2015)



Fuente: elaboración propia.

La mayor audiencia no depende directamente de que el programa sea más informal y divertido, como cuando acuden otros invitados, ya que según esta premisa debería haber obtenido la mayor audiencia Rivera y la menor la representante del PP, pero no ha sido así como se ha visto previamente. Los candidatos del PP y del PSOE tienen el mayor porcentaje de entrevista formal, no tanto porque sean los partidos tradicionales sino porque los de las nuevas formaciones han sido más largos copando todo el *prime time*, por lo que deben ofrecer un valor añadido al espectador para que permanezca hasta el final del programa no solo con la entrevista sobre actualidad política.

En cuanto al contenido, comenzando con la entrevista a Sáenz de Santamaría, con un inicio distendido, destacando que era la primera vez que una vicepresidenta acudía a este programa, ya que no quiso hacerlo el jefe del Gobierno. Tras la toma de contacto, Motos le pregunta directamente por la escena del plasma de Rajoy, cuando una de sus comparecencias tuvo que ser seguida por los periodistas a través de una pantalla al no dejarles entrar al interior de la sala. Ella justifica esta medida indicando que era un acto interno del partido.

La situación de la economía, las críticas de Aznar a la gestión del Gobierno de Rajoy, la irrupción de los nuevos partidos y las subidas de impuestos fueron algunos de los temas abordados en la parte seria de la entrevista hasta la aparición de las hormigas que fueron más incisivas. Preguntaron por la corrupción del PP con el pago de sobresueldos o la relación con Esperanza Aguirre que fue muy crítica con Rajoy, planteadas en el tono habitual de este espacio para darles un toque de humor pero cargadas de intencionalidad. El programa terminó con uno de los momentos más destacados de la historia de la televisión en España,

una vicepresidenta bailando con el equipo de *El Hormiguero* la canción de entrada, y repitiendo el baile en una ocasión.

En la visita de Iglesias, Motos se muestra cómodo. La primera pregunta es si le ha llevado un regalo como solía hacer con otras personalidades a las que visitaba, desde el rey a otros líderes políticos. El líder de Podemos le hizo entrega de un CD del grupo de rap *Los Chicos del maíz*. Tras un inicio suave como en el caso anterior de la vicepresidenta, entran en materia política y hablan de la situación en Cataluña, de las propuestas económicas y sociales del partido, preguntándole cómo va a pagarlo. Hace dos afirmaciones que con el paso del tiempo se le han vuelto en contra, como cuando indicó que aunque fuera presidente del Gobierno, «preferiría seguir viviendo en mi casa de Vallecas», y cuando hace referencia a las preguntas difíciles de los periodistas y la «obligación de los políticos a dar la cara, no como hacen hasta ahora», así como las relativas al precio de la luz y al IVA. También hablan de posibles pactos y en tono más relajado de la legalización del cannabis, de la que se muestra partidario en un tono afable. Esta cuestión se la hizo a varios líderes políticos: Rivera, Errejón, Sánchez...

Una vez terminada la entrevista, ofrecen un reportaje con una cámara oculta para ver las reacciones de la gente en la Plaza de Callao en Madrid en cuyas pantallas emiten una noticia sobre la unión de Ciudadanos y Podemos que da como resultado el nuevo partido Ciudademos. Continuando en un tono ameno, toca a la guitarra una canción de Javier Krahe con carga política titulada «¿Dónde se habrá metido esa mujer?». Las hormigas entran en escena con un curioso grupo de *Whatsapp* con varios políticos mientras se ve a Iglesias riendo abiertamente. La rueda de prensa ibérica versa sobre los juegos de azar, impuestos, cortarse la coleta para ser presidente, y cuestiones más intrascendentes como ir de acampada, o bromas telefónicas. En el último tramo del programa hacen el juego de Podemos en el que cortaba de las ramas algunas cuestiones polémicas como la monarquía y el concordato, pero que tras dar paso a publicidad no se retomó, lo que levantó muchas protestas y por este motivo lo repitió íntegro en su segunda participación en el programa cuatro meses después.

Con Albert Rivera, los primeros compases de la entrevista tratan lo acontecido en el debate celebrado la víspera en Atresmedia y concretamente de la ausencia de Rajoy con críticas contundentes al presidente del Gobierno. En un tono más serio, abordan los atentados de París en el Barrio Latino y la Sala Bataclán que se produjeron dos semanas antes, y le cuestiona por la situación internacional y el posible apoyo a un ataque armado en Siria.

Los pactos y las encuestas vuelven a salir a la palestra, indicando Rivera que no apoyaría a Rajoy ni a Pedro Sánchez, aunque unos meses después firmaría un pacto primero con el líder del PSOE en la investidura fallida y después con Rajoy para hacerle presidente del Gobierno. Recalca hasta cuatro veces que no pactaría con el PSOE. Por último, hablan de economía, de la creación de empleo y de Cataluña.

Tras la entrevista seria, en la sección del reportero alemán preguntan por Rivera en dos barrios de Madrid: el de Salamanca de clase media-alta y en Vallecas de clase trabajadora. Las preguntas de las hormigas se centran en su partido, los cambios de nombres de calles, la televisión pública y cuestiones menores sobre sus aficiones y gustos. Le hacen la misma pregunta que a otros candidatos, sobre la legalización de la marihuana, contestando que está a favor de regular el consumo y frenar a las mafias.

La parte más lúdica es en una carrera de minicoches con otros candidatos que representan gente del equipo del programa, imponiéndose Pablo Motos con la careta de Pedro Sánchez, después Rivera, Iglesias y por último Rajoy.

El último invitado de esta primera ronda fue Pedro Sánchez, al que Pablo Motos le preguntó en los primeros compases sobre su relación con Susana Díaz, presidenta de Andalucía y que poco después le disputaría las primarias del partido. Tras este momento de tensión, en un tono más distendido hablan sobre el debate del día anterior, notándose cierta complicidad entre ambos, incluso coinciden en sus críticas a Rajoy por su ausencia en el debate. Posteriormente abordan el tema de los pactos con otros partidos y Sánchez ataca a Podemos a los que llama Juventudes Comunistas y a Ciudadanos que califica como Nuevas Generaciones del PP. Al margen de esto, hablan sobre el programa electoral, la reforma laboral y las imposiciones de Bruselas. También le pregunta por la legalización de la marihuana como a Rivera e Iglesias, y en este caso no se pronuncia, ni a favor ni en contra, porque considera que es un tema complejo.

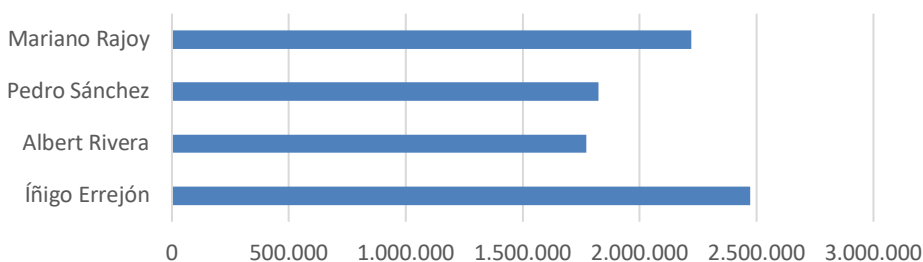
Tras la entrevista formal, el reportero alemán visita nuevamente los barrios de Vallecas y Salamanca, como ya hizo con Rivera. Las hormigas le preguntan por su predecesor Rubalcaba, cuestiones informales del debate y también por la última vez que se emborrachó. La sección de ciencia pone el punto final a un programa que se despide con un frío apretón de manos, quizás porque no le gustó la pregunta sobre Susana Díaz.

Como se ha podido apreciar, las cuestiones realizadas a los cuatro políticos versan sobre la actualidad, con una serie de temas más o menos comprometidas y otras, como la legalización de la marihuana, que les hacen a todos excepto a la candidata del PP.

3.2. La repetición electoral del 2016: la primera y única visita de un Presidente del Gobierno

Ante la incapacidad de formar gobierno por parte de Mariano Rajoy como ganador de las elecciones y tras el intento fallido de investidura de Pedro Sánchez al pactar con Ciudadanos, en junio de 2016 los españoles fueron llamados nuevamente a las urnas. Tras el éxito en los comicios del 2015, *El Hormiguero* decidió repetir el formato, aunque cambiaron la mitad de los invitados a pesar de ser los mismos candidatos que medio año antes. En esta ocasión el presidente del Gobierno y cabeza de lista del PP, Mariano Rajoy, aceptó la invitación y acudió por primera vez al programa. En el caso de Podemos, el invitado en la ronda de entrevistas electorales fue el director de campaña Íñigo Errejón, ya que el secretario general había acudido unas semanas antes de que se convocaran para hablar fundamentalmente de las negociaciones para formar gobierno y evitar la repetición electoral. Este programa emitido el 4 de abril en su horario habitual, no como en la primera cita, perdió algo más de 330.000 espectadores, pero consiguió un gran registro, 3.390.000, manteniéndose en la actualidad como el quinto programa de *infoentretenimiento* más visto de *El Hormiguero*. No fue la única entrevista a un político en este período entre elecciones, ya que el 8 de marzo visitaba por segunda vez el programa la presidenta de la Comunidad de Madrid, Cristina Cifuentes, que en pleno programa mandó un mensaje al teléfono de Rajoy accediendo a la petición de Pablo Motos para interceder ante el presidente para que aceptara la invitación del programa, no como sucedió unos meses antes. Parece que la demanda de Cifuentes fue respondida porque el presidente del Gobierno estuvo en el programa tres meses después.

Figura 6. Audiencias en *El Hormiguero* elecciones 26/06/2016



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Formulativ.

En los programas previos a las elecciones, aunque no acude Iglesias, Podemos sigue liderando la audiencia y se coloca nuevamente como el programa más visto de esta segunda ronda electoral en *El Hormiguero* con la participación

de Errejón que llegó hasta 2.472.000 espectadores. Estos datos hay que contextualizarlos ya que el programa se emite el 8 de junio, dos días antes de empezar la Eurocopa. Durante un mes se llenaron de partidos de fútbol las pantallas de los canales de Mediaset, lo que provocó una bajada de audiencia en *El Hormiguero* y en el conjunto de la cadena de Atresmedia. Teniendo en cuenta este dato, el director de campaña de Podemos obtiene el mejor resultado por encima de los tres candidatos, pero con 1.400.000 espectadores menos que Pablo Iglesias en la anterior cita electoral, y por debajo de todos los representantes de los restantes partidos en la anterior campaña, una diferencia que oscila desde los 400.000 con Sánchez, hasta los casi 700.000 respecto a Sáenz de Santamaría.

El segundo puesto fue para Rajoy con 2.221.000, a 250.000 espectadores de Errejón y 1,7% por debajo, casi un millón menos de espectadores que la vicepresidenta en octubre de 2015. La tercera posición en esta ocasión recae en Sánchez con 1.825.000, 10,6%, pero que perdió 1.000.000 de espectadores respecto a su visita anterior. Albert Rivera queda en la última posición y obtiene su peor dato de las cuatro visitas hasta ese momento, 1.772.000 y un 9,7% de *share*. Sánchez y Rivera se quedan por debajo de la media del canal en el mes de junio que fue del 11,9%.

Una de las lecturas ante esta cifra es que los españoles estaban cansados de los políticos por la repetición electoral, como quedó demostrado en la participación en las urnas que bajó cuatro puntos. Este es un dato contrastado, pero también influyó en la bajada de audiencia la celebración de la Euro 2016 con partidos todos los días a las 21h. de la noche, aunque como es lógico ninguna de estas entrevistas fue programada los días de partido de la selección española.

En cuanto al desarrollo de los programas, la estructura es similar a las anteriores elecciones, pero con algunos cambios que se introducen para que sean lo más parecidos posibles en formato y evitar críticas por comparaciones entre unos y otros y ser lo más objetivos posible. Se mantiene la entrevista seria de Pablo Motos intercalando la actualidad política con algunas preguntas más personales, seguida de la rueda de prensa de las hormigas con su habitual ironía, y los juegos centrados en cada político. Hay un cambio destacado en esta segunda ronda, ya que se eliminan las secciones fijas del programa en las visitas de los políticos, algo que se había mantenido en la anterior ocasión.

Lo que sí que sigue en las cuatro entrevistas es el espacio del reportero alemán que sale a la calle para preguntar por el invitado, añadiendo una pequeña entrevista a gente conocida o que tiene alguna vinculación con el político de ese día. En el programa de Rajoy aparece el entrenador de Aznar, mientras que con Sánchez pregunta el preparador físico de Estudiantes mientras él

jugaba en las categorías inferiores del club de baloncesto. Juan Carlos Monedero interviene en los programas de Rivera y de Errejón, siendo muy duro con el líder de Ciudadanos frente a la complicidad con su todavía compañero de partido.

Respecto a los juegos, también hay una coincidencia que se repite en este caso con Rivera y Sánchez, el de los 7 carteles en el que aparecen las fotografías de representantes políticos españoles e internacionales. Tienen que indicar con quién se irían de fiesta, no le dejarían las llaves del piso, harían un negocio, un atraco, le dejarían atar la cuerda del *puenting*, contarían sus problemas y compartirían piso. Ambos líderes políticos planearían un atraco con Trump, pero resulta llamativo que tras el pacto de investidura que no cumplió su objetivo, la respuesta del líder socialista es que haría negocios con Rivera mientras que el presidente de Ciudadanos haría negocios con Rajoy y a Sánchez le contaría sus problemas. Fue toda una declaración de intenciones que se hizo realidad tras los comicios con la firma del pacto entre PP y Ciudadanos.

Continuando con los juegos, en el caso de Rajoy suben a una cinta de correr para andar a ritmo de marcha, a 7kms/hora junto a Pablo Motos, mientras que con Errejón hacen un concurso con el público para repetir un tuit que escribió con trasfondo filosófico y político.

Figura 7. Albert Rivera (14/06/16). Figura 8. Mariano Rajoy (22/06/16)

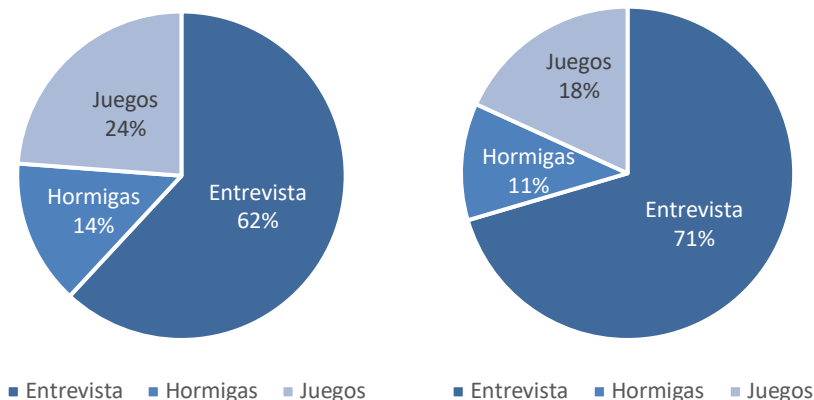
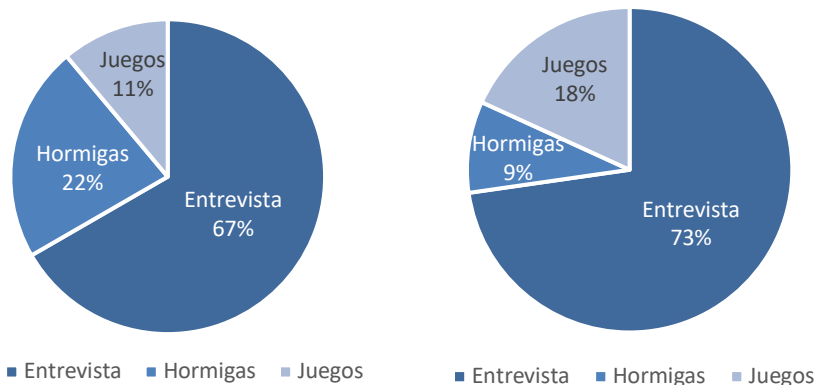


Figura 9. Pedro Sánchez (20/06/16). Figura 10. Íñigo Errejón (8/06/2016)

Fuente: elaboración propia.

Continuando con la estructura de estos programas, cabe destacar que el que dedica más tiempo a la entrevista política es el de Errejón con un 73%. La del presidente del Gobierno se quedó en un 71%. Sánchez estuvo en el 67%, tres puntos más que en el 2015. Rivera, con un programa emitido en su horario habitual y de menor duración, prácticamente duplica el tiempo de entrevista, llegando al 62%.

El tiempo de la rueda de prensa de las hormigas es similar en tres de los cuatro candidatos, entre el 9 y el 14%, pero el día de Pedro Sánchez se dispara hasta el 22% al formularle más preguntas y dar respuestas más largas. Esto conlleva que se reduzca el tiempo dedicado al juego, que en el caso de Sánchez es el de los 7 políticos, al que solo dedica un 11% del programa, frente al 18% de Errejón y Rajoy en sus respectivos contenidos más distendidos. La mayor diferencia está con Rivera ya que esta parte es el 24% del programa, aunque las secciones son las mismas: el reportero alemán y el juego de los políticos.

Respecto a los contenidos, el inicio del programa de Rajoy fue de piropos mutuos entre el presentador y el invitado, «Un placer tenerte aquí como invitado», halago al que respondía el presidente indicado que el placer era estar en *El Hormiguero*. En el inicio recuerdan el baile de algunos candidatos y le pregunta si se anima a hacerlo él, pero indica que no le deja el director de campaña. Pablo Motos recibió críticas desde algunos medios, al margen de los habituales alborotadores de las redes sociales, por el trato excesivamente suave dado al presidente, pero como queda demostrado en esta investigación, el inicio de las entrevistas en este programa y en la mayoría, suele ser con un tono cordial y

cercano para intentar que el invitado se encuentre cómodo y responda a las preguntas verdaderamente complicadas que se hacen posteriormente.

Tras los primeros compases, la entrevista entra en materia y pregunta sobre la cuestión catalana y el caso de las escuchas ilegales al director de la Oficina Antifraude de Cataluña que se realizaron en el despacho del ministro del Interior. Le pregunta por los pactos, los casos de corrupción del PP, el paro y la pobreza que afecta a más de seis millones de españoles. Tras el núcleo central sobre la actualidad, con cuestiones también duras, vuelve a rebajar el tono y le pregunta por el famoso discurso del vecino y el alcalde entre risas, terminando la entrevista con una pregunta que le recordará en su siguiente visita al programa ya como expresidente: «¿Cuánto darías por tomar una cerveza en una terraza?».

En la parte de las hormigas le plantean cuestiones sobre el Palacio de la Moncloa, y qué pasará después de esta repetición electoral, con un tono humorístico. El programa termina con invitado y presentador sobre una cinta de correr caminando a 7 kms/hora mientras Motos le hace preguntas sobre pueblos de España con la respiración entrecortada por el ritmo acelerado al hacer deporte. Es la parte más amena del espacio en consonancia con lo que hizo en la campaña anterior la vicepresidenta bailando, el candidato de Podemos tocando la guitarra, o Rivera pilotando minicoches.

La entrevista a Pedro Sánchez de esta campaña comienza con el saludo habitual del choque de manos, abrazo y los primeros toques de humor del candidato socialista queriendo hacer un baile como Soraya Sáenz de Santamaría en las anteriores elecciones. Hablaron sobre el debate que se celebró la víspera, sobre la polémica por un video viral en el que supuestamente se limpiaba la mano tras saludar a un niño negro y acerca de las declaraciones sobre el portero de la selección David de Gea por un supuesto caso de acoso sexual. Como con otros candidatos, las encuestas y los posibles pactos postelectorales fueron un tema recurrente, así como su relación con Pablo Iglesias, preguntando Pablo Motos si se fía de él, a lo que contesta que una persona que cambia tanto de opinión y de chaqueta, no puede ofrecer nada a la sociedad española.

El programa terminó con el juego Pedro y los Siete en el que debe decir qué haría con diferentes líderes. Deja claro que tiende una mano a Merkel, Rivera, Felipe VI y Susana Díaz, y marca distancias con Iglesias y Trump.

Por otro lado, Albert Rivera comienza respondiendo al presentador por el debate y un posible pacto de no agresión entre PP y Podemos. Motos insiste en el alto número de indecisos de cara a las elecciones, entre los que se encuentra él mismo, y le pide que dejen claros los posteriores pactos electorales para aclarar las dudas a estos votantes y sobre unas posibles terceras elecciones.

Continúan con otro tema polémico como su viaje a Venezuela, las encuestas y el paro, pero todo en un tono bastante distendido, sin ponerle en ningún aprieto.

Las hormigas le realizaron ocho preguntas, la mayoría de ellas con toque humorístico pero sobre temas de actualidad como los pactos o la supervisión económica de Alemania. En la segunda parte del programa, la rueda de prensa de las hormigas, le preguntan por la cantidad de elementos que llevó al debate en tono jocoso, y por un posible partido amistoso entre España y Cataluña a lo que no responde. El resto de preguntas no están pegadas a la actualidad, sino que van en línea humorística y distendida.

En el juego de los siete personajes, que también hizo Pedro Sánchez, únicamente coinciden en hacer el atraco con Trump, pero no hay reciprocidad de respuesta entre ambos, ya que Rivera le contaría sus problemas a Sánchez, pero este lo haría con Rajoy. El líder de Ciudadanos haría negocios con Rajoy, como quedó de manifiesto con el pacto postelectoral que firmaron ambas formaciones, mientras que Sánchez seguía confiando en pactar con Rivera como hizo meses antes.

En cuanto al contenido del programa de Errejón, recuerdan sus primeras participaciones como tertuliano y en la universidad, y posteriormente entra en materia. Le cuestiona sobre la relación con IU ya que a estas elecciones acudían en coalición con ellos. Las encuestas y el posible *sorpasso* al PSOE que les situaría como segunda fuerza política del país junto con los pactos tras el anterior acuerdo de los socialistas con Ciudadanos. Le pregunta también por su relación con Iglesias ya que en los últimos tiempos habían comenzado a hacerse públicas sus desavenencias, con varias cuestiones sobre este tema tras ser reemplazado en parte de sus funciones orgánicas del partido por Pablo Echenique. Aunque estas preguntas levantaron críticas en los sectores críticos habituales, el paso del tiempo ha demostrado que el presentador estaba en lo correcto como se puso de manifiesto con la salida de Errejón de Podemos y la creación de su nuevo partido.

Tras estos minutos más tensos, las preguntas se centran en el programa electoral de la formación, sobre el paro, el pago de impuestos y los salarios de los políticos, cuestionando la autoridad moral que tienen cuando ganan mucho más que cualquier español medio. Tras la parte dura de la entrevista, como con otros candidatos, el programa se relaja, y hace un pequeño juego con las gafas de famosos que se va probando.

Tras el paso a las hormigas, le preguntan sobre la relación con Iglesias en tono irónico, y aspectos más personales. El programa termina con un juego en el que participa el público que tiene que repetir un curioso tuit subido por

Errejón: «La hegemonía se mueve en la tensión entre el núcleo irradiador y la seducción de los sectores aliados laterales. Afirmación apertura». Incluso él mismo no logra repetirlo literalmente, pero explica que significa que la capacidad para convencer a un país está entre los convencidos y los que faltan.

En resumen, la cuestión que trasladan a todos los políticos es sobre los pactos postelectorales. Hay una serie de preguntas comprometidas para los candidatos, ya sea por la corrupción en el caso del PP, o por las tensiones internas en el partido de Podemos y el PSOE. El que es sometido a una entrevista sin excesivas cuestiones comprometidas es el líder de Ciudadanos. Otro punto en común en dos de las cuatro entrevistas es el juego de los Siete que repiten Sánchez y Rivera con prácticamente los mismos personajes y resultados dispares.

3.3. Elecciones 2019: el no de Pedro Sánchez al programa

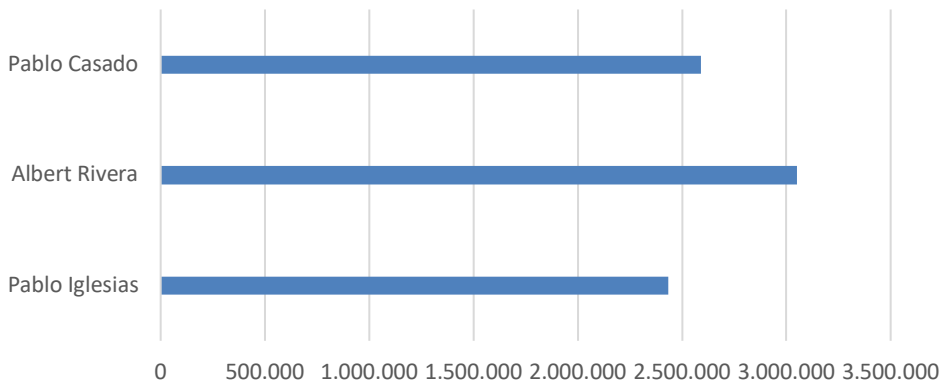
Pedro Sánchez llegó al Gobierno tras la moción de censura presentada en mayo de 2018 y ocho meses después convoca elecciones anticipadas para el 28 de abril. A diferencia de lo que sucedió cuando era el líder de la oposición, el candidato del PSOE declinó la invitación de *El Hormiguero* tanto en esta cita como en la repetición electoral de otoño. No fue el único que no acudió al programa, ya que el candidato de Vox, Santiago Abascal, tampoco quiso ir porque esta formación decidió realizar una campaña muy beligerante contra los medios evitando entrevistas, debates e incluso vetando la entrada a periodistas a sus actos.

El encargado de abrir la ronda de entrevistas de 2019 fue Pablo Iglesias, con una duración prácticamente idéntica de 45 minutos, y él mismo realizaría la última entrevista preelectoral en los segundos comicios del 10 de noviembre. El 26 de marzo el líder de Podemos acudía por tercera vez al plató, con una notable pérdida de audiencia, un millón y medio menos que en su primera visita y casi un millón menos que en la segunda. Ciudadanos arrebató el liderato de audiencias en los programas preelectorales de *El Hormiguero* a Podemos, que ocupó este puesto de privilegio con Iglesias y Errejón en las citas de 2015 y 2016, cuando las encuestas le daban opciones de superar incluso al PSOE y colocarse como líder de la izquierda. En 2019, los sondeos vaticinaban algo similar en la derecha y colocaban a la formación de Rivera con opciones de superar el PP y colocarse como líder de la oposición. Por lo tanto, relacionando las encuestas de intención de voto con los datos de audiencia televisiva, se puede establecer una asociación clara entre ambos, especialmente en los nuevos partidos que generaban una importante ilusión en la gente que se fue diluyendo con el paso del tiempo.

Si en la primera ronda electoral todos los invitados pasaron de los 3.000.000 de espectadores excepto Sánchez, en esta tercera ocasión, en la que

no había eventos deportivos extraordinarios como sucedió en junio de 2016, el único candidato que pasa de esa barrera psicológica fue Rivera con 3.051.000, 600.000 más que Pablo Iglesias que quedó en último lugar después de haber sido líder indiscutible del *prime time* en sus anteriores intervenciones. La segunda posición fue para Pablo Casado, que en su primera participación en el programa obtuvo un discreto 14% de *share* con 2.590.000 espectadores.

Figura 11. Audiencias en *El Hormiguero* elecciones 27/04/2019



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Formulativ.

En cuanto a la estructura de estos programas, sigue la línea de las citas anteriores con una entrevista seria de temas de actualidad intercalando otras cuestiones más ligeras, que ocupa gran parte del programa, más larga incluso que en otras campañas ya que llega al 80% del programa de Iglesias y Casado. Como también sucedió en 2015 y 2016, la entrevista de Rivera es más corta que la de los otros candidatos, el 66%. La rueda de prensa de las hormigas dura exactamente lo mismo en los tres programas, el 11%. En la parte final realizan un juego con cada político. Con Iglesias, que acababa de ser padre, le hacen dar un mitin mientras cambia los pañales de dos bebés, algo que aprovecha para hablar de la sanidad pública y agradecer lo que hicieron por ellos en el hospital. Con Rivera, una vez más abordan su vertiente motera para que invitado y presentador compitan en un simulador de motos. Por último, siguiendo las fechas de emisión de los programas, Pablo Casado toca la canción «Uptown funk» con el bajo acompañado de un grupo musical, ya que él estuvo estudiando este instrumento en el conservatorio. Un final del programa que sirvió para relajar la tensión que había ido subiendo por las preguntas sobre los casos de corrupción y otras cuestiones incómodas para el PP que pusieron contra las cuerdas al candidato con una broma de Pablo Motos ofreciéndole pañuelos de papel para

secarse el sudor por el mal rato que estaba pasando. En el cierre Casado se vuelve a encontrar cómodo tras la sorpresa musical, despidiéndose con un choque de manos y un «bueno tío», que pone de manifiesto que a pesar de todo sale satisfecho de esta cita en el *prime time* televisivo.

Figura 12. Albert Rivera (27/03/19). Figura 13. Pablo Iglesias (26/03/19)

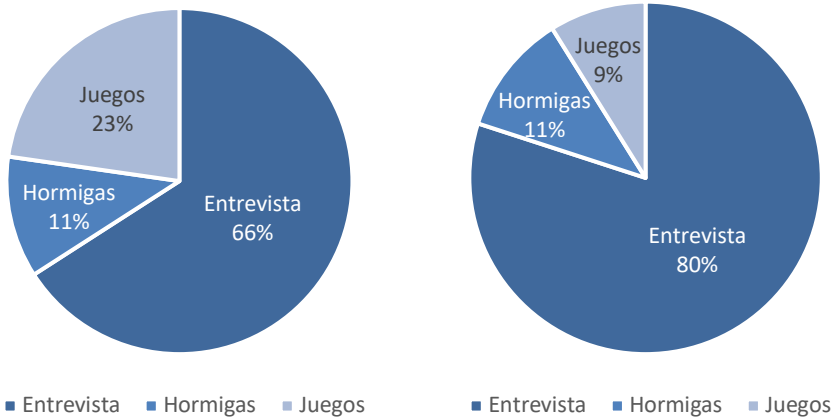
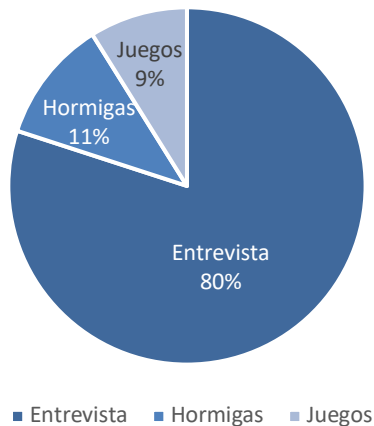


Figura 14. Pablo Casado (2/04/19)



Fuente: elaboración propia.

Esta cita electoral se cierra con tres entrevistas; dos de ellas levantaron cierta polémica por la dureza con la que trató a Casado y a Iglesias, al primero por los casos de corrupción y la complicada situación del PP y al segundo por

sus contradicciones político-personales en el tema del chalet. En el caso de Rivera el tono fue más distendido, algo por lo que fue criticado el presentador. Resulta llamativo ver cómo un diario con una línea editorial como *El Mundo* titula: «Pablo Casado suda la gota gorda en *El Hormiguero*» (Mucientes, 2019), mientras que otros medios como *El Plural* afirman totalmente lo contrario: «En cambio, con los líderes de la izquierda la cosa no ha ido tan bien. Pedro Sánchez no quiso acudir en la citada campaña electoral y el presentador no dudó en tirarle un dardo» (Cabo, 2019).

Con la entrevista de Iglesias hubo también polémica como sucedió en 2015 con Pedro Sánchez al preguntarle por Susana Díaz, ya que algunos medios criticaron a Motos por preguntar a Iglesias por su chalet en Galapagar recordando sus palabras en este mismo programa en anteriores ocasiones y sus críticas a los políticos alejados del pueblo viviendo en urbanizaciones. Parece que a determinadas personas no les gusta que se hagan preguntas comprometidas y prefieren que solo haya alabanzas y loas a los políticos próximos a su ideología. La tensión fue en aumento con la pregunta de Pablo Motos: «Es el peaje político, haber hablado de la casta y ahora eres tú la casta».

A pesar de estos roces, el inicio del programa fue distendido al preguntarle si ha fichado a toreros como otros partidos y por su vida tras ser padre. Entra en materia con el tema de Errejón, ya por aquel entonces había abandonado el partido y se integraba en Más Madrid, que se presentó a las elecciones municipales y autonómicas.

Tras la tensión por las preguntas sobre su chalet, el presentador posteriormente intenta rebajar la tensión y le agradece haber ido a *El Hormiguero*, dando paso a las hormigas que le preguntan por cuestiones de actualidad que levantaron polémica, pero con otro enfoque: Irene Montero, el Alcampo en Galapagar, la escolta...

En la visita de Rivera, Pablo Motos le pregunta directamente si es de derechas o de izquierdas a lo que responde que es liberal, diferenciando entre el PP y Ciudadanos. Sobre los pactos, Rivera insiste en que están compitiendo con el PP y propone a Casado llegar a un acuerdo después de las elecciones. También hablan de Vox y de Cataluña antes de dar paso a las hormigas que le preguntan por su hija, por el dinero y por la similitud con Casado. Como se puede apreciar en las preguntas personales hay similitudes con la entrevista a Iglesias al abordar su papel como padres de familia. Como ya sucedió en 2015 y 2016, los pactos son nuevamente una pregunta recurrente para intentar clarificar qué sucedería después de unas elecciones en las que ningún partido obtendría mayoría absoluta.

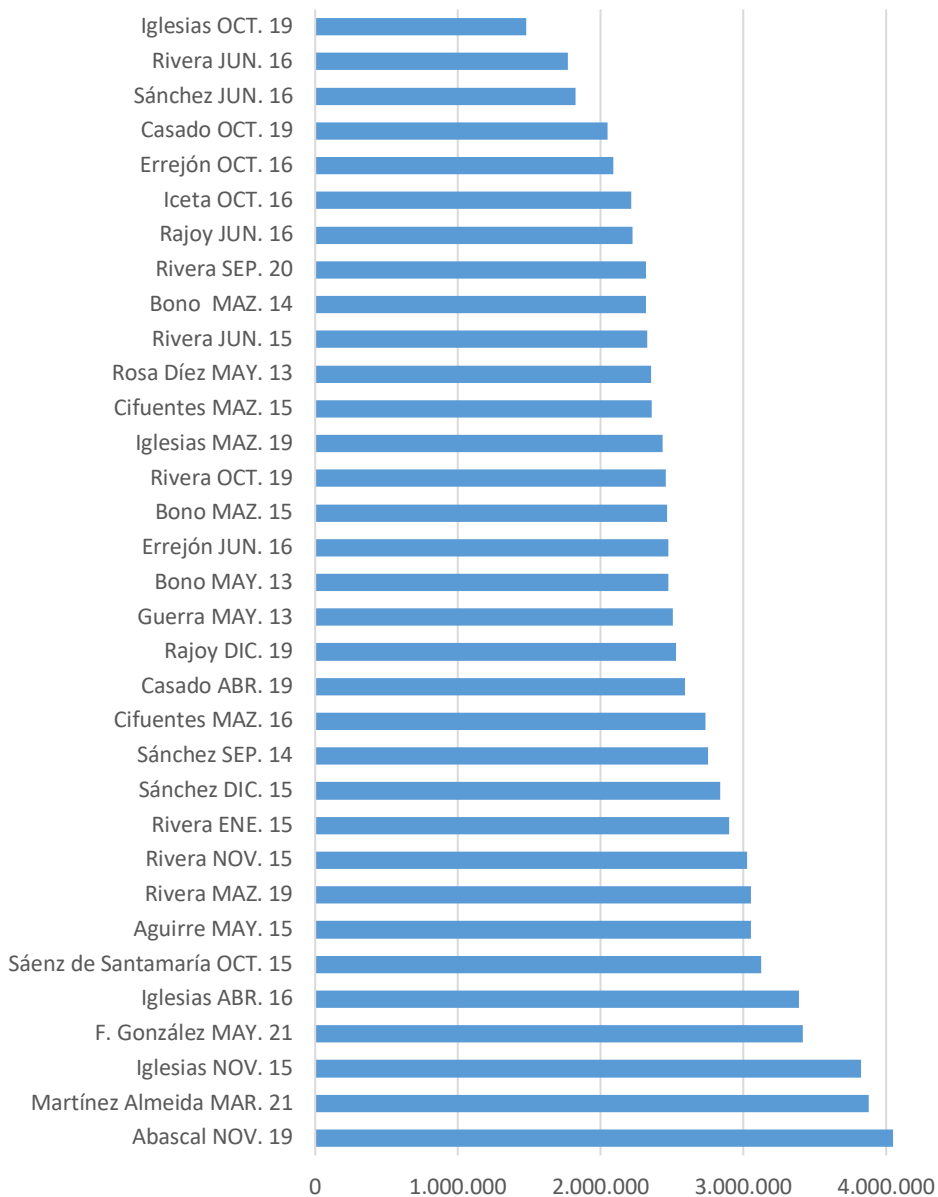
Respecto a la entrevista a Casado, fue más dura y comprometida que la del líder de Ciudadanos, tratando temas difíciles para el PP como el aborto, las pensiones o TV3 que pusieron en apuros al líder popular. Tanto aumenta la tensión que Motos saca una caja de pañuelos para que se seque el sudor, pero el político sale del trance como puede. Al poco tiempo las hormigas aparecen en escena para hablar sobre cuestiones personales, de su juventud, las armas y Cataluña, pero con otro tono más suave.

En esta segunda ronda no hay una batería de preguntas idénticas para todos como sucedía tres años antes, sino que dependiendo del partido se abordan unos u otros temas. Las entrevistas a Casado e Iglesias son más complicadas por las preguntas realizadas y la tensión que se palpaba en las respuestas, no como en el caso de Rivera.

3.4. La polémica de Abascal catapultó la audiencia del programa

Los programas de *El Hormiguero* previos a las elecciones del 10 de noviembre suponen una clara ruptura con todo lo que se ha visto previamente en otras campañas y el motivo fue la tensión generada en redes sociales, algunos medios de comunicación y partidos políticos por la visita de Santiago Abascal de Vox. Pablo Motos fue acusado de blanquear a la extrema derecha y se llegó a pedir desde estas mismas redes el boicot al programa por esta visita, pero la visita de Abascal supuso un récord de audiencia en el programa que sigue ostentando en la actualidad. Ha sido el político con más audiencia en este programa con 4.039.000 espectadores y un 23,5%, algo más de 200.000 que lo que consiguió Iglesias en su primera comparecencia en este mismo espacio en noviembre de 2015. Hasta la fecha este ranking lo lidera Abascal, seguido por el alcalde de Madrid, Martínez Almeida, y en tercer lugar Pablo Iglesias. Estos datos de audiencia fueron obtenidos en la primera visita de los tres representantes, en el caso de Abascal y Almeida ha sido la única vez que han acudido.

Figura 15. Audiencias de políticos en *El Hormiguero*

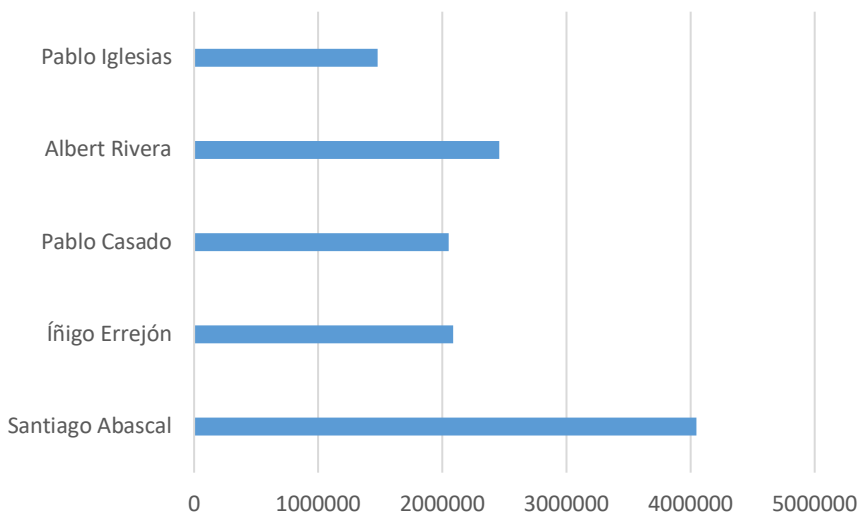


Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Formulativ.

Hubo duras críticas y muchos insultos como les ha sucedido a otros periodistas, algo que el vicepresidente Pablo Iglesias consideraba que había que naturalizar como afirmó en la rueda de prensa posterior al Consejo de Ministros del 8 de julio. «Iglesias cree que hay que “naturalizar” que los periodistas estén sometidos a la crítica y los insultos» (Iglesias, 2020).

Esta tensión hizo mella en el presentador que decidió cambiar la estructura del programa y hacer una entrevista formal sin secciones ni juegos humorísticos con Abascal, lo que provocó las críticas desde la derecha por el trato dado a Vox, por lo que utilizó el mismo formato para todos los políticos en esos comicios perdiendo frescura y la esencia del programa, algo que después se notó en la caída de audiencia. Los programas duraron exactamente 48 minutos, pero faltaba la esencia de este programa, el humor, el juego con el político, en definitiva, verles hacer cosas a las que habitualmente no nos tienen acostumbrados: tocar un instrumento, cantar, montar en moto, hacer chistes, etc.

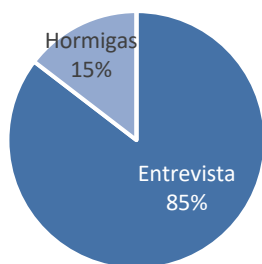
Figura 16. Audiencias en *El Hormiguero* elecciones 10/11/2019



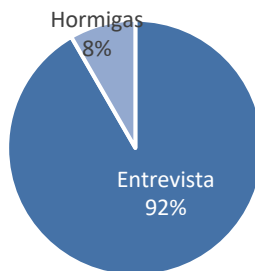
Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Formulatv.

La estructura de estos programas era más propia de un espacio informativo que de entretenimiento, ya que la entrevista de Pablo Motos ocupaba más del 80%, y en el caso de Errejón más del 90%, mientras que la rueda de prensa de las hormigas era el único guiño humorístico a la esencia de este espacio.

Figura 17. Santiago Abascal (10/10/19). Figura 18. Íñigo Errejón (15/10/19)

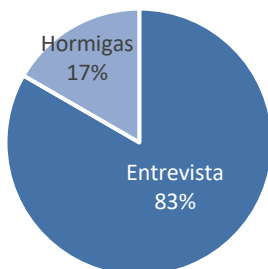


■ Entrevista ■ Hormigas

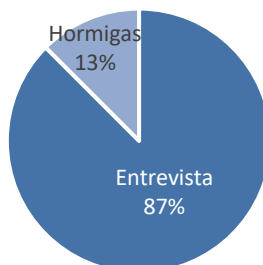


■ Entrevista ■ Hormigas

Figura 19. Pablo Casado (24/10/19). Figura 20. Albert Rivera (28/10/19)

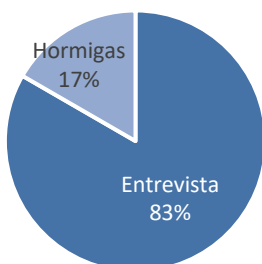


■ Entrevista ■ Hormigas



■ Entrevista ■ Hormigas

Figura 21. Pablo Iglesias (31/10/2019)



■ Entrevista ■ Hormigas

Fuente: elaboración propia.

El 10 de octubre Abascal abrió la ronda de candidatos obteniendo la mejor audiencia de los políticos no solo en esta precampaña sino en la historia del programa con 4.049.000 espectadores, la polémica disparó los audímetros y aquellos que querían boicotear la entrevista consiguieron justamente el efecto contrario, que muchas personas que no tenían intención de votar a Vox ni interés en lo que pudiera decir, se conectaran esa noche a Antena 3 por todo lo que estaba sucediendo en los días previos. La segunda posición fue para Albert Rivera, que lideró en la campaña anterior y que seis meses después perdió 600.000 espectadores, quedándose en 2.458.000.

En su debut como candidato por Más País, aunque ya había estado en una ocasión como director de campaña de Podemos, Íñigo Errejón supera ligeramente los dos millones de espectadores, quedándose en tercera posición por delante del PP y de Podemos, pero con 400.000 espectadores menos que cuando fue en 2016 representando a la formación morada de la que se acabó separando.

La penúltima posición fue para Pablo Casado, que en su segunda visita al programa se quedó con 2.049.000, medio millón menos que en primavera y a dos millones exactamente de Abascal, que fue afiliado y cargo electo del Partido Popular hasta que abandonó el partido para liderar una formación que estaban arrebatándoles los votos situados a la derecha del PP. Los populares perdían apoyo en las urnas y su nuevo líder no generaba tanta ilusión como los otros en televisión.

La ronda de entrevistas la cierra Pablo Iglesias a pocos minutos de iniciarse oficialmente la campaña, pero obteniendo unos datos de audiencia más bajos de lo que solía ser habitual en él. Ha sido el dato más bajo de todas sus visitas al programa, en un día en el que no había eventos deportivos que pudieran restar audiencia, esa noche la lideró Telecinco con *Gran Hermano VIP*. Tras cinco años en primera línea, la capacidad para atraer a la audiencia ya no era la misma, había ido perdiendo fuerza y espectadores, el producto televisivo estrella estaba en decadencia y esto se extendió al campo político con la pérdida de votos de Podemos en las generales del 10 de noviembre y en mayo de 2021 en las autonómicas de la Comunidad de Madrid donde Pablo Iglesias como candidato de Podemos quedó en quinta posición por detrás del PP, Más Madrid, PSOE y Vox.

En esta última participación por el momento en *El Hormiguero*, el presentador le agradece su visita porque ha decidido ir en lugar de acudir a la apertura de campaña del partido. Comienzan hablando del desbloqueo del país y le pone el vídeo de la visita de Sánchez a *El Hormiguero* en 2016 cuando en el juego de los 7 carteles, afirmó que no le dejaría las llaves de casa a Iglesias. Al candidato

de Podemos se le nota relajado y pide que le haga el juego, pero Motos le responde que por la tensión creada con la entrevista de Abascal no puede hacerlo.

Iglesias se compromete a ir al programa cuando sea presidente. Los pactos, la relación con Errejón, los poderosos, Cataluña y el posible acuerdo con el PSOE copan los minutos centrales de la entrevista, que vivió uno de sus momentos más tensos al preguntarle por las donaciones a la sanidad para el tratamiento de cáncer de Amancio Ortega que Iglesias rechaza porque no quiere limosnas. Afirma que Ortega paga el 5% de impuestos, dato que Motos no puede corroborar, pero él insiste en que es cierto según Newtrall, pero no es así: «En dicho informe la empresa indica que la aportación de la compañía textil al Impuesto de Sociedades fue de 372 millones de euros en 2019. “Una tasa efectiva que ascendió al 20,6%”» (Newtrall, 2021).

Tanto esta verificación de Newtrall en 2021, como la de Maldita.es en 2019, desmontan esta afirmación, indicando que la cifra correcta se sitúa en el 21,9%. Este encontronazo fue muy criticado porque Motos le preguntó si pensaría lo mismo si algún familiar suyo necesitara estas máquinas y contesta visiblemente emocionado que su padre ha tenido cáncer y su suegro ha fallecido por esta enfermedad. Posteriormente la tensión se rebaja y vuelven las sonrisas.

Volviendo al inicio de la campaña, en la polémica entrevista a Abascal, Pablo Motos no dijo «Hoy ha venido a divertirse a *El Hormiguero*», como no lo hizo con el resto de candidatos, pero como tampoco ha hecho en otras visitas de invitados. En este caso fue muy criticado desde el ámbito de Vox por no decir esa frase. Motos justifica la presencia del candidato por la representación que tiene en el Congreso, ayuntamientos y comunidades autónomas. Al ser la primera entrevista de la ronda de candidatos, recuerda que van a estar todos salvo el PSOE, indicando que Maritcha Ruiz, DIRCOM del PSOE, ha llamado al programa para expresar su malestar porque el presentador dijo en antena que no le cogía el teléfono. Motos recuerda el periplo del equipo del programa para intentar que Sánchez estuviera como invitado, como había hecho en tres ocasiones mientras estaba en la oposición. En total fueron 13 llamadas o mensajes, en los que solo pudo hablar con ella en dos ocasiones y finalmente le dijo que el presidente no iría pero que podía contar con otros miembros del PSOE, algo que el programa rechazó por considerar una falta de respeto al resto de candidatos.

La presentación del invitado es más seria de lo habitual, se nota la tensión, se saludan y se dan un abrazo un tanto forzado. La entrevista comienza con preguntas directas: si se identifica como fascista, sobre la radicalización de Vox, el veto a medios, el mensaje xenófobo, si ha trabajado fuera de la política

recordando su etapa en la Comunidad de Madrid en una entidad creada para Abascal, el aborto, el colectivo LGTBI, la ley de violencia de género, las armas de fuego, Cataluña y el cambio climático, en un tono serio con alguna sonrisa forzada porque no está cómodo. Los últimos minutos son para las hormigas que rebajan algo el tono sin cuestiones difíciles.

En cuanto al contenido del programa de Errejón, la entrevista fue cordial. Le preguntó por su marcha de Podemos y su posible traición. Una de las causas de su salida fue la negativa de Iglesias a apoyar al PSOE para una investidura en abril de 2019 dejando clara su postura al indicar que los diputados de Más País votarían a favor de un Gobierno progresista y no superpondrían los intereses de las siglas. Este es un mensaje claro hacia Pablo Iglesias y su empeño por ser vicepresidente. Hablan del programa del nuevo partido en materia económica y de las jornadas de las 32 horas semanales que el actual gobierno está estudiando.

Durante toda la entrevista Errejón se muestra muy tranquilo, convencido y respondiendo a todas las preguntas sin evasivas, como cuando le cuestiona sobre la legalización de la marihuana que es algo que han preguntado a todos los candidatos salvo a los del PP y VOX, aunque a estos últimos les preguntaron si habían fumado porros. En el apartado más complicado, la cuestión sobre su etapa más revolucionaria y su apoyo a Hugo Chaves, presidente de Venezuela, y sobre el chalet de Pablo Iglesias. En definitiva, una entrevista cómoda, sin apuros y en la que mostró una imagen amable y cercana.

Desgranando la entrevista a Rivera, el programa arranca con las encuestas en contra de Ciudadanos y le pregunta si dimitiría si el resultado es malo, a lo que no responde. La situación del partido y los pactos postelectorales copan gran parte del espacio, especialmente tras no haber pactado con el PSOE en las elecciones de abril. Cataluña, VOX y la exhumación de Franco son otros de los aspectos abordados.

Las hormigas le hacen la rueda de prensa liberal ibérica, un guiño a su ideología, preguntando por cuestiones personales, como el nudo de la corbata de Iglesias, la barba de Casado, qué haría si su hija se hace independentista o sobre sus escoltas. Un programa relajado, aunque con preguntas comprometidas especialmente por el futuro de Ciudadanos y de las explicaciones por no pactar con el PSOE.

En cuanto a la entrevista a Iglesias, fue más seria de lo habitual, aunque Motos le agradeció públicamente haber accedido a ir al programa y renunciar a participar en el cierre de campaña de su partido. Las preguntas de las hormigas versan sobre su relación con Errejón, los amoríos en el Congreso, el nudo de su

corbata tras lo que dijo Rivera unos días antes en la misma mesa. Se dan la mano fríamente y se despide.

4. Conclusiones

Una de las piezas clave de la comunicación política es el relato, lo importante es lo que se cuenta y cómo se hace. Los políticos intentan, especialmente en período electoral, mostrarse más cercanos al ciudadano participando en actos públicos, recorriendo las calles o acudiendo a programas televisivos de entretenimiento para ofrecer una imagen diferente a la que suele ser habitual en las cámaras de representantes y los actos públicos.

El Hormiguero, programa líder de audiencia de la televisión en España, ha contado con la participación en al menos una ocasión de todos los candidatos a la presidencia del Gobierno de los principales partidos de ámbito estatal desde 2015 hasta la actualidad. En las últimas cuatro elecciones este espacio ha realizado una ronda de entrevistas en las que la mayoría de los candidatos han mostrado sus facetas menos conocidas, ofreciendo una imagen de cercanía, con risas, buen humor y complicidad con el presentador Pablo Motos. Se ha podido ver a Mariano Rajoy caminando en una cinta de correr o tomando una caña en un bar, a Pablo Iglesias cantando una canción de Javier Krahe y cambiando pañales, a Pedro Sánchez tirando canastas, a Albert Rivera montando en un simulador de motos o a Pablo Casado tocando el bajo con un grupo musical.

En definitiva, se ha mostrado el rostro menos conocido de los principales políticos de España, pero en estas entrevistas en *El Hormiguero*, como cualquier otro programa de entretenimiento al que han acudido estos mismos políticos, sus predecesores en los años 80 o los presidentes norteamericanos de las últimas décadas, han tenido que afrontar una entrevista con preguntas distendidas, pero también cuestiones sobre temas complicados. En un ambiente menos tenso que el que se da en un programa puramente informativo, puede dejar llamativos titulares.

Tras este estudio se ha podido constatar cómo cambian su actitud en función de si están en el Gobierno o en la oposición. En primer lugar, por la negativa de políticos del PP y del PSOE a acudir cuando estaban gobernando, mientras critican al adversario por no querer ir cuando ellos están en la oposición. El presidente Rajoy no acudió a la primera invitación del programa como tampoco lo ha hecho Sánchez en dos ocasiones desde su puesto de jefe de Gobierno.

Los programas de *El Hormiguero* que se han realizado en los períodos electorales han mantenido una estructura idéntica en las entrevistas emitidas en cada campaña previa a las elecciones para que todos los candidatos estuvieran en igualdad de condiciones. Ha habido cambios que se han introducido respecto a las campañas anteriores, muy ligeros en el caso de 2016 o las primeras

elecciones de 2019 en abril, pero muy notables en las segundas celebradas en noviembre de ese mismo año.

Los programas de los últimos comicios no podían considerarse como *El Hormiguero* habitual, sino como un espacio de entrevista con algún toque de humor, pero sin la esencia del programa que es mostrar al candidato en determinadas situaciones en las que habitualmente no se ve a un político. Esta circunstancia, junto con el hartazgo electoral de los españoles que han vivido una doble repetición electoral en poco más de tres años, ha provocado una bajada considerable de audiencia en las entrevistas de la campaña de noviembre de 2019, exceptuando la que desató esta situación.

Quizá se pudiera pensar que los espectadores se han cansado de ver a los políticos en estos programas, pero eso no encaja con los datos de audiencia de dos de los entrevistados en 2021 que están entre los cinco más vistos de la historia del programa: José Luis Martínez Almeida en segunda posición, y Felipe González en cuarta. La clasificación de los cinco primeros la completa Pablo Iglesias que hace doblote con dos de sus participaciones en el programa.

Un dato a destacar es que los políticos que tienen mucho tirón mediático, en su primera intervención arrasan en audiencia, aunque en las posteriores intervenciones van perdiendo espectadores ya que se pierde el factor novedad o sorpresa. Este seguimiento masivo del programa se debe a que son políticos muy polémicos como Abascal o Iglesias, o a que tienen muy buena valoración por parte de los españoles, como Martínez Almeida, González o Rivera.

Referencias bibliográficas

- BERROCAL, S., ABAD, L., PEDREIRA, E. y CEBRIÁN, E. (2001). La imagen de los partidos políticos en El Informal, CQC y Las Noticias del Guiñol en las elecciones legislativas de 2001. *Zer: Revista de estudios de comunicación*, (11). <https://bit.ly/3GOI6sP>
- CABO, N. (2019, 10 de octubre). Pablo Motos y su buen trato a los líderes de la derecha en 'El Hormiguero'. *El Plural*. <https://bit.ly/3jmKrkF>
- CASERO-RIPOLLÉS, A., ORTELLS-BADENES, S. y ROSIQUE CEDILLO, G. (1999). Consecuencias democráticas de la disolución de las fronteras entre información, entretenimiento y privacidad en la era digital. *TELOS*, (14), 45-54.
- CIS (2019). *Barómetro diciembre*. <https://bit.ly/3IZ3gMY>
- IGLESIAS, P. (2020, 8 de julio). Iglesias cree que hay que "naturalizar" que los periodistas estén sometidos a la crítica y los insultos. *La Sexta*. <https://bit.ly/2Vudk6n>
- MARTÍN, V. y BERROCAL, S. (2017). Innovación y consolidación del *infoentretenimiento* político: una perspectiva histórica. *Historia y Comunicación Social*, (207), 207-219. doi.org/10.5209/HICS.55908

- MUCIENTES, E. (2019, 11 de abril). *El Hormiguero*: Pablo Casado suda la gota gorda con Pablo Motos. *El Mundo*. <https://bit.ly/3jDH3SP>
- NEWTRALL (2021). Es falso que Inditex haya pagado “cero euros” en el Impuesto de Sociedades en 2019 como dice Matute (EH Bildu). <https://bit.ly/3iqAKCE>
- PRIOR, H. (2014). La espectacularización de la política. *Más poder local*, (20), 12.
- REDONDO GARCÍA, M., VENTURA MENEU, M. y BERROCAL GONZALO, S. (2020). Nuevos roles del líder político en programas televisivos de *infoentretenimiento*. *Doxa Comunicación*, (30), 37-53. doi.org/10.31921/doxacom.n30a2
- SARTORI, G. (2003). *Videopolítica: medios, información y democracia de sondeos*. Fondo de Cultura.
- STROMBÄCK, J. (2010). Mediatization of politics: Towards a conceptual framework for comparative research. En E. P. Bucy y R. L. Holbert (Eds.), *Sourcebook for Political Communication Research* (pp. 367-382). Routledge.